



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TÍTULO:

Estudio de Factibilidad del Uso de Monedas Virtuales como
Medio de Pago en las Transacciones Para Potenciar la Actividad
Económica del Ecuador en el Ámbito Internacional.

AUTORES:

Maiza Núñez, Karen Priscila
Morán Nieto, Christian Alberto

**Trabajo de Titulación
Previo a la Obtención del Título de:
INGENIEROS EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

TUTOR:

Ing. Armijos Tandazo, Vicente Paul

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Karen Priscila Maiza Núñez y Christian Alberto Morán Nieto, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingenieros en Gestión Empresarial Internacional.

TUTOR

Ing. Vicente Paul Armijos Tandazo

DIRECTORA (E) DE LA CARRERA

Lcda. Lucia Pérez Jimenez, MG.Ed.

Guayaquil, a los 9 del mes de septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Nosotros, Karen Priscila Maiza Núñez y Christian Alberto Morán Nieto

DECLARAMOS QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de Factibilidad del Uso de Monedas Virtuales como Medio de Pago en las Transacciones Para Potenciar la Actividad Económica del Ecuador en el Ámbito Internacional** previa a la obtención del Título **de Ingenieros en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

En virtud de esta declaración, nos responsabilizamos del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 9 del mes de septiembre del año 2014

LOS AUTORES

Karen Priscila Maiza Núñez

Christian Alberto Morán Nieto



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

AUTORIZACIÓN

Nosotros, Karen Priscila Maiza Núñez y Christian Alberto Morán Nieto

Autorizamos a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de Factibilidad del Uso de Monedas Virtuales como Medio de Pago en las Transacciones Para Potenciar la Actividad Económica del Ecuador en el Ámbito Internacional**, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 9 del mes de septiembre del año 2014

LOS AUTORES

Karen Priscila Maiza Núñez

Christian Alberto Morán Nieto

AGRADECIMIENTO

Desde el fondo de mi corazón quisiera agradecer a Dios, ya que él ha sido mi compañero en todo momento. Me ha llenado de fortaleza y sabiduría. Este es un verdadero logro que sin su ayuda no podría haberse dado. De la misma manera quisiera agradecer a mi familia; a nuestro tutor quien estuvo siempre guiando y contribuyo de una u otra manera en el avance y culminación de este proyecto. A mi coautor, quien se esmeró tanto en el cumplimiento de este proyecto. A mis amigos, compañeros y profesores que también se involucraron y estuvieron presentes brindando apoyo.

Muchas gracias a todos.

Karen Priscila Maiza Núñez

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, a mis padres, a mi familia, a mi tutor, a mi coautora, a mis mejores amigos, a mis compañeros, y a cada una de las personas que formaron parte de este trabajo de titulación. Porque fueron la fuerza y fe para seguir adelante durante todo este trayecto. Agradezco por el apoyo, confianza, motivación y cariño brindado en cada momento de mi vida.

Christian Alberto Morán Nieto

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado con todo el amor de mi corazón a mi familia, pues ha sido mi fuente principal de inspiración. A mis padres Martha y Washington por su paciencia, sus consejos y apoyo incondicional y porque con toda la humildad supieron guiarme, ellos han sido el principal motor de ayuda con el que Dios bendijo mi vida. Mis hermanos David, Kevin y Joel que han sabido tolerarme y animarme durante el tiempo transcurrido en la elaboración de este trabajo.

Karen Priscila Maiza Núñez

DEDICATORIA

Quisiera dedicar este trabajo de titulación a las personas que confiaron plenamente en mí desde el principio de esta etapa universitaria, especialmente a mi Madre, ya que con su arduo esfuerzo dio lo mejor para mí y me enseñó a luchar en la vida, es por eso que mi alegría es infinita. También dedico este trabajo a mis amistades incondicionales, porque fueron un fuerte pilar durante los momentos difíciles y en los obstáculos que se me presentaron.

Christian Alberto Morán Nieto



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL

CALIFICACIÓN

Ing. Vicente Paul Armijos Tandazo

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	xviii
ABSTRACT	xx
RÉSUMÉ	xxii
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
1.1 Justificación	3
1.2 Antecedentes	4
1.3 Planteamiento del Problema	7
1.4 Formulación del Problema.....	7
1.5 Objetivos	8
1.5.1 Objetivo General	8
1.5.2 Objetivo Específicos	8
1.6 Formulación de la Hipótesis	9
CAPITULO II	10
2.1 Marco Teórico	10
2.1.1 Microempresas	10
2.1.2 Microempresas en el Ecuador	12
2.1.3 Comercio Tradicional y sus características.....	19
2.1.4 El Dinero Creado y Regulado por una entidad Financiera Capitalista	22
2.1.5 El uso de internet en el mundo	23
2.1.6 Comercio Electrónico.....	25
2.1.7 El uso de las monedas virtuales en el mundo.....	34
2.1.8 Multi-level Marketing MLM	44

2.1.9	Uso de Internet en Ecuador	45
2.1.10	Sistema de Dinero Electrónico en el Ecuador.....	50
2.1	Marco Conceptual	53
2.1.1	Criptomoneda	53
2.1.2	Criptografía	54
2.1.3	Moneda social.....	54
2.1.4	Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).....	54
2.1.5	Pasarelas.....	55
2.1.6	Páginas de captura	56
2.1.7	Protocolos de seguridad	56
2.1.8	WEB.....	57
2.3	Marco Legal.....	60
2.3.1	Ley de comercio electrónico, mensajes de datos y formas electrónicas.....	60
2.3.2	Legalidad del Uso de las Monedas Virtuales en el Mundo	61
2.3.3	Normativa del Dinero Electrónico en Ecuador	61
CAPITULO III	63
3.1	Tipo de investigación.....	63
3.2	Técnica de Recolección de Datos	64
3.3	Datos para las encuestas	64
3.4	Datos para las entrevistas	64
3.5	Población y Muestra	65
3.6	ANALISIS PEST DE ECUADOR	66
3.6.1	Factor político	66
3.6.2	Factor económico	67

3.6.3 Factor social	70
3.6.4 Factor tecnológico	71
CAPITULO IV.....	76
4.1 Análisis de investigación realizada a los microempresarios de Guayaquil	76
4.1.1 Análisis general de los microempresarios encuestados de Guayaquil.....	76
4.1.2 Conclusiones generales de las encuestas realizadas a los microempresarios de Guayaquil	90
4.1.2 Conclusiones generales de las entrevistas realizadas a expertos en comercio electrónico.....	91
CONCLUSIONES	92
RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	98
GLOSARIO	102
ANEXOS.....	104
ANEXO # 1: CARTA DE RESPUESTA EMITIDA POR EL BCE.	104
ANEXO 2: FORMATO DE ENCUESTA	105
ANEXO #3: FORMATO DE ENTREVISTA.....	108
ANEXO #4 Redacción textual de las entrevistas a profesionales del E-commerce.....	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Fortalezas y Debilidades de las Microempresas	13
Tabla 2 Actividades de las Microempresas en Guayaquil.....	18
Tabla 3 Características del Comercio Tradicional.....	19
Tabla 4 Estadísticas del uso de Internet en el Mundo	24
Tabla 5 Paises con más descargas de la moneda digital bitcoin desde su inicio hasta julio del 2014	37
Tabla 6 Lista de las 30 CRIPTOMONEDAS más utilizadas en el Mundo con su Valor de Cambio en Dólares.	38
Tabla 7 Comparación de las monedas digitales vs las monedas sociales...	40
Tabla 8 Tabla comparativa de las monedas virtuales vs el papel mon	41
Tabla 9 Plan de comisiones único en el sistema Unetenet de ingresos activos e ingresos pasivos.	41
Tabla 10 Franquicias de afiliación del sistema Unetenet	42
Tabla 11 Porcentaje por provincia de personas que han usado Internet	46
Tabla 12 Posiciones de países en el desarrollo y aprovechamiento de tecnología (2011)	71
Tabla 13 Distribución geográfica de las microempresas de Guayaquil.....	76
Tabla 14 Clasificación de las microempresas	77
Tabla 15 Varias Razones por las cuales no están dispuestos a usar plataformas digitales de interacción comercial cuyo medio de pago sean monedas virtuales.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sectores de la Economía en Ecuador	17
Gráfico 2 Comparación del porcentaje de penetración en el uso de internet en el mundo distribuidos por región	25
Gráfico 3 Métodos de Pago Online más usados en el Mundo hasta el año 2012.....	31
Gráfico 4 Aumento de Pagos Móviles en los últimos 2 años	33
Gráfico 5 Posicionamiento en el Ranking Mundial Alexa del modelo unetenet	42
Gráfico 6 Recorrido de un producto en el Marketing Tradicional vs el Marketing Multinivel	44
Gráfico 7 Redes sociales más utilizadas en el Ecuador de julio 2013 a julio 2014	47
Gráfico 8 Evolución de las Webs	59
Gráfico 9 VAB petrolero y no petrolero: contribuciones al crecimiento inter-anual del PIB (2014)	68
Gráfico 10 Valor agregado bruto por actividad económica: tasas de variación y contribuciones a la variación inter-anual del PIB precio 2007 (2014).....	68
Gráfico 11 Porcentaje de población ecuatoriana que utilizaron internet en los últimos 12 meses (2012).....	72
Gráfico 12 Porcentaje de personas que tiene teléfono SMARTPHONE en el Ecuador (2012)	74
Gráfico 13 Porcentaje de distribución de las microempresas	77

Gráfico 14 Distribución de las microempresas encuestadas según Actividad Económica	78
Gráfico 15 Porcentaje de Distribución de las microempresas encuestadas por Actividad Económica	78
Gráfico 16 Frecuencia de uso de Internet para realizar negocios.....	79
Gráfico 17 Empresas con las que se realizan Transacciones de Compra-Venta que realizan por internet	80
Gráfico 18 Tipo de Moneda con la que Realizan Transacciones	80
Gráfico 19 Medio de pago que utilizan para las transacciones.....	81
Gráfico 20 Grado de Satisfacción en el Uso de los medios de pago que usan los microempresarios para sus transacciones.	82
Gráfico 21 Porcentaje de microempresarios que han escuchado sobre la existencia del Dinero o Moneda Virtual.....	82
Gráfico 22 Porcentaje de disponibilidad en el Uso de Plataformas digitales de interacción comercial cuyo medio de pago sean Monedas Virtuales.....	83
Gráfico 23 Razones para usar monedas o dinero virtual en las transacciones que realizan los microempresarios.	84
Gráfico 24 Frecuencia de uso de Internet para realizar negocios por tipo de empresa.....	86
Gráfico 25 Empresas con las que se realizan Transacciones de Compra-Venta que realizan por Internet de acuerdo con el tipo de empresa.....	86
Gráfico 26 Empresas con las que se realizan Transacciones de Compra-Venta que realizan por Internet de acuerdo al sector geográfico.....	87

Gráfico 27 Experiencia con los Medio de pago que utilizan para las transacciones por tipo de empresa.....	88
Gráfico 28 Porcentaje de microempresarios que han escuchado sobre la existencia del Dinero o Moneda Virtual por sector geográfico.	88
Gráfico 29 Porcentaje de microempresarios que han escuchado sobre la existencia del Dinero o Moneda Virtual por tipo de empresa.	89
Gráfico 30 Porcentaje de disponibilidad en el Uso de Plataformas digitales de interacción comercial cuyo medio de pago sean Monedas Virtuales según el tipo de empresa.	90

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Menú de un restaurante donde se aceptan Bitcoins.....	34
Ilustración 2 Franquicia de Subway donde se aceptan Bitcoins	35
Ilustración 3 Modelo Referencial de AmazonCoin	36
Ilustración 4 Modelo de tarjeta de débito del Sistema Unetenet para cajeros establecidos.....	43
Ilustración 5 Sistema de Dinero Electrónico	51
Ilustración 6 Sistema de Dinero Electrónico	51

RESUMEN

El presente trabajo de estudio tiene como objetivo general, evaluar la factibilidad del uso de monedas virtuales como medio de pago en las transacciones de los empresarios ecuatorianos para potenciar el comercio internacional del Ecuador mediante el uso de plataformas digitales de confianza.

El proceso de estudio comienza con la problemática, que indica la inseguridad y falta de información de métodos nuevos de comercio internacional digital tales como lo son las monedas virtuales, monedas digitales y criptomonedas en el E-Business para con esto despojar lo rutinario, que en este caso sería la moneda tradicional, que genera altos costos y está regulada por entes bancarias que desfavorecen la labor comercial del país.

Para recolectar información y responder a las incógnitas antes mencionadas, se propuso una investigación evaluativa de estrategias sensibles a la obtención de información. Mediante información ya existente a través de libros, revistas, informaciones en internet, seguido de la técnica de la entrevista a profundidad para conocer y verificar puntos de vista de personas con conocimientos sobre el tema y por último la técnica de encuesta para la recolección de datos tomados de las opiniones difundidas por empresarios.

Con esta propuesta se pretende que los empresarios estén dispuestos a utilizar plataformas de comunidades digitales cuyo medio de pago sean monedas virtuales beneficiando sus actividades económicas al incrementar sus ventas hacia mercados internacionales y que ocasione un incremento positivo en la balanza comercial del Ecuador.

Finalmente luego de recolectar información y datos a través del método cualitativo y cuantitativo, se procede a la tabulación de datos, para dar a

conocer los resultados esperados del estudio y dar conclusiones enfocadas a la aceptación de este nuevo método de comercio digital.

PALABRAS CLAVES:

Monedas virtuales, Comercio electrónico, Empresarios, Plataformas digitales, Transacción, Medios de pago, Criptomoneda.

ABSTRACT

This paper has as overall objective to evaluate the feasibility of using virtual coins as payment in the Ecuadorian entrepreneur's transactions to promote international trade in Ecuador through the use of digital trust platforms.

The study process begins with the problematic, which indicates the insecurity and lack of information on new methods of digital international trade such as virtual currencies, social currencies, and cryptocurrencies in E-business to strip the flatness, which in this case would be the traditional currency that generates high interest and is regulated by banking authorities.

To gather information and answer the above unknown issues, some evaluative research of sensitive information gathering strategies are proposed, by existing information through books, magazines, online information, followed by the technique of depth interviews to know and verify views of skilled people on the topic and lastly the survey technique for data collection taken from the opinions disseminated by entrepreneurs.

This proposal is intended to guide entrepreneurs in the use of digital community's platforms whose payment method may be virtual currencies, benefiting their business by raising its sales to international markets and cause a positive increase in the Ecuador's trade balance to generate monetary stability.

Finally, after gathering information and data through qualitative and quantitative method, we proceed to the tabulation of results, to present the expected outcomes of the study and draw conclusions focused on the acceptance of this new digital commerce method.

KEYWORDS:

Virtual currencies, E-commerce, Entrepreneurs, Digital platforms, Transaction, Payment methods, Cryptocurrency.

RÉSUMÉ

Cette étude a pour objectif général, évaluer la faisabilité de l'utilisation de l'argent virtuel comme moyen de paiement dans les transactions des entrepreneurs équatoriens pour promouvoir le commerce international en Équateur à l'aide des plateformes numériques fiables.

Le processus d'étude commence par la formulation d'un problème, qui implique l'insécurité et le manque d'information sur les nouvelles méthodes de commerces internationaux numériques tels l'argent virtuel, l'argent numérique, et la crypto-monnaie dans le commerce électronique pour dépouiller la routine, dans ce cas serait la monnaie traditionnelle, qui génère des coûts élevés et qui est réglementée par les autorités bancaires.

Pour recueillir les informations et répondre aux questions là-dessus, la recherche évaluative de stratégies sensible à la collecte d'informations est proposée, à travers les livres, les magazines, l'information en ligne existant, suivies par la technique d'entretien pour connaître et vérifier les opinions des gens bien informés sur le sujet et enfin la technique de enquête pour la collecte de données diffusées par les entrepreneurs.

Cette proposition est destinée aux entrepreneurs pour qu'ils soient prêts à utiliser des plateformes aux communautés numériques dont le moyen de paiement soient l'argent virtuel en bénéficiant leurs activités économiques avec l'augmentation des ventes sur les marchés internationaux et provoquer un accroissement positif de la balance commerciale de l'Équateur.

Finalement, après la collecte d'informations et de données à travers la méthode qualitative et quantitative, on procède à la compilation de données, pour présenter les résultats de l'étude et tirer des conclusions centrées sur l'acceptation de cette nouvelle méthode de commerce numérique.

MOTS-CLÉS :

L'argent virtuel, Le Commerce électronique, Les entrepreneurs, Les plateformes numériques, La transaction, Les moyens de paiement, La Crypto-monnaie.

INTRODUCCIÓN

La tecnología ha permitido eliminar fronteras, no limitar conocimientos y brindar nuevas oportunidades, esta, en conjunto con la ciencia busca satisfacer necesidades del siglo XXI es por lo cual el contenido de este proyecto está enfocado al estudio y análisis del comercio electrónico, su desarrollo y las aperturas para los pequeños y medianos empresarios del Ecuador, teniendo como medio de pago a sus transacciones las monedas virtuales. Es decir un análisis del uso de la tecnología en función de la modernidad. Este trabajo no incluirá información detallada de teorías y tecnología, pues excedería los límites y marcos establecidos.

La transformación que ha tenido el comercio internacional desde la aparición del internet, ha llevado a las grandes corporaciones e incluso a los pequeños negocios a expandirse de manera mundial. Gracias al uso de redes sociales, las cuales son el medio de comunicación más utilizado. Este cambio representa incluso otra cara del comercio electrónico internacional, pues por lo general la tendencia es pensar que es solo para la venta de productos tangibles al detalle. Es de esta manera como vemos que los negocios Business to Business (B2B), Business to Consumer (B2C) actualmente no solo entregan bienes sino también servicios que facilitan los procesos productivos, operativos, financieros, educativos e incluso personales. Es decir, los negocios utilizan las plataformas electrónicas ya que brindan servicios personalizados para mejorar la calidad de sus ofertas.

Las tendencias con respecto al uso del Internet en relación con el comercio electrónico, tiene un amplio crecimiento, a medida que crece la demanda, la oferta se hace notoria. En cuestión de segundos, y solo por dar un pequeño ejemplo, los empresarios que necesitan viajar, compran boletos de avión y reservan habitaciones en un hotel en cualquier parte del mundo, realizan los pagos de estos servicios gracias a las plataformas que ofrece internet.

En Ecuador el uso de internet se ha tornado indispensable y necesario, en varias Microempresas dado que se el nivel de emprendimiento ha aumentado. Micro negocios, que se realizan unipersonalmente refuerzan el

servicio por medio de plataformas digitales, realizando transacciones en cadena que les permite un crecimiento constante. Por lo que los cambios tecnológicos son aceptados por unos pero evitados por otros (por el desconocimiento que genera desconfianza).

Sin embargo, en este cambio tecnológico, incluso el Gobierno Ecuatoriano se ha involucrado y ya se han aprobado e incluido varios puntos y regulaciones con respecto al uso del dinero electrónico, están dirigidos a la transformación de un estado hacia un modelo social y solidario, buscando, como se menciona el Art. 283 en la Constitución de la Republica expedida en el año 2008, una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, Estado y mercado, reconociendo al ser humano como sujeto y fin para el cual se dirigen estos cambios, en su beneficio. Aunque el mecanismo que rige este nuevo sistema de dinero a través del Banco Central del Ecuador (BCE) es diferente al que se utilizan otras redes privadas que inclusive han llegado a emitir monedas virtuales como medio de pagos.

El objetivo primordial conocer el grado de aceptación tanto en el comprador como en el vendedor ecuatoriano del uso de la moneda virtual como un nuevo medio de pago en las transacciones comerciales. No solo se busca comprobar una hipótesis sino también informar a empresarios del país sobre las grandes aperturas que el uso de redes electrónicas para favorecer a la expansión de sus negocios.

CAPITULO I

PRELIMINARES

1.1 Justificación

Con la exigencia tecnológica de los últimos años, aumentan los procesos y técnicas de negociación que llevan a crear acuerdos y/o contratos de compra-venta de los cuales en su mayoría se resuelven con éxito, sin embargo el trámite es tedioso y toda información en cuanto las regulaciones y normas de comercio internacional son de esencial uso.

Esta investigación tiene como finalidad comprobar como la revolución tecnológica, ha cambiado y continúa cambiando el mundo de manera constante y rápida. La aplicación de nuevas técnicas de comercio y la apertura de nuevas oportunidades con la aplicación del comercio electrónico. Es necesario evaluar la posibilidad de un cambio sistemático en los modelos de pagos en las negociaciones, haciendo referencia a todos los puntos favorables y desfavorables, ya que cualquier falencia, repercutirá en la economía de los empresarios y/o comerciantes ecuatorianos.

El comercio electrónico es muy importante, y lamentablemente los métodos de pago online son limitados en nuestro país, y esto dificulta la realización de transacciones de compra-venta de servicios o productos.

Por esta razón es conveniente mostrar una evaluación de técnicas existentes y proponer la aplicación de nuevas formas de comercialización, presentando un cambio en el medio de pago disponible en las redes tecnológicas, como las comunidades digitales que relacionando los diversos sectores económicos del mundo fomentan una revolución en la actividad económica, que se basa en el uso de la tecnología, proporcionando información que ayudara a micro, pequeño y mediano empresario ecuatoriano en la toma decisiones y formulación de estrategias de mercado.

1.2 Antecedentes

El comercio y las economías internacionales siempre han tenido restricciones en las formas de pago incluso muchas veces las transacciones comerciales entre negocios en diferentes países se prefieren evitar. Pero he aquí, que incluso en 1950 cuando se implementó los pagos a través de una tarjeta de crédito no tuvo tal acogida en su uso sino hasta el año 1980.

La revolución tecnológica, transformo radicalmente los paradigmas de lo que hoy conocemos como comercio. La economía digital, globaliza los mercados a través de instrumentos digitales, incluso la las grandes organizaciones están convirtiéndose en empresas digitales lo que incrementa la creatividad y la competencia. Solo hasta el 2001 el 25% de los pagos se realizaban electrónicamente, actualmente más del 50% de los pagos son electrónicos. De esta necesidad nace la Revolución de Pago que prácticamente disminuye el uso de dinero fiduciario para las transacciones realizadas por internet.

Según el Diario Chileno La Tercera (16 de febrero del 2014), Milton Friedman predijo que algo que hacía falta y estaba por establecerse era el dinero electrónico de manera confiable, un sistema a través el cual se pueda realizar transferencias de un lugar a otro sin necesidad que los individuos se conozcan, de igual manera que se pudiera transferir un billete de \$100 y que la otra persona no sepa de quien proviene dicho billete.

Hace ya varias décadas se ha hablado de una sociedad sin dinero en efectivo, lo que se presenta en negocios B2C. Los empresarios apoyan los diversos pagos por su enfoque a la expansión. Habitualmente al realizar los pagos con tarjetas de crédito, transferencias, tarjetas de débito, débito directo de una cuenta bancaria, tarjetas regalo, y otros como PayPal, las tasas de interés y los costos adicionales desfavorecen y limitan estos mecanismos de pago.

Una propuesta a esto, la cual no despertó interés, fue en el año 1998, cuando el criptógrafo WeiDai había publicado en una lista de correo

electrónico Cypherpunk (es una lista de correo basado en un cifrado criptográfico con el fin de garantizar la privacidad de la persona que accede a una red, estas son utilizados especialmente por las autoridades gubernamentales) sobre un sistema de intercambio de valor diferente y la ejecución de contratos basados en una moneda electrónica que permitía a los usuarios o dueños mantenerse anónimos.

Esto muestra como las compañías buscan introducir sistemas de pago no tradicionales y una alternativa a esta demanda es el pago con monedas virtuales, las cuales son vistas como dinero en forma digital y no son emitidas ni reguladas por un banco central.

Con la gamificación estas monedas empezaron a emitirse como medio de pagos para juegos en línea, utilizado en redes sociales; evolucionando hasta ser aceptadas en la vida real. Facebook, por ejemplo, tiene su sistema de pago llamado Facebook Credits lanzada en mayo de 2009; posteriormente, en agosto de 2010 Google anuncio la adquisición del sistema de pago Social Gold de la plataforma de moneda virtual Jambool por \$70 millones, con el cual los usuarios realizan pagos directamente dentro de sus juegos y aplicaciones.

El neoliberalismo ya hace 15 años atrás había anticipado la emersión de una moneda cibernética para efectuar transacciones en internet, que en aquel tiempo era un poco imposible de suceder por la falta de seguridad en línea pero pese a esto en esa época el internet ya era conmutado y google apenas contaba con ocho empleados.

Posteriormente en el año 2008, cuando las crisis bancarias comienzan a azotar fuertemente la economía de países emergentes, y estas entidades son obligadas a tomar decisiones drásticas para incrementar la liquidez en sus sistemas, es así como surge la primera moneda virtual denominada Bitcoin. De la cantidad de monedas virtuales que existen actualmente, nos referiremos a esta, porque esta única y novedosa moneda, denominada también como “criptomoneda” llegó con la finalidad de solucionar las

transferencias de dinero, favoreciendo la limitación de emisión en la deflación de los precios, proponiendo la apertura total de una cuenta sin el control de algún ente estatal y contando con transacciones reales de una cuenta hacia otra. Un dato importante, es que en el año 2013 bitcoin llega a valer más que una onza de plata y en marzo del mismo año logro pasar los mil millones de dólares. En el mes de octubre del mismo año se crea al público el primer cajero automático que remiten bitcoins en Vancouver, Canadá.

Según un artículo de la revista MIT Technology Review (2013) Las empresas comerciales centradas en monedas virtuales como el Bitcoin, están cobrando impulso en parte gracias a gente arriesgada y emprendedora, quienes, después de comprar grandes cantidades de Bitcoins a principios de su corta historia, ha visto como su valor se ha disparado y ahora está en grandes condiciones de invertir.

Esto es solo hablando de Bitcoin, ya que debido a la gran acogida que tuvo y tiene es el ejemplo para varios de los nuevos operadores que utilizan la criptografía para realizar nuevos negocios.

En Ecuador existen muy pocas alternativas de comercializar y pagar online. Solo se usan los conocidos, que se encierran en tarjetas de crédito, y el uso de pasarelas que varias de las veces solo son útiles con tarjetas específicas. A esto podemos sumarle que varios microempresarios no poseen tarjetas de crédito y las transacciones que realizan son mediante depósitos en agencias bancarias.

Actualmente es el medio aprovechado por varios usuarios, busca cambiar paradigmas, permitiendo la interacción y publicación (actualización) de la información constantemente. Sin embargo, en el Ecuador debido a la falta de información estas nuevas técnicas de comercio electrónico genera desconfianza en las personas.

1.3 Planteamiento del Problema

La masificación de productos y servicios tecnológicos, junto con el desarrollo del comercio internacional ha generado una creciente demanda de bienes y servicios; y desarrolla una dinámica en la cual se involucran nuevos negocios que utilizan las plataformas digitales para transitar de manera ágil y eficiente dejando atrás el comercio tradicional de compra-venta. El país sigue realizando transacciones de manera tradicional y nuestra balanza comercial no mejora en cifras. Evidentemente no se está aprovechando la dinámica del comercio digital para expandir el comercio desde el Ecuador al mundo y la costumbre de negociar aun con dinero fiduciario ya existiendo nuevas técnicas en el comercio da mucho de qué hablar con respecto a la inseguridad y poco interés emprendedor que presenta la comunidad entera.

Hasta ahora, cualquier transacción de dinero a distancia implicaba una comisión para alguna de las partes -emisor o receptor- y tenía que pasar por un sistema centralizado y supervisado por los gobiernos y los bancos centrales: transferencia bancaria, giro postal, VISA, PayPal, Western Union, SWIFT, etc. Así, los estados podían ejercer un control sobre la actividad económica de cara a la aplicación de los impuestos, al igual que para impedir las actividades ilegales.

En este trabajo, se propone una solución al problema de la inseguridad y falta de información de métodos nuevos en el comercio internacional digital tales como las monedas virtuales o dinero electrónico en el E-business, para con esto dejar a un lado lo rutinario, que en este caso sería la moneda tradicional, que genera altos intereses y está regulada por entes bancarias que nos perjudican a nuestra labor comercial y así emerger en el ámbito de los negocios nacionales hacia el exterior.

1.4 Formulación del Problema

En vista de lo anteriormente presentado, en la formulación del problema tenemos la siguiente pregunta:

¿Los propietarios de microempresas usaran plataformas de comunidades digitales cuyo medio de pago son monedas virtuales para la comprar desde y vender hacia mercados internacionales?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Evaluar la factibilidad del uso de monedas virtuales como medio de pago en las transacciones B2B y B2C de empresarios ecuatorianos para potenciar el comercio internacional del Ecuador.

1.5.2 Objetivo Específicos

1. Analizar los cambios tecnológicos que facilitan las transacciones en el entorno económico mundial.
2. Evaluar los beneficios e inconvenientes de implementar el uso de la moneda virtual o sustituir la forma de pago tradicional en las transacciones de compra-venta.
3. Indicar a los empresarios acerca de las monedas alternativas que se presentan actualmente en el ámbito comercial.
4. Informar a los empresarios sobre el uso de plataformas digitales que se manejan con monedas virtuales para aumentar sus ventas fuera del país.
5. Investigar el grado de conocimiento y actitudes de los empresarios con respecto al uso de las monedas virtuales.
6. Determinar los factores que limitan el uso de plataformas virtuales en el comercio electrónico cuyo medio de pago sean monedas virtuales.

1.6 Formulación de la Hipótesis

Los empresarios están dispuestos a utilizar plataformas de comunidades digitales cuyo medio de pago sean monedas virtuales beneficiando sus actividades económicas al incrementar sus ventas hacia mercados internacionales.

CAPITULO II

MARCO CONTEXTUAL

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Microempresas

Autores como Nicolás Sánchez (2005), definen una microempresa como una unidad de producción, que ofrece bienes y servicios donde el propietario lleva a cabo la mayoría de las actividades que demanda el negocio. Tienen la capacidad de acoger de entre tres a más de cinco personas remuneradas, que por lo general son familiares o conocidos del sector donde se ubica la empresa.

Esta es una de varias definiciones la cual se rescata, ya que las microempresas, se las puede tomar como unipersonales y como un generador de plazas de empleo, ya sea a familiares o personas de la comunidad en particular.

La Agencia de Estados Unidos para el desarrollo Internacional USAID (2004-2005), define a una microempresa como un negocio, poseído y operado por una persona o un grupo familiar, que desarrolla una actividad de comercio, producción, o servicio que posee menos de 10 empleados. Cuyos ingresos son relativamente bajos y además constituye la principal fuente de ingresos en su hogar. En su mayoría son operadas de manera informal y por personas relativamente pobres, con niveles de educación bajos, limitación tecnológica y entrenamiento profesional.

En general, estos negocios surgen de la necesidad de obtener recursos independientemente.

2.1.1.1 Características de Microempresas

Los principales aspectos que caracterizan a estas microempresas según Navas, D y Frediani, R (2001)

- El propietario administra y mantiene el control sobre la empresa
- Bajos niveles de ingreso, de productividad y de nivel tecnológico
- Escasos volúmenes de capital y de inversión
- Dirección poco especializada
- Uso de mano de obra familiar
- Vulnerables a cambios repentinos
- Carencia de eficiencia interna

2.1.1.2 Clasificación de las Microempresas

Debido a que estas se crean a través de una necesidad, tienen varias clasificaciones o divisiones en diferentes áreas como son:

a) Según su actividad

- ✓ **Producción:** Son aquellas que manufacturan o producen artículos, bienes en pequeñas cantidades y por lo general los venden al consumidor final.
 - *Por copia:* bienes que ya están en el mercado
 - *Innovadora:* Le da valor agregado a productos que ya están en el mercado o produce nuevos.
- ✓ **Comercio:** Realizan la actividad de compra-venta de productos, por lo general bienes de consumo. Por ejemplo las tiendas del barrio.
- ✓ **Servicio:** Por lo general ofrecen servicios a otras empresas, pueden ser de limpieza, jardinería, asistencia técnica, etc

b) Según la Potencialidad o Capacidad de Desarrollo

- ✓ **De Subsistencia:** Poseen bajos niveles de productividad, no generan suficiente acumulación de capital para producir, sino más bien alcanza a remunerar el trabajo.

- ✓ **De Acumulación Simple:** Los excedentes que generan alcanzan para cubrir el costo del proceso productivo y no les permite invertir capital.
- ✓ **De acumulación Amplia:** Estas generalmente están manejadas por dueños que poseen educación superior. Alcanzan a producir excedentes e invertir capital, elevando la producción y creando puestos de trabajo según contempla la ley.

c) Según la Propiedad del Capital

- ✓ **Unipersonales:** Donde el dueño es una sola persona. Esta permite al empresario destinar parte de sus bienes y/o conocimientos a la realización de determinados negocios.
- ✓ **Asociativa:** Cuando el número de personas es mayor a uno. Esta también se pueden denominar familiares.

d) Según la cantidad de Funciones

- ✓ **De función Única:** Desarrollan una sola actividad
- ✓ **De función Múltiple:** Incorpora varias funciones y su gestión es más complicada.

2.1.2 Microempresas en el Ecuador

De acuerdo a los datos proporcionados por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y la Comunidad Andina de Naciones (CAN) su definición se debe a que esta solo trabaja de 1 a 9 personas. Los negocios que realiza son directos, por lo general ofrecen un solo producto o servicio, no entregan créditos. El valor bruto de sus ventas al año no debe ser mayor a \$100.000 y sus activos deben ser menores a \$100.00.

Tabla 1 Fortalezas y Debilidades de las Microempresas

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Representan el 95% de las unidades productivas del país.• Generan hasta el 60% de empleo• Existe un amplio potencial redistributivo• Tienen una gran capacidad de generación de empleo• Su capacidad de adaptación es muy amplia.• Presentan gran flexibilidad frente a los cambios.• La estructura del negocio es horizontal.	<ul style="list-style-type: none">• La tecnología y maquinaria que poseen para la fabricación de productos es limitada y/o inadecuada.• El personal no está suficientemente capacitado.• El financiamiento es insuficiente.• Su capacidad de producción se limita.• Insuficiente conocimiento de los parámetros de calidad en otros países.

Fuente: CEPAL Ecuador
Elaboración: Los autores

Lo que se rescata de este punto es que las microempresas en Ecuador a pesar de sus debilidades son muy abiertas a los cambios, ya sea por su visión o capacidad de emprendimiento y esto permite que nuevas oportunidades de cambio con respecto a las técnicas de comercio sean potencialmente aceptadas.

La mayor concentración de estas microempresas se encuentra en sectores de comercio, manufactura, artesanías en las que también se involucra los negocios de economía popular y solidaria. Estos negocios son los que más generan empleo en el Ecuador.

2.1.2.1 Evolución de las Microempresas en el Ecuador

En el Ecuador las primeras microempresas fueron de tipo artesanal, las cuales se formaron después de la crisis de los 80s por ex empleados de fábricas textiles, de cuero, madera, metales y por colaboradores de centros artesanales. De ahí aumenta la creación de establecimientos como: panaderías, bazares, talleres mecánicos, carpinterías, papelerías, tiendas, peluquerías, restaurantes.

Estas se caracterizaban por: no tener tecnología, poco capital, mucha mano de obra y poca producción, no tenían conocimientos de administración por lo que no buscaban financiamiento. Respondieron a las necesidades inmediatas, generando subempleo.

Ya para los 90s se registró un aumento de microempresas, y la realidad económica de debieron afrontar, su estructura administrativa y financiera fue muy débil y varias desaparecieron.

Sin embargo, estas fueron organizadas por personas emprendedoras, las cuales se adaptan a los medios y se desenvuelven. A continuación se presentan varias de las características de un emprendedor.

- *Características de emprendedores, como empresario exitoso:* su principal característica es el trabajo duro, el enfoque en hacer las cosas de la mejor manera, tiene buenas ideas tanto en la producción como en la administración y venta, es flexible y abierto a cambios a los cuales se anticipa y adapta con facilidad, tiene plena confianza en lo que realiza, es firme y evoluciona constantemente.

Estas características están ligadas al proceso de desarrollo de la micro empresa el cual es acelerado. Y se observa los cambios y grandes diferencias entre las microempresas en el pasado con las actuales que se

enfocan hacia el futuro, ya que están dirigidas por profesionales que aplican conocimientos en gestión empresarial.

A pesar de que para ese entonces, la informalidad era mínima y al menos el 50% de las microempresas cumplían con los requerimientos de ley como tener el Registro Único de Contribuyente y realizar el pago de impuestos; después de la crisis financiera hizo que para el año 2000 el desempleo aumente y obliga a casi dos millones de ecuatorianos a salir al extranjero.

Posteriormente con el aumento de la tecnificación de las grandes empresas, genera disminución de la mano de obra para la producción, lo que ocasiona el aumento de la población económicamente activa independiente.

Desde entonces podemos decir que la economía informal se ha destacado en gran manera, como es el caso de los vendedores ambulantes. Lo que generó preocupación y se creó un Instituto Nacional de Economía Popular y solidaria con el fin de cooperación a este sector popular de la economía basándose el Plan Nacional del Buen Vivir, esta entidad adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social, cuya misión es: *“proponer y ejecutar políticas, impulsar programas y proyectos, desarrollar estudios y articular los circuitos económicos que fortalezcan las capacidades de las organizaciones y actores de la Economía Popular y Solidaria”*.

Con el fin de dar apoyo y enriquecer con conocimientos al sector popular, (que por tantos años ha buscado salir a delante por cuenta propia para dar sostenibilidad a sus familias) diferentes entidades gubernamentales están de acuerdo en beneficiar a este sector con los objetivos de:

- ✓ Crear capacidades,
- ✓ Crear condiciones,
- ✓ Generar oportunidades,

De aquí se destacan programas que se enfocan al desarrollo y las buenas actividades como: Buen Alimento, Buen Turismo, Buen Hábitat, Buena Manufactura y Buen Servicio.

2.1.2.2 Importancia de Microempresas en el Ecuador

Estadísticas generales, según documentación del Plan nacional del Buen Vivir se muestra que la Superintendencia de Compañías registra 38.000 compañías, de las cuales se estima que el 56% son microempresas que se dedican a varias actividades económicas. Por otro lado según el Servicio de Rentas Internas (SRI) informa que según el volumen de ventas el 64% de las compañías se consideran microempresas.

La importancia de estas microempresas de acuerdo a sus fortalezas, es que proveen trabajo a un gran porcentaje de los trabajadores de ingresos medios y bajos. Alrededor de 1'018.135 personas son trabajadores de microempresas.

Se estima que existen alrededor de 1'400.000 microempresas formales e informales en el país, y estas aportan con el 12% del PIB.

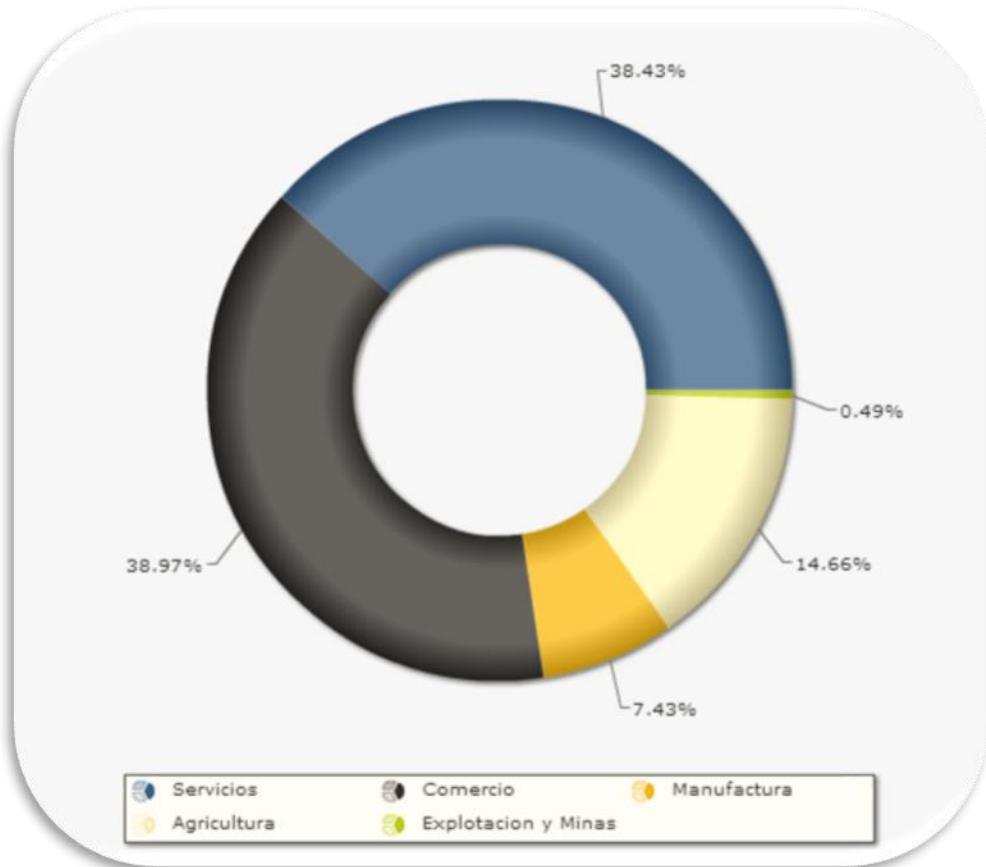
Las microempresas no solo aportan y proveen trabajo sino también son la mayor parte de emprendimiento en sectores económicos poco explorados y explotados, lo que le da mayor valor agregado a las actividades que realizan.

Su aporte con la comunidad y la economía del país se resalta por que se fomenta la elaboración de artesanías, la implementación de pequeños negocios, la incursión en la elaboración de nuevos productos y la pequeña industria, los comerciantes minoristas y los informales.

2.1.2.3 Principales Actividades Económicas en el Ecuador

Según el censo económico del año 2010 en Ecuador las actividades que más se realizan son de comercio con el 38.97%, seguido del servicio con el 38.43%, agricultura con 14.66%, manufactura con 7.43% y explotación y minas 0.49% (Grafico #1)

Gráfico 1 Sectores de la Economía en Ecuador



Fuente: INEC

Las principales actividades que realizan estas microempresas, (como lo muestra el Grafico #1) 38.97% en comercio, Servicios con 38.43%, seguido por la agricultura y manufactura con 14.66% y 7.43% y finalmente la minería con 0.49%.

Según Censo Económico (2010) señala que el 93% de un total de 511.130 establecimientos eran microempresas. Donde hay mayor influencia de venta al por menor como tiendas de barrio. Los servicios, están electricistas, reparadores, mecánicos, gabinetes, etc. La manufactura está basada en la elaboración de muebles, telas, trajes, artesanías, panaderías, calzado, etc.

Entre los datos más destacados del censo económico del 2010 se vio que Guayaquil existen 88.913 establecimientos económicos visibles, que durante en 2009 emplearon a 441.976 personas. Además, el perfil

económico del cantón mostró que los ingresos por ventas generaron 35.507 millones de dólares y se invirtieron 671,7 millones de dólares en activos fijos.

2.1.2.4 Principales Actividades Económicas en Guayaquil

En la ciudad de Guayaquil, según datos del INEC existen 81.598 microempresas se encuentran dentro del rango de 1 a 9 trabajadores y cuyos ingresos no superan los \$10,000.00

Tabla 2 Actividades de las Microempresas en Guayaquil

PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LAS MICROEMPRESAS EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	#	%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.	50	0.06%
Explotación de minas y canteras.	1	0.00%
Industria manufacturera	6395	7.84%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	7	0.01%
Distribución de agua, alcantarillado, gestión de desechos	18	0.02%
Construcción	171	0.21%
Comercio al por mayor y menor, reparación de vehículos	48418	59.34%
Transporte y almacenamiento	723	0.89%
Actividades de alojamiento y servicio de comida	7847	9.62%
Información y comunicación	2995	3.67%
Actividades financieras y de seguros	236	0.29%
Actividades inmobiliarias	349	0.43%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	1592	1.95%
Actividades de servicio administrativo y de apoyo	767	0.94%
Administración pública y defensa; planes de seguridad social	183	0.22%
Enseñanza	1343	1.65%
Actividades de atención de la salud humana y asistencias	2474	3.03%
Artes, entretenimiento y recreación	768	0.94%
Otras actividades de servicios	7255	8.89%
Actividades de Organizaciones y Órganos Extraterritoriales	6	0.01%
TOTAL	81598	100.00%

Fuente: INEC

Elaboración: Los Autores

2.1.3 Comercio Tradicional y sus características

Se hace mención al tema debido a que en países en vías de desarrollo como lo es Ecuador aun este tipo de comercios se realiza, en pequeñas proporciones pero aun es la base de varios negocios dirigidos por microempresarios informales por lo general.

Este comercio es la actividad de compra-venta que necesita la presencia física tanto del vendedor como el comprador, en un lugar o establecimiento fijo. A pesar de la evolución que tuvo desde el trueque hacia el concepto monetario, e comercio tradicional es limitado y las personas que aun recurren a él son aquellas que no tienen conocimiento de la evolución tecnológica, ya que la forma de promocionar su negocio es la de siglos pasados, al igual que el uso de dinero fiduciario como medio de pago. Es decir, la tradición que se heredó desde hace ya 100 años.

Tabla 3 Características del Comercio Tradicional.

CARACTERISTICAS DEL COMERCIO TRADICIONAL	
ESTRATEGIA DE COMERCIO	Posee una estrategia Push, la cual demanda del comerciante mucho esfuerzo, para dar a conocer los productos que este ofrece. Informar constantemente.
CAPITAL HUMANO	Concentra sus actividades en la producción, por lo que siempre se necesitaran mano de obra, vendedores y el desplazamiento del mismo.
TIEMPO	Debido a que se tiene que abrir el establecimiento este los ata a un horario de atención.

CAPITAL CIRCULANTE Y FISICO	Demanda grandes inversiones (si se quiere expandir, abrir nuevos establecimientos), pago de cuentas fijas que no se pueden evadir, renovación de stock. Lo que también equivale a inversión de tiempo y esfuerzo.
TIPO DE PAGO	Solo se aceptan pagos efectivos (se entregan créditos), y en unos pocos tarjetas de crédito.
PUBLICIDAD	Lo hace desde el mismo lugar de trabajo mientras está vendiendo o realiza recorridos informando a cerca de sus ofertas y/o promociones. Lo que le impide realizar el seguimiento de sus clientes.

Elaborado por: Los autores

Los que apuestan por este tipo de negocio son las personas de países en vías de desarrollo o como aún se los llama de tercer mundo que tienen como actores principales a los productores, distribuidores o intermediarios y finalmente consumidores.

Dentro de este tipo de comercio se destacan diferentes barreras culturales que impiden al empresario triunfar:

- ✓ *Estructuras piramidales:* en las cuales se aceptan órdenes de los que están en niveles jerárquicos altos.
- ✓ *La inmoralidad y falta de principios:* donde los más astutos perjudican a otros por deshonestidad y falta de lealtad.
- ✓ *La desconfianza y el temor al cambio:* lo cual es responsabilidad de las autoridades, las cuales no han sabido dirigir y entregar la suficiente información y/o entrenamiento. Esto ocasiona también una resistencia al cambio, aferrándose a las tradiciones pasadas.
- ✓ *Exceso de independencia y codependencia:* la primera se prefiere trabajar sin ayuda, ya sea por carácter personal o por motivación de

dinero. Por otro lado en la codependencia cuando se está pendiente de las preocupaciones de los demás.

2.1.3.1 Medios de Pago tradicionales

En esta parte utilizaremos como fuente bibliográfica el libro E-commerce, negocios, tecnología, sociedad Cuarta Edición de Kenneth Laudon y Carol Traver. Donde vemos los sistemas de pago tradicionales que son:

- **Efectivo:** Este puede convertirse al instante en otras formas de valor sin que intervengan terceros. Pero es necesario que los negociadores se encuentren físicamente en algún establecimiento. Estas son monedas de curso legal definidas por una autoridad nacional para representar un valor.
- **Transferencia de cheques:** Esta es la segunda forma más común de pago para pequeñas y grandes cantidades de dinero. Se basa en la transferencia de un cheque firmado a un comerciante u otros. Sin embargo el uso de este sistema presenta varios problemas como son: que al intervenir de entidades financieras se deben cancelar intereses si no hay saldo disponible en la cuenta.
- **Tarjeta de Crédito:** estas son utilizadas para diferir pagos por los consumidores a varios distribuidores al mismo tiempo. Los bancos son autorizados por la Asociación de tarjetas de crédito como Visa y MasterCard a emitir estas tarjetas. Por lo que con intervención de terceros como son los bancos se debe cancelar cuotas de transacción del 3 al 5%.
- **Valor Almacenado:** Estas demandan una cuenta de depósito, para poder realizar transacciones. Pueden ser tarjetas de débito, tarjetas regalo, tarjetas pre-pagadas o tarjetas inteligentes.
- **Saldo Acumulado:** Son cuentas que se crean en varios establecimientos, y los consumidores cancelan periódicamente. Como son servicios básicos, entre otros que se pueden aceptar en

establecimientos comerciales, estas cuentas finalmente son canceladas con efectivo y/o similares.

2.1.4 El Dinero Creado y Regulado por una entidad Financiera Capitalista

El dinero o moneda, creado a través del tiempo como medio de pago y/o intercambio para facilitar el comercio, actualmente es la base principal de un gobierno capitalista, impuesta por los bancos, la cual no tiene respaldo en dinero con valor intrínseco como oro o plata. Desde un análisis más profundo de la temática con respecto a la creación del dinero en la actualidad, como se puede observar en un documental animado producido por Paul Grignon llamado "Money as Debt", este dinero se genera a través de una deuda.

Adam Smith (1776), definió a la moneda como la herramienta de uso universal que favorece a las naciones civilizadas, que por el uso intrínseco que esta tiene se realizan actividades de compra-venta que permutan todo tipo de bienes.

La moneda es un medio común de intercambio o de un valor depositado, que fue creada por el sistema bancario a raíz de la deuda comercial, pública y privada. Esta moneda ha sido regulada desde entonces por los gobiernos y bancos. Citando a Graham Towars "... todo el dinero nuevo que sale de un banco es en forma de préstamos." "Dado que los préstamos son deudas, entonces bajo el sistema actual todo el dinero es deuda"

Y como se crea esta deuda, es básicamente entender el movimiento que mantiene al sistema financiero. En resumen, se ha observado el manejo del dinero en los bancos o intermediarios financieros, este se crea a través de una deuda, los gobiernos y/o personas naturales solicitan un préstamo y firman un papel en el que se comprometen a pagar por "el dinero otorgado de un banco por un préstamo adquirido" incluyendo un valor adicional, al cual llamamos interés, este pago obliga a los gobiernos a incrementar los

impuestos lo que resulta en inflación y finalmente este papelito representa una deuda, de la cual no se ha recibido ningún dinero físico, por el cual los pobres trabajan y los ricos se llenan los bolsillos.

Según Friedman (1963) La inflación es siempre y en todas partes un fenómeno monetario. *Hoy en día las personas no son conscientes de lo que realmente es el dinero*, como aseguro Philip Coggan, autor del Libro: Promesas de papel, Dinero, Deuda y un nuevo Paradigma Financiero y editor jefe de la revista "The Economist".

Sin embargo este dinero no existente (dinero, el cual desde el principio fue aceptado por los gobiernos que otorgaron la potestad a los bancos de generar dinero de la nada al entregar préstamos.)es el más utilizado en el mundo como medio de pago para cada negocio, por lo que se ha creado una deuda que nunca se pagará. Desde un punto de vista más directo, el dinero ha sido idealizado por la gente debido a la importancia que se le dio, por banqueros y gobiernos hasta el caramelero que se encuentra trabajando todos los días debajo de un semáforo para pagar una deuda que no sabe que tiene.

2.1.5 El uso de internet en el mundo

Como se muestra en la tabla # 4 los porcentajes totales de usuarios de internet en relación a cualquier actividad. De este total, tenemos que por región del total de habitantes se desprende el porcentaje de usuarios. Incluido el crecimiento del uso en 12 años tomando el año 2000 como base hasta el 2012. Así tenemos que:

**Tabla 4 Estadísticas del uso de Internet en el
Mundo**

WORLD INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS June 30, 2012						
World Regions	Population (2012 Est.)	Internet Users Dec. 31, 2000	Internet Users Latest Data	Penetration (% Population)	Growth 2000-2012	Users % of Table
<u>Africa</u>	1,073,380,925	4,514,400	167,335,676	15.6 %	3,606.7 %	7.0 %
<u>Asia</u>	3,922,066,987	114,304,000	1,076,681,059	27.5 %	841.9 %	44.8 %
<u>Europe</u>	820,918,446	105,096,093	518,512,109	63.2 %	393.4 %	21.5 %
<u>Middle East</u>	223,608,203	3,284,800	90,000,455	40.2 %	2,639.9 %	3.7 %
<u>North America</u>	348,280,154	108,096,800	273,785,413	78.6 %	153.3 %	11.4 %
<u>Latin America / Caribbean</u>	593,688,638	18,068,919	254,915,745	42.9 %	1,310.8 %	10.6 %
<u>Oceania / Australia</u>	35,903,569	7,620,480	24,287,919	67.6 %	218.7 %	1.0 %
<u>WORLD TOTAL</u>	7,017,846,922	360,985,492	2,405,518,376	34.3 %	566.4 %	100.0 %

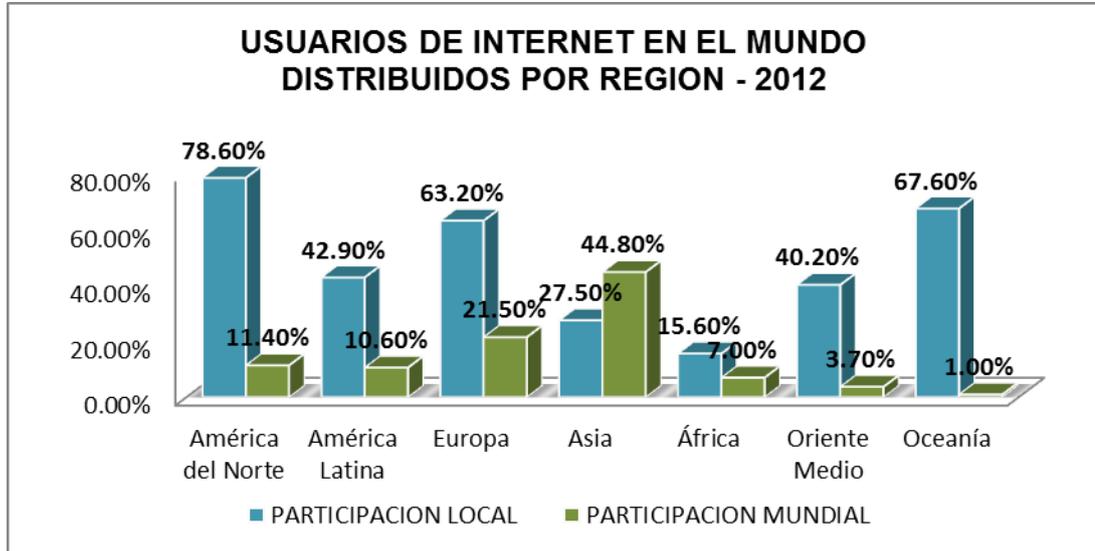
Fuente: Internet World Stats – www.internetworldstats.com

Estos datos muestran la participación mundial de usuarios de internet, sin importar la actividad que registre. Donde podemos notar que del total de la población mundial estimada, solo el 34.3% tiene participación en uso de internet.

Por otro lado observamos que América Latina tiene una población estimada de 593.688.638 de la cual solo el 42.9% utiliza internet, un porcentaje menor a Europa (63.2%) y América del Norte (78.6%) lo que se calcula también de acuerdo a su población.

En el siguiente grafico se realiza la comparación entre la participación local de usuarios y que porcentaje representa a nivel mundial. Donde se observa que Asia a pesar de que localmente tienen una penetración del 27.5% es la región con mayor penetración a nivel mundial con 44.8%.

Gráfico 2 Comparación del porcentaje de penetración en el uso de internet en el mundo distribuidos por región



Fuentes: Internet World Stats – www.internetworldstats.com
 Elaboración: Autores

2.1.6 Comercio Electrónico

Laudon K. y Guercio C. (2007) lo definen como la implicación de transacciones capacitadas de manera digital entre las organizaciones y el individuo. Lo que implica un intercambio de valores (dinero) a través de los límites organizacionales o individuales, a cambio de productos o servicios.

Los intercambios digitales son habilitados gracias al uso de redes. Estos buscan beneficiar a los usuarios que pretenden ofertar y/o comprar bienes o servicios delimitado por el dinero fiduciario como medio de pago. Sin embargo este tipo de intercambios no se limita y más bien trasciende y busca expandir las posibilidades por lo que actualmente se utiliza dinero digital como medio de pago en varias transacciones a nivel mundial.

Internet se ha convertido en una necesidad para una gran parte de la población mundial hoy en día, sin ninguna diferencia entre la edad, el color, la religión, la nacionalidad o el sexo.

Internet ha transformado la práctica del comercio internacional. En la comercialización internacional, el uso de sitios web ha permitido incluso que pequeñas empresas lleguen a audiencias globales. En la investigación de mercado internacional, Internet ha permitido a los operadores aprovechar fácilmente las grandes bases de datos.

Empresas de transporte internacional ofrecen ahora de forma rutinaria de seguimiento electrónico de envíos para la comodidad de los exportadores e importadores. Los bancos permiten a los operadores ofrecer el pago y los documentos conexos de forma electrónica.

Es así como nuevos productos y servicios se están convirtiendo rápidamente disponibles, pero los negocios también requieren atención a cuestiones como la protección de datos y controlar el acceso a las computadoras y redes.

2.1.6.1 Tipos de comercio electrónico

Existen diferentes variedades de comercio electrónico y cada uno recibe su nombre basado al tipo de comprador y vendedor. Los tipos de correo electrónico se mencionan a continuación.

- ✓ **B2B (Business to Business):** Hace referencia a todas las transacciones comerciales electrónicas para el envío de documentos en línea como pedido de compras o facturas entre los proveedores y clientes empresariales, es decir, de empresa a empresa.
- ✓ **B2C (Business to Consumer):** Hace referencia a la relación entre una empresa productora, vendedora o prestadora de servicio y el consumidor final en la cual se desarrolla una venta comercial donde existen intermediarios en línea que son compañías que dan su servicio al realizar la transacción electrónica entre comprador-vendedor.
- ✓ **C2C (Consumer to Consumer):** Hace referencia al comercio electrónico entre usuarios particulares de internet. La comercialización

de bienes o servicios no involucra productores pero si a un consumidor final con otro consumidor final, sin la necesidad de tener intermediarios.

- ✓ **G2C (Government to Consumer):** Hace referencia al vínculo en el comercio que existe entre gobiernos, provinciales, federales o municipales y los consumidores, por ejemplo: el pago de impuestos, multas y tarifas públicas.
- ✓ **G2B (Government to Business):** Hace referencia a los negocios existentes entre gobierno y empresas, por ejemplo: las compras del Estado a través de internet por medio de licitaciones, concurso de precios, etc.
- ✓ **P2P (Peer to Peer):** Hace referencia al uso de la tecnología de igual a igual, que permite a los usuarios de internet compartir archivos, sin tener que pasar a través de un servidor central. En esta red se permite el intercambio directo de información, entre los ordenadores interconectados.

2.1.6.2 Uso de la Web para el Comercio Internacional

a) Como una herramienta super-biblioteca y estudios de mercado

El crecimiento de Internet ha revolucionado muchos negocios y el comportamiento del consumidor. Es una herramienta alternativa para investigación de mercado, rápida y sencilla para obtener información. Internet también permite obtener información más detallada a percibir que las encuestas tradicionales. Motores de búsqueda popular incluyen Google, Yahoo, Altavista, etc.

Como una breve muestra de las fuentes de datos relacionados con el comercio disponible en Internet, que proporcionan diferente información como dimensiones culturales, políticas, economía, marketing, etc... considere lo siguiente:

- ♣ www.webofculture.com
- ♣ www.oecd.org
- ♣ www.euromonitor.com
- ♣ usatrade.census.gov

b) Como la clave para un sitio web de comercialización

Hoy en día es muy fácil de crear páginas web utilizando software como Front Page de Microsoft o un sueño tejedor de Macromedia, pero el diseño adecuado para una página requiere un profesional. Incluso hay profesionales que pueden ayudar a mejorar la apariencia de su sitio, pero algunos de estos diseñadores no son capaces de desarrollar un complejo sistema de bases de datos que la mayoría de las empresas necesitan.

Con el fin de tomar ventaja en el mercado siempre es importante pensar en el potencial decrecimiento y la evolución de la página. Muchas empresas se preguntan:

- ¿Su sitio requiere frecuentes o incluso, la actualización diaria?
- ¿Se proporcionará su información en varios idiomas?
- ¿Va a pedir a los visitantes que rellenen un formulario con el fin de obtener el acceso a partes de su sitio?

Dependiendo del tipo de negocio y también para mantener un equilibrio en el mercado de las empresas deben mantener la calidad del sitio, tener en cuenta las técnicas de comercio electrónico transaccional por lo que tiene que tomaren cuenta las restricciones legales de cada país para comercio electrónico.

c) Como medio de interacción por redes sociales

Actualmente, la comunicación no se limita al uso de celulares (llamadas o mensajes de texto), existen varias redes sociales en las cuales se pueden realizar publicaciones textuales, imágenes, videos. Para las grandes y

pequeñas compañías este es un medio de marketing viral el cual proporciona información a los usuarios y crea un ambiente más entretenido al buscar llamar su atención; incluso es utilizado para reclutar personal. Algunas de las redes sociales más utilizadas y conocidas son: Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, linkedin, Badoo, MySpace entre otras.

Redes sociales y su influencia en el comercio electrónico

Con el rápido crecimiento de internautas y de la presencia de estos en las redes sociales, el marketing encuentra en ellas una fuente de clientes muy grande e importante lo cual las redes también han sabido ajustarse y guiar sus plataformas a la venta.

El acceso a través de medios sociales puede tener un impacto muy elevado sobre la duración de la visita de los clientes en el sitio web, esto crea más oportunidades de venta.

A las redes sociales se las puede dividir en dos grandes grupos: las redes sociales profesionales, que tienen por objetivo principal el de fomentar, potenciar e incentivar las relaciones entre profesionales. Y, las redes sociales de ocio, cuyo principal objetivo es el de facilitar y fortalecer las relaciones personales entre los usuarios que la componen (INTECO, 2008, P.6)

d) El Internet y las transacciones comerciales internacionales

Ahora es posible utilizar el Internet para promover el consumo de productos y servicios que serán utilizados directamente en las negociaciones y transacciones. Incluso hay herramientas que ayudan hoy en día el comercio electrónico:

- ✓ **Paction:** Esta aplicación fue lanzada por la Cámara Internacional de Comercio en 2002, y permite a los compradores y vendedores negociar contratos directamente en línea siguiendo los mecanismos para vender y comprar productos internacionalmente. La aplicación se puede encontraren www.modelcontracts.com

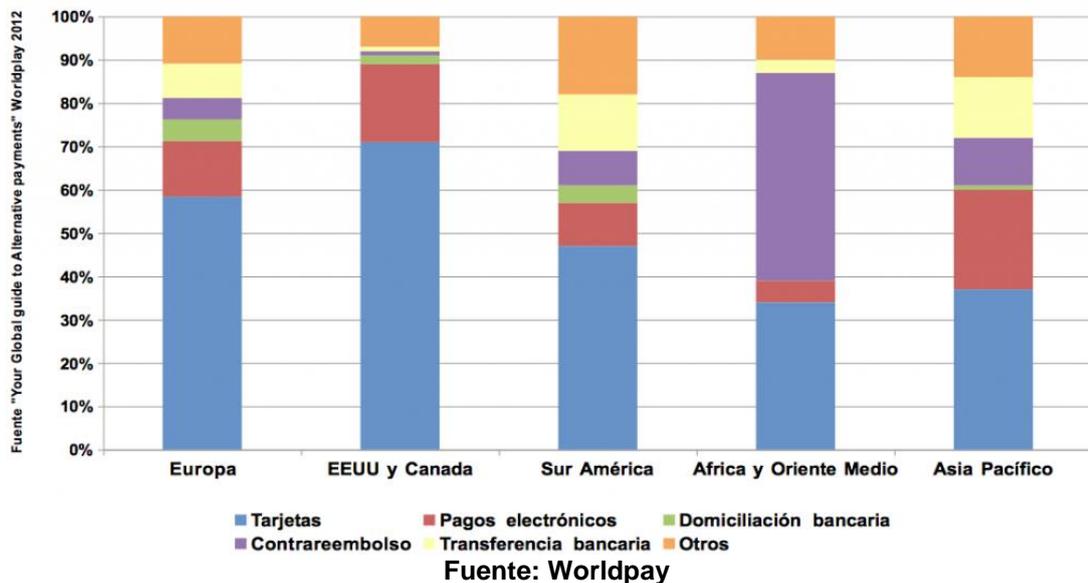
- ✓ **eUpc:** El complemento de la Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios para la presentación electrónica ("eUCP") complementa las Reglas y Usos Uniformes relativos a los Créditos Documentarios, a fin de dar cabida a la presentación de los documentos electrónicos, solos o en combinación con los documentos en papel.
- ✓ **Tarjeta del comercio:** Este es un servicio (b2b) para los pagos internacionales, también es una alternativa a otros dispositivos de pago internacionales. La aplicación se puede encontrar en www.tradecard.com
- ✓ **Bolero:** Proporciona una plataforma para el proceso de intercambio de documentos. Con este software el proceso de los documentos relacionados con las transacciones comerciales se ha reducido de 25 días a 24 horas. La aplicación se puede encontrar en www.bolero.net

2.1.6.3 Pagos por Internet

La realización de los pagos, ya sea por la adquisición de bienes o servicios es uno de los elementos fundamentales en el comercio en general y en el comercio electrónico en particular el vendedor y el comprador solo necesitan mostrar el compromiso en la realización de la transacción. En este ámbito el comercio electrónico presenta una problemática semejante a la que plantea en otros sistemas de compra no presencial, como por ejemplo en la compra por catálogo o telefónica:

- El comprador debe tener garantía sobre calidad, cantidad y características de los bienes que adquiere.
- El vendedor debe tener garantía del pago.
- La transacción debe tener un aceptable nivel de confidencialidad.

Gráfico 3 Métodos de Pago Online más usados en el Mundo hasta el año 2012



En el comercio electrónico los principales sistemas de pagos digitales según Kenneth C. Laudon y Carol Guercio Traver (2007), E-commerce negocios, tecnología, sociedad cuarta edición, son:

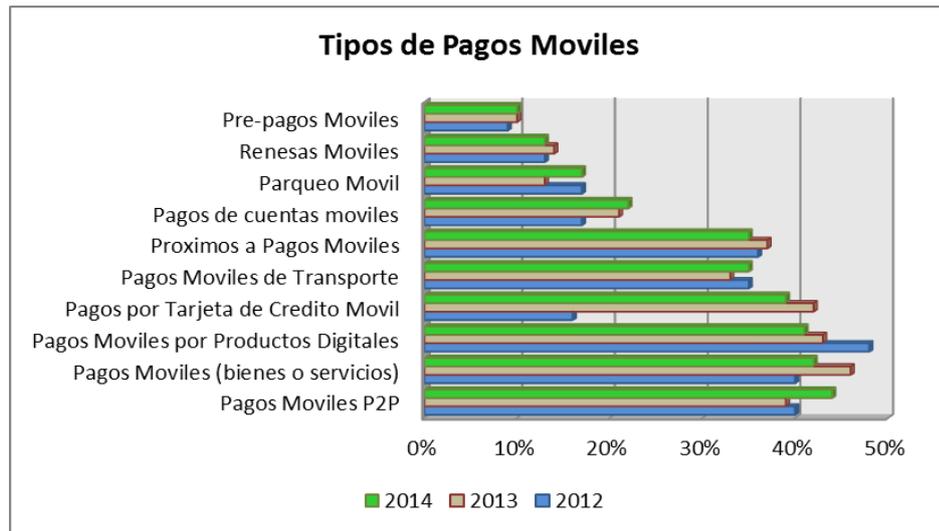
- ✓ **Transacciones con tarjeta de crédito en línea**, y estas representan la principal forma de pago en línea. En este sistema de pago hay cinco partes involucradas: consumidor, comerciante, cámara de compensación, banco mercantil o de adquisición y el banco emisor de la tarjeta de crédito del consumidor. Este sistema a pesar de ser el más confiable para los usuarios tiene varias limitaciones como son: seguridad, riesgo para el comerciante, el costo y la equidad social.
- ✓ **Carteras digitales**, las cuales emulan la funcionalidad de las carteras tradicionales, que contienen la identificación y de alguna forma un valor almacenado.
- ✓ **Efectivo Digital**, o e-cash fue una de las primeras formas de pago desarrolladas para el comercio electrónico. La idea de este sistema de pago fue el de transferir tokens (Token o pseudomoneda, es una ficha en forma de moneda acuñada por particulares, empresas, instituciones u organismos no oficiales. Estos sirven para adquirir ciertos bienes y servicios.) autenticados y únicos que representan el

valor en efectivo de los consumidores a los comerciantes. En este los bancos emiten los tokens digitales (números cifrados únicos) para varias denominaciones del efectivo. Sin embargo los pioneros de este sistema como DigiCash, First Virtual y Millicent, ya no ofrecen este servicio como se había ideado desde el principio ya que los protocolos de cambio a efectivo real eran muy complejos. Por otro lado E-gold es una moneda que está respaldada por lingotes de oro organizada bajo las leyes de Nevis.

- ✓ **Sistemas de Pago de Valor Almacenado en Línea**, este permite a los consumidores realizar pagos instantáneos en línea a los comerciantes y otros individuos, con base en el valor almacenado en una cuenta en línea. Por ejemplo las pasarelas (SSL, SecureSocketsLayers) PayPal, Google Wallet y Amazon Payments, estas denominadas pasarelas de pago que pueden ser lineal: donde el cliente llena un formulario y al realizar la compra el vendedor tiene acceso a la información, triangular: aquí se redirige al cliente hacia una entidad bancaria y en este caso solo la pasarela y la entidad bancaria tienen información del comprador; y de tres dominios: en este sistema se utiliza un código privado previamente otorgado al propietario de la tarjeta por la entidad emisora, Algunos servicios de autenticación son Verified by Visa y MasterCard Secure Code
- ✓ **Sistema de Saldo Acumulado Digitales**, los clientes realizan consumos por los cuales reciben una factura al final de un periodo, los cuales deben ser cancelados con cheques o tarjeta de crédito. Estos se utilizan por lo general para comprar música, libros o artículos de periódicos.
- ✓ **Sistema de Pago por Cheques Digitales**, con este se busca extender la funcionalidad de las cuentas de cheques existentes, para usarlas como herramienta de pagos en línea.
- ✓ **Sistemas de Pagos Inalámbricos**, es una nueva forma de comercializar, denominada comercio móvil, la cual se realiza a través de teléfonos celulares que actúan como carteras móviles. El país que ha desarrollado mas esta forma de comercio es Japón, donde los

teléfonos soportan sistemas de valor almacenado que se cargan mediante tarjetas de crédito, tarjetas de débito móvil que se enlazan con una cuenta bancaria; y tarjeta de crédito móvil. En 2007 existían ya más de 10 millones de teléfonos “cartea”

Gráfico 4 Aumento de Pagos Móviles en los últimos 2 años



Fuente: www.paymentscardsandmobile.com
 Elaboración: Autores

Sin embargo, existen otros sistemas que no se pueden considerar sistemas de pago electrónicos debido a su peculiaridad muy tradicionalista como:

- ✓ **Contrareembolso:** Es el medio de pago electrónico que utiliza o demanda la utilización de dinero fiduciario.
- ✓ **Transferencia Bancaria:** En el cual se utiliza plataformas de entidades bancarias, y se realiza traspaso de dinero de una cuenta personal de una entidad bancaria hacia otra cuenta personal de la misma u otra entidad bancaria.

2.1.7 El uso de las monedas virtuales en el mundo

En Argentina gente que va desde los 20 hasta los 50 años asiste a la feria oficial de bitcoin, que se realiza en Palermo Soho que fue escogida como ubicación para la primera feria de bitcoin del país en el 2011. Y donde se pueden adquirir cuadros, bisutería artesanal, accesorios, cursos educativos e incluso invitar a otras personas a restaurantes exclusivos tales como “El Histórico”, ubicado en San Telmo, que receptan monedas electrónicas y dinero fiduciario. Para el ingreso a la feria se requiere de una mínima colaboración que se efectúa mediante bitcoins o en efectivo.

Ilustración 1 Menú de un restaurante donde se aceptan Bitcoins



Fuente: Web

En estados Unidos, Sapan Shah, estudiante de postgrado con 24 años de edad, en la universidad de Lehigh, en Allentown, Pensilvania, posee una franquicia de Subway hace muy poco, donde se aceptan pagos con bitcoin, los fans de esta moneda han asistido de fuera del estado para visitar su tienda de sándwiches.

Con respecto al bitcoin desde que obtuvo más exposición al público en los últimos meses, Shah acordó que los precios de la moneda digital podrían representar una inflación. Un bitcoin valía 730 dólares a partir del mediodía del martes después de alcanzar un máximo histórico de 900 dólares el lunes (datos de mtgox.com del 19 Nov. 2013).

Los legisladores estadounidenses están reflexionando sobre la forma de regular la moneda. Muchos están preocupados de que podría ser utilizado

para cubrir actividades ilícitas en línea, tales como “infamoussilkroad”, un sitio web que las autoridades federales cerraron después de enterarse que aceptaban bitcoins a pagar por los narcóticos ilegales. Esta moneda también ha ganado fuerza entre los inversores notables, incluyendo The Cameron y Tyler Winklevoss.

Ilustración 2 Franquicia de Subway donde se aceptan Bitcoins



Fuente: Web

Por su parte en España ya se encuentra en un bar llamado “la complutense” desde el 19 de abril está en funcionamiento el primer cajero automático de monedas digitales, Bitcoin, el cual fue fabricado por la empresa Iberobit. Instalado Madrid; en Alcalá de Henares, ciudad patrimonio de la humanidad.

Otro de los avances de esta moneda es la llegada de la moneda virtual de Amazon desde el mes de mayo, Amazon Coin, fue presentada en EE UU y el Reino Unido desde el 2013 y sirve para hacer uso de las aplicaciones y complementos a través del KindleFire o con su propia aplicación de compra Amazon Appstore para Android.

Cada coin vale 0,01 Euros y se pueden comprar las monedas a través de los mismos portales. Esta moneda tiene un precio fijo por lo que no se compara con la famosa bitcoin, además de esto, Amazon no acepta bitcoin como medio de pago en sus tiendas. Su moneda particular pretende competir en el mercado de las divisas virtuales; busca primordialmente un medio para atraer y fidelizar clientes en su plataformas de Apps.

Ilustración 3 Modelo Referencial de AmazonCoin



Fuente: Web

2.1.7.1 Posiciones de las monedas virtuales en el mundo

El programa único de bitcoin, también denominado Bitcoin-Qt o cliente Satoshi, se usa como ubicación de la implantación de bitcoin. Cuando visualizamos la simple estadística, con los países ordenados por número de descargas, podemos llevarnos un impacto erróneo.

El listado de los veinte primeros países por número de descarga desde el lanzamiento del Bitcoin del 2009 hasta al 02-07-2014 queda así:

Tabla 5 Países con más descargas de la moneda digital bitcoin desde su inicio hasta julio del 2014

Posición	País	Descargas
1	Estados Unidos	1,434,241
2	China	731,263
3	Alemania	336,223
4	Rusia	315,796
5	Reino Unido	287,084
6	Canadá	209,798
7	Holanda	130,114
8	Australia	126,149
9	Polonia	124,759
10	Francia	106,793
11	Proxy Anónimo	91,270
12	Ucrania	89,690
13	Brasil	89,349
14	Italia	88,623
15	España	82,337
16	Suecia	81,645
17	India	52,205
18	Taiwan	41,280
19	Argentina	39,889
20	Dinamarca	39,559
72	Ecuador	2,867

Fuente: Sourceforge
Elaboración: Autores

Podemos visualizar dentro de la tabla de países con descargas de la moneda digital, que el Ecuador se encuentra situado en la posición 72, por lo que no se ha palpado una buena acogida para los negocios o comercio dentro el país desde la fecha de su creación.

Tabla 6 Lista de las 30 CRIPTOMONEDAS más utilizadas en el Mundo con su Valor de Cambio en Dólares.

All Currencies -		USD -		All Currencies						← Back to Top 100
#	Name	Symbol	Market Cap	Price	Available Supply	Volume (24h)	% 1h	% 24h	% 7d	
1	Bitcoin	BTC	\$ 8,049,006,216	\$ 617.91	13,026,200	\$ 12,843,400	-0.07 %	-0.78 %	-1.23 %	
2	Litecoin	LTC	\$ 252,889,745	\$ 8.36	30,268,000	\$ 3,327,470	0.00 %	-2.41 %	7.00 %	
3	Nxt	NXT	\$ 42,672,272	\$ 0.042672	999,997,000 *	\$ 91,652	0.25 %	-4.97 %	-14.08 %	
4	Ripple	XRP	\$ 38,060,616	\$ 0.004868	7,817,890,000 *	\$ 347,112	0.21 %	8.25 %	26.25 %	
5	Peercoin	PPC	\$ 29,990,857	\$ 1.39	21,560,800	\$ 35,584	-0.69 %	-0.79 %	-2.34 %	
6	Darkcoin	DRK	\$ 27,674,159	\$ 6.18	4,475,890	\$ 242,973	1.77 %	-2.17 %	-14.58 %	
7	Dogecoin	DOGE	\$ 20,887,022	\$ 0.000239	87,519,000,000	\$ 327,239	-0.85 %	-6.05 %	-14.34 %	
8	Namecoin	NMC	\$ 16,466,668	\$ 1.76	9,360,050	\$ 20,433	-0.27 %	-1.95 %	-4.64 %	
9	MaidSafeCoin	MAID	\$ 13,883,119	\$ 0.030677	452,552,000 *	\$ 12,468	-4.19 %	2.09 %	45.53 %	
10	Mastercoin	MSC	\$ 7,933,939	\$ 14.09	563,162 *	\$ 923	-0.15 %	-1.24 %	-11.28 %	
11	BlackCoin	BC	\$ 7,833,405	\$ 0.104977	74,620,200 *	\$ 64,417	1.15 %	-1.69 %	-11.95 %	
12	BitShares-PTS	PTS	\$ 6,958,680	\$ 4.21	1,651,720	\$ 33,475	-0.09 %	-2.47 %	-12.46 %	
13	Counterparty	XCP	\$ 6,472,108	\$ 2.44	2,649,040 *	\$ 6,704	0.17 %	5.64 %	2.51 %	
14	Bytecoin	BCN	\$ 5,863,584	\$ 0.000037	157,897,000,000	\$ 1,427	-0.07 %	-15.14 %	15.47 %	
15	VeriCoin	VRC	\$ 5,323,638	\$ 0.198704	26,791,800	\$ 86,499	2.27 %	-9.97 %	-10.24 %	
16	Monero	XMR	\$ 5,317,200	\$ 2.48	2,142,080	\$ 287,073	0.47 %	19.17 %	21.00 %	
17	XCurrency	XC	\$ 4,807,438	\$ 0.871320	5,517,420 *	\$ 140,328	0.26 %	-9.03 %	-25.40 %	
18	Zetacoin	ZET	\$ 3,522,035	\$ 0.021931	160,594,000	\$ 12,011	-3.12 %	-9.11 %	-9.80 %	

19	 Quark	QRK	\$ 3,137,604	\$ 0.012650	248,028,000	\$ 4,825	-0.02 %	-2.62 %	-2.27 %
20	 CloakCoin	CLOAK	\$ 3,025,849	\$ 0.670027	4,516,010 *	\$ 118,738	-1.84 %	18.36 %	4.74 %
21	 ReddCoin	RDD	\$ 2,812,471	\$ 0.000106	26,608,300,000	\$ 110,064	8.16 %	47.79 %	48.28 %
22	 Primecoin	XPM	\$ 2,250,488	\$ 0.349209	6,444,530	\$ 4,482	-0.01 %	-3.02 %	-10.53 %
23	 Feathercoin	FTC	\$ 2,035,912	\$ 0.041211	49,402,500	\$ 6,352	9.04 %	3.57 %	5.49 %
24	 Uro	URO	\$ 2,027,390	\$ 5.62	360,532	\$ 194,239	-3.86 %	12.03 %	14.35 %
25	 Qora	QORA	\$ 1,784,210	\$ 0.000178	10,000,000,000 *	\$ 937	1.49 %	0.18 %	16.02 %
26	 Megacoin	MEC	\$ 1,625,681	\$ 0.066726	24,363,500	\$ 3,835	-1.40 %	-8.15 %	0.70 %
27	 Neutrino	NTR	\$ 1,468,353	\$ 0.006979	210,385,000	\$ 17	0.16 %	-25.35 %	-22.36 %
28	 YbCoin	YBC	\$ 1,421,108	\$ 0.817885	1,737,540	\$ 3,708	-0.01 %	-1.35 %	-14.52 %
29	 Vertcoin	VTC	\$ 1,420,752	\$ 0.231672	6,132,600	\$ 20,404	-1.08 %	-3.11 %	-33.32 %
30	 PotCoin	POT	\$ 1,270,848	\$ 0.009603	132,334,000	\$ 9,337	0.26 %	-3.36 %	-8.28 %

Fuente: coinmarketcap.com

Elaboración: coinmarketcap.com

2.1.7.2 Comparación entre las monedas digitales, monedas sociales, monedas virtuales y el papel moneda.

Tabla 7 Comparación de las monedas digitales vs las monedas sociales

	Ventajas	Desventajas
Criptomonedas	<ul style="list-style-type: none"> - Es una moneda descentralizada. - Es usada en cualquier parte del mundo. - Es de sencillo y rápido acceso al radicar en internet. - Muchos proveedores de servicios aceptan convertir los pagos en esta moneda local. - El ingreso de transacciones se realiza en cualquier momento indistintamente de si el ordenador está encendido o apagado. - Se evita el doble gasto mediante el empleo de una cadena de bloques. - Sus transacciones son de bajo costo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inseguridad - Poca extensión - Falta de regulación legal - Irreversibilidad de los pagos - Falta de anonimato en las transacciones - Activo de alto riesgo - se encuentra Fase experimental
Monedas Sociales	<ul style="list-style-type: none"> - Promueva la economía local - Ocasiona participación ciudadana - Evita las burbujas económicas - Fomenta la relacione entre vecinos 	<ul style="list-style-type: none"> - Moneda únicamente local - Número limitado de usuarios: el mayor problema es la escasez de usuarios.

Fuente: www.areatecnologia.com

Elaboración: Autores

Tabla 8 Tabla comparativa de las monedas virtuales vs el papel moneda

	Ventajas	Desventajas
Moneda virtual	<ul style="list-style-type: none"> • Libertad de pago • Seguridad y control • Transparente y neutral • Transacciones en tiempo real • Es una moneda anónima 	<ul style="list-style-type: none"> • Enorme fluctuación • Grado de aceptación • Confianza • Volatilidad
Papel moneda	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia • Confiabilidad • Tamaño • Durabilidad • Fácil transporte 	<ul style="list-style-type: none"> • Tienden a ser falsificados • Es muy frágil • Costos de fabricación y emisión • Costo de transporte

Fuente: www.ehowenespanol.com
Elaboración: Autores

2.1.7.3 Modelo de negocio con la moneda social (UNETENET)

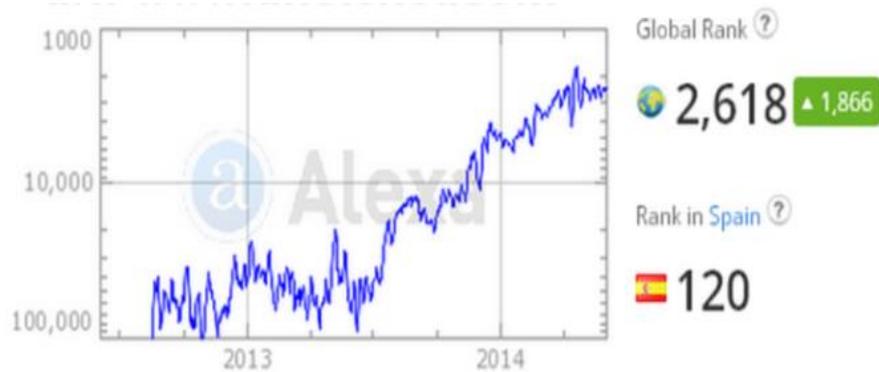
Este modelo empezó en el año 2008, siendo una de las empresas franquiciadoras más concurridas en internet situándose en el puesto 2,600 en el ranking mundial Alexa que es quien remunera por trabajar 5 minutos diarios colocando de 1 a 6 anuncios en internet que la misma empresa facilita para cortar y pegar. Su método sostenible de pagos permite ganar tus primeros 100 dólares al culminar la primera semana en la empresa con fuerte plan de comisiones único, cambiando una entrada de ingresos activos e ingresos pasivos.

Tabla 9 Plan de comisiones único en el sistema Unetenet de ingresos activos e ingresos pasivos.

Ingresos activos	Son los ingresos que se generan de tu propio trabajo y esfuerzo.
Ingresos pasivos	Trabajas al principio y despues vives de las comisiones que genera su equipo mes tras mes, notificaciones de comisiones día a día, año tras año.

Fuente: unetenet-mexico.com

Gráfico 5 Posicionamiento en el Ranking Mundial Alexa del modelo unetenet



Fuente: unetenet-mexico.com
 Elaboración: Ranking Mundial Alexa – www.alexa.com

Unetenet es considerado como un negocio que se compra desde 360 dólares en adelante y empiezas a recuperar desde el primer mes de inicio.

Por esto el sistema unetenet da la garantía de generar dinero a tu favor desde el inicio de tu emprendimiento.

2.1.7.3.1 Modalidad de trabajar en Unetenet

El primer paso es afiliarse a la empresa, mediante el pago de una de las franquicias de afiliados que ofrecen y que se mostrara a continuación:

Tabla 10 Franquicias de afiliación del sistema Unetenet

Franquicias	Comisión Semanal	Comisión Mensual	Comisión Anual	Anuncios Día	Vouchers
Pack Pro \$ 900	\$ 60	\$ 240	\$ 3120	2	90
Pack Máster \$ 1 800	\$ 125	\$ 500	\$ 6500	3	180
Pack Elite \$ 3 600	\$ 250	\$ 1000	\$13000	4	360
Pack Máster Plus \$ 9 000	\$ 650	\$ 2600	\$ 33800	5	900
Pack Elite Plus \$ 18 000	\$ 1300	\$ 5200	\$ 67600	6	1800

Fuente: unetenet-mexico.com
 Elaboración: unetenet

Luego, el trabajo consiste en publicar diariamente de 1 a 6 anuncios que la misma empresa proporciona para cortar y pegar. Promocionando el modelo de negocios de la empresa a más personas emprendedoras.

El tiempo requerido para esta actividad es de 3 a 10 minutos máximos por día, para luego poder disfrutar del resto de tu tiempo y no dejar de hacer tus actividades cotidianas.

El monto a ganar por publicar los anuncios de la empresa puede ir de 340 a 3,600 mensuales por un año según la franquicia que selecciones previamente, y esto no es todo, ya que se puede generar mucho más dinero haciendo red este sistema. Al momento de querer cobrar tus ganancias, se lo puede hacer por depósito bancario, vendiendo tu ganancia a otra persona que requiera vincularse o también se lo puede hacer mediante la tarjeta de débito Unetenet para retirar efectivo en cualquier cajero automático establecido así como pagar tus compras con ella:

Ilustración 4 Modelo de tarjeta de débito del Sistema Unetenet para cajeros establecidos.



Fuente: Unetenet-mexico.com
Elaboración: Unetenet

Al ingresar a Unetenet se está comprando varios productos para el emprendimiento, el cual consiste en un paquete de herramientas para llevar a cabo tu negocio online como: un creador de páginas web, una Landing page, Páginas auto configurables, un auto respondedor de correos, un creador de sistema de blogs entre varios usuarios en constante evolución.

El modelo de Unetenet es una de las nuevas formas de hacer negocios con monedas virtuales Unetcoin, en el cual ya están integrados alrededor de 60,000 usuarios potenciales.

2.1.8 Multi-level Marketing MLM

El Marketing de multinivel (MLM), o también denominado Marketing de redes o Mercado en red, es un sistema de distribución de bienes y servicios, empleado por numerosas empresas en el mundo para llevar al mercado sus productos.

Gráfico 6 Recorrido de un producto en el Marketing Tradicional vs el Marketing Multinivel

Recorrido de un Producto en Marketing Tradicional



Recorrido de un Producto en Marketing Multinivel



Fuente: juancamilomunoz.com
Elaboración: Juan Camilo Muñoz

Existe una gran reducción de costos de intermediación y eliminación de costos de publicidad; este ahorro se invierte en calidad, desarrollo, y atención detallada al consumidor; se incita a la venta boca a boca y da oportunidad de negocio.

Lo más importante del MLM es establecer una organización mundial de consumidores, con el fin de que cada vez que un integrante de la organización realice una compra, en cualquier parte del mundo, tenga derecho a recibir un porcentaje por haber referido a ese comprador, directa o indirectamente de la compañía.

Al entrar al multinivel te adentras en una Red que es una organización de personas que consumen y recomiendan los productos de la compañía, y que distinguen beneficios adicionales al obtenido por el sistema tradicional, te forman y capacitan como empresario y líder; que es lo contrario al sistema tradicional.

En el marketing multinivel ayudas a quienes están en tu organización porque haces efecto del apalancamiento, esto quiere que si alguien sale adelante y tú recibes un porcentaje de su triunfo, este individuo a su vez ayude a otros y ambos reciben beneficios de sus triunfos, esto se traduce en un efecto multiplicador de tus ingresos.

2.1.8.1 Los nuevos multiniveles y negocios del futuro

Los cambios que han tenido en los últimos años empresas de Marketing Multinivel, han sido una revolución en la oferta y demanda de productos.

Una parte de la población, está constantemente en búsqueda de nuevas oportunidades de negocio, al encontrar nuevos nichos de mercado, comienzan a realizar proyectos. Este tipo de negociante, por lo general busca negocios por internet, y se los conoce como "Networkers".

Hoy en día existen novedosas formas de hacer negocios, quienes comprenden esto de forma rápida, tendrán acceso a un sinfín de oportunidades de nuevos negocios, efectivos y rentables, negocios con clientes potenciales en todo el mundo y que se podrán administrar desde la comodidad de la casa.

2.1.9 Uso de Internet en Ecuador

Con respecto al uso de internet en Ecuador, según datos otorgados por el ENEMDUR (Encuesta Nacional de Empleo y Subempleo), la población que más usa Internet se encuentra en la zona urbana de las provincias, que se encuentra dentro de las que tienen más ingresos con un 57,1%. Por otro lado, las personas que más utilizan Internet se encuentran en edades de

entre 16 y 24 años con un 64,9%, seguido de las personas de 25 a 34 años con el 46,2%.

Otros datos importantes de este censo fue que, Pichincha es la provincia con mayor porcentaje de personas que usa Internet con el 46%. Sin embargo la que registro un mayor crecimiento es Los Ríos con 8,7 puntos, seguida de Azuay con 7,5 puntos entre 2011 - 2012.

Tabla 11 Porcentaje por provincia de personas que han usado Internet

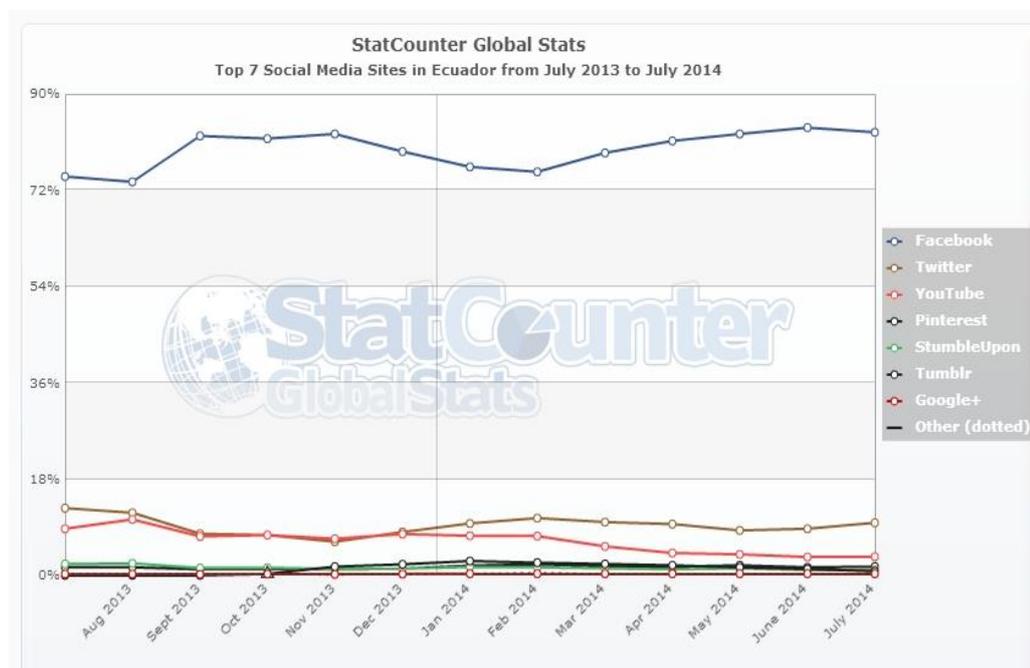
	2009	2010	2011	2012
Pichincha	42,80%	46,90%	44,50%	46,90%
Azuay	31,60%	37,50%	36,90%	44,40%
Guayas	28,90%	29,70%	34,80%	38,90%
Tungurahua	27,10%	29,20%	34,10%	37,70%
El Oro	22,70%	30,30%	31,20%	35,20%
NACIONAL	24,60%	29,00%	31,40%	35,10%
Santo Domingo	-	25,50%	28,70%	32,90%
Imbabura	24,00%	29,10%	29,90%	31,60%
Chimborazo	21,50%	23,50%	26,70%	30,80%
Loja	23,10%	25,30%	31,60%	29,50%
Cañar	17,40%	21,20%	25,90%	29,40%
Los Ríos	11,50%	17,20%	20,10%	28,80%
Cotopaxi	16,70%	19,60%	22,80%	28,10%
Amazonía	15,60%	20,30%	21,30%	28,00%
Carchi	19,70%	22,90%	24,90%	26,50%
Santa Elena	-	15,60%	18,80%	25,50%
Manabí	13,10%	18,10%	20,30%	23,70%
Esmeraldas	16,60%	18,50%	23,90%	22,30%
Bolívar	19,00%	19,00%	20,20%	22,20%

Fuente: ENEMDUR

2.1.9.1 Uso de las redes sociales en Ecuador

En el Ecuador en el mes de julio del año 2014 el 82.5% de los usuarios utilizan Facebook como la red social de preferencia, porcentaje que aumento desde julio del 2013 que solo constaban el 74.58% de usuarios en el país. Otras redes sociales como YouTube o Twitter mostraron en el mes de julio que son utilizadas en menor porcentaje del 3.5% y el 9.8% respectivamente.

Gráfico 7 Redes sociales más utilizadas en el Ecuador de julio 2013 a julio 2014



Fuente: StatCounter.com

2.1.9.2 Comercio electrónico en el Ecuador

Desde ya varios años atrás, la inclinación por las compras en línea en el Ecuador ha estado en constante incremento, mencionó Marcos Pueyrredón, presidente del Instituto Latinoamericano de Comercio Electrónico (ILCE), En un conferencia internacional del E-Commerce Day, que organiza la cámara de comercio del Guayaquil (CCG). Aunque esta actividad virtual se encuentre aun en subdesarrollo el presidente de ILCE mencionó que es una actividad que va surgiendo rápidamente en el país.

En el año 2010 en Latinoamérica se cerró con un total de 35000 millones de dólares, y de este monto, más de 200 millones pertenecían al Ecuador, al mismo tiempo se deja en evidencia que Brasil es el principal país de Latinoamérica que mueve el 60% del comercio virtual.

En los últimos 3 años el comercio electrónico se ha visto en un crecimiento promedio del 50%, solo en Latinoamérica, en el que Ecuador está incluido en

ese porcentaje. Y se tiene previsto unas proyecciones más arriba de esta tasa para los siguientes años.

Eduardo Peña, presidente de la CCG, mencionó que estos tipos de decisiones son las que impulsaran a que el Ecuador sea uno de los países que este en la delantera del comercio electrónico. Esta nueva actividad comercial es señalada como un “trípode”, en el cual una de sus tres patas es la banda ancha que posee el país, en el que se reconoce el afán que el gobierno está haciendo por proporcionar un mejor servicio.

Otra de sus patas es la tarjetización de personas, en el cual el país ha inventariado muchos avances a causa de la dolarización, por lo que gran cantidad de personas puede realizar transacciones electrónicas con sus tarjeta de crédito o débito.

La tercera pata del trípode es efectivamente la logística y transporte de bienes y servicios los cuales son vendidos por medio del comercio electrónico. Por esto Eduardo Peña señaló que la idea de E-Commerce Day en el país es que Latinoamérica necesita ser exigente en poder negociar electrónicamente, como en la actualidad es el continente Europeo.

Por su parte la ministra coordinadora de producción, Nathalie Cely, sustentó que tiene una enorme fe en que el país haga uso más avanzado de las tecnologías, la comunicación e internación. Y se pueda promover con gran desempeño que las pequeñas y medianas empresas hagan uso de estas herramientas para reforzar sus ventas.

2.1.9.2 Incremento por año del uso de la banca virtual.

Por cada año que pasa en el país hay un incremento del 27% en el uso de la banca virtual. La entrada a estos servicios bancarios virtuales es una tendencia que está cobrando vida en el país. El uso de este aumenta un 27% anual, una de las tasas de crecimiento más elevada de la región.

Es así como indica los análisis y estudios de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE), en mención a la costumbre que están

adoptando muchos de los clientes ecuatorianos que prefieren realizar sus transacciones bancarias en línea, por bienestar y ahorro de tiempo y dinero.

Para complacer la necesidad de los bancos más grandes del país, como Bolivariano, Pichincha, Produbanco e Internacional, han determinado vastas inversiones a ceder servicios a través de dispositivos móviles inteligentes más conocidos como los “Smartphone”. La última entidad financiera en renovarse fue el Banco de Guayaquil.

Ya introdujo su Banca Virtual Móvil, lo que es una aplicación que luego de ser descargada de un aparato móvil permite que los usuarios puedan reconocer los bancos o cajeros automáticos más próximos a ellos, realizar transacciones en línea, pago de servicios básicos, de tarjetas de débito y crédito y hasta recargas de teléfonos móviles.

La sociedad bancaria dispone de 1,5 millones de clientes, los cuales el 15% utilizan la internet para realizar sus transacciones. Según Guillermo Lasso Alcívar, gerente del banco, indicó que con el nuevo beneficio esperan incrementar el número de usuarios en un 5% cada año.

Pablo Córdova, Presidente del comité de seguridad bancaria de la ABPE, demuestra que el endurecimiento de este tipo de servicio seguirá creciendo en el país, acorde exista un considerable acceso de ciudadanos a internet y a teléfonos inteligentes.

Según el instituto nacional de estadísticas y censos (INEC), en el 2012, el 12,2% de los usuarios que poseen un celular, constan de un teléfono inteligente (Smartphone), frente al 8,4% registrado en 2011.

Francisco Córdova, gerente de Amable, empresa que da servicios sobre estrategias digitales, acota que la implementación de nuevas tecnologías ha posibilitado que el país alcance una buena posición a nivel regional, en cuanto a la utilización de la red.

2.1.10 Sistema de Dinero Electrónico en el Ecuador

Es el conjunto de: mecanismo, operaciones, normativas y procedimientos que permiten flujos, almacenamiento y transferencias en tiempo real, entre los diversos agentes económicos, mediante el uso de: dispositivos electrónicos, móviles, tarjetas inteligentes y otros que se integren producto del avance tecnológico.

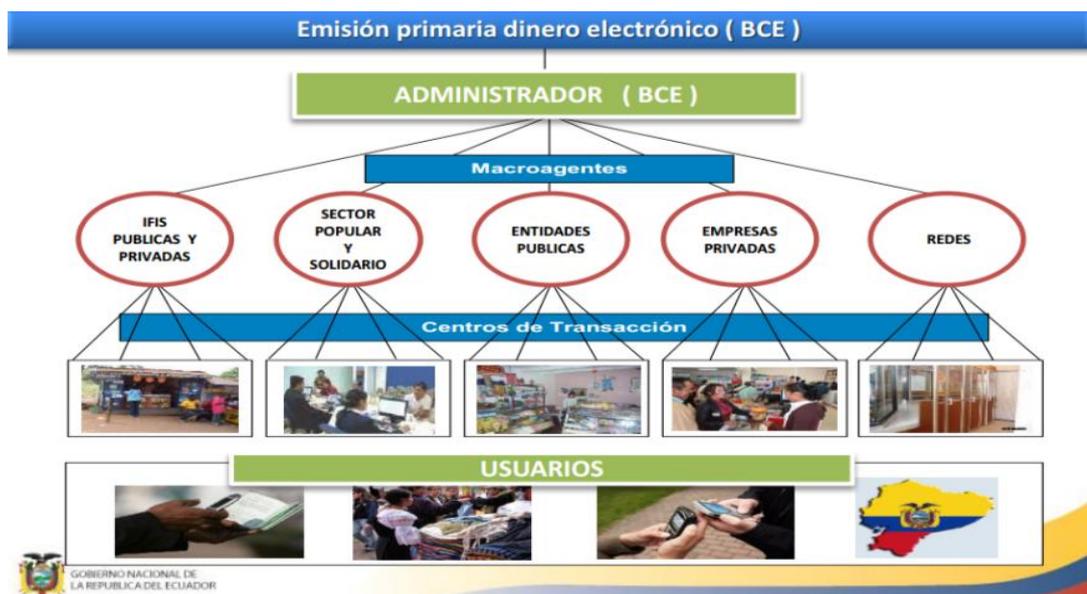
2.1.10.1 Objetivo

Tiene como objetivo implementar, administrar y gestionar por parte del BCE, un nuevo sistema de DINERO ELECTRONICO, que mejore la introducción de los sectores marginales del Ecuador a los servicios financieros, con su consecuente resultado positivo en la incorporación económica, social y de reducción de pobreza. (Revisar marco legal)

2.1.10.2 Actores claves del SDE

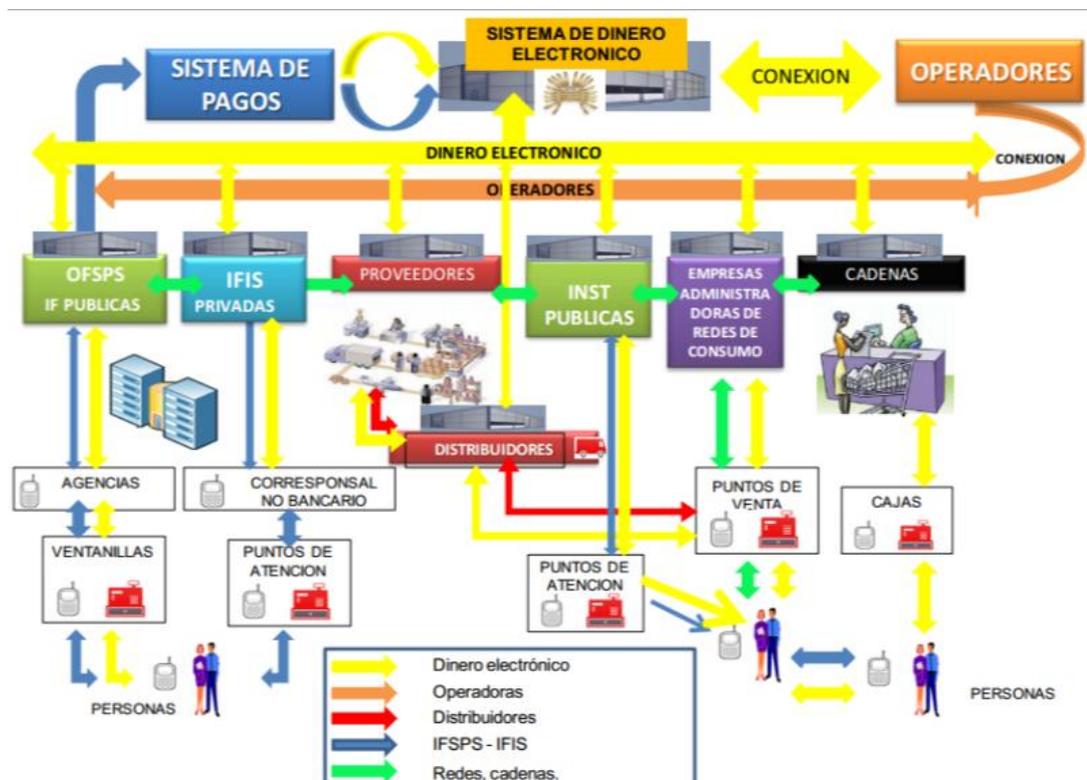
1. Emisor y administrador (BCE)
2. Entidades reguladoras
3. Canales tecnológicos – operadoras telefónicas fijas y móviles, operadores satelitales, operadores eléctricos, operadores TV, entre otros.
4. Macroagentes – empresas, organizaciones e instituciones públicas y privadas; instituciones financieras y del sistema popular y solidario; que en su modelo de negocio mantienen una red de establecimientos de atención al cliente y están en la capacidad de adquirir dinero móvil, distribuirlo o convertirlo en especies monetarias conforme los procedimientos que establecidos por el BCE.
5. Centro transaccionales – todas las oficinas de atención a los macroagentes, directas o corresponsales.
6. Personas.

Ilustración 5 Sistema de Dinero Electrónico



Fuente: BCE
Elaborado: BCE

Ilustración 6 Sistema de Dinero Electrónico



Fuente: BCE
Elaborado: BCE

2.1.10.3 Como el SDE aportara a la economía popular y solidaria

El Sistema de Dinero Electrónico apoderado por el BCE, respalda que todos los ciudadanos y residentes del país sin importar su condición social y económica, pueden abrir una CUENTA DE DINERO ELECTRONICO y vincular a la misma un MONEDERO ELECTRONICO (línea teléfono móvil).

De esta manera el ciudadano se integra al SISTEMA, donde podrá acceder a beneficios como: acceso a productos financieros, acceso a redes de gobierno, reducción de los gastos de transacción, mayor información y transparencia de los mercados que le afectan.

2.1 Marco Conceptual

2.1.1 Criptomoneda

Según la página web criptomonedas.org estas monedas son un medio de intercambio digital, a través de las redes per to per, que sirven para intercambiar bienes y servicios, mediante transacciones especializadas en el sistema de moneda digital, las cuales tendrán una tasa de cambio dependiendo su comunidad.

Con respecto a esta moneda es un nuevo concepto de dinero, se realiza a través de plataformas, que te permiten minerar monedas y realizar una serie de actividades como la compra y venta de productos e incluso publicitar un negocio para ser conocidos mundialmente mediante publicaciones en diferentes redes sociales.

Existen varios tipos de criptomonedas o monedas virtuales que son:

Bitcoins, Altcoins, Solarcoins, Litecoins, Quarkoins, Memorycoins, Dogecoins, Etc.

El uso de las criptomonedas es sencillo y eficaz. Partiendo de un punto simple, si dos personas son usuarios de monedas digitales y necesitan hacer la compra-venta de algún bien o servicio, estos van a transferir el valor del mismo a la cuenta del monedero electrónico que estén utilizando, sin descuidar que existen diferentes tasas de cambios dependiendo la comunidad, por un lado se descontará el valor transferido del comprador y por el otro lado se registrará la transacción en el monedero del vendedor.

Un ejemplo de direcciones que se utilizan en el mundo de las criptomedas es el siguiente: 1HeALuGjdo5VHSS17ukpndMseivFH9tdp, y lo interesante aquí es que no es necesario el uso de tarjetas de crédito o débito, no es necesario usar cuantas bancarias, no se intercambiaron datos personales,

no hubo falta de privacidad y lo más importante es que no existen intermediarios y no se genera comisiones.

2.1.2 Criptografía

La criptografía es el método de poder cifrar y descifrar mensajes por medio de técnicas exclusivas que van dirigidas a personas con las herramientas necesarias para poder descifrar y leer dicho mensaje virtual. Principalmente sus aplicaciones son la firma electrónica y el cifrado criptográfico, Estas serán lo esencial para el correo electrónico y para cualquier transacción segura en internet.

2.1.3 Moneda social

La moneda social o moneda local es un instrumento creado y utilizado por comunidades, grupos y particulares con el objetivo de poder simplificar intercambios tanto de productos como de servicios y conocimientos. Otra explicación, según Bernard Lietaer (2001), considera el dinero local “una alianza dentro de una comunidad de utilizar algo como medio de intercambio”

Calificándose como monedas complementarias, hace referencia a que varias de estas monedas intentan agregar las deficiencias del dinero legal con las ventajas que tiene este medio como dinamizador del comercio local de proximidad, del autoempleo y de optimización de recursos locales.

Como monedas “alternativas”, por lo tanto hace referencia a que ciertas monedas desean crear un sistema alternativo y diferente al actual usando la moneda social como un instrumento más.

2.1.4 Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs)

Las TICs como sus siglas las denominan, son las tecnologías de la información y la comunicación que se encargan de tratar, compartir, administrar, transmitir y regular la información mediante las bases tecnológicas que existen. El internet y las telecomunicaciones son hasta

ahora las TIC más expandidas y su rápido surgimiento han hecho que aparezcan cada vez más de ellas.

Actualmente las TIC han sido un papel importante en la sociedad ya que con ellas se realizan actividades de alta importancia y configuran parte de muchos sectores tales como son: educación, administración pública, empleo, salud, entre otras. Estas TIC nos sirven básicamente para el acceso a la información en las redes en cualquier formato y de manera ágil y sencilla. Puesto que sus principales características son: la inmaterialidad, la instantaneidad, la interactividad y la automatización de tareas.

a) ¿Qué tipos de TIC existen?

Se puede hacer una breve clasificación generalizada de los tipos de tecnologías y comunicaciones que existen en las redes, terminales y servicios.

Redes: las telefonías fija y móvil, la banda ancha, las redes televisivas o del hogar también forman parte de las redes de las TIC.

Terminales: el ordenador, los sistemas operativos, los navegadores de internet, los teléfonos celulares, los televisores, los reproductores portátiles, consolas de juego se encuentran catalogados como dispositivos o terminales de las TIC.

Servicios: entre los servicios más importantes que ofrecen las TIC están: la banca online, el comercio electrónico, el correo electrónico, las búsquedas de información, los servicios móviles y últimamente los blog, las comunidades sociales y el Peer-to-Peer (P2P) que es el dichoso sistema basado en nuestro proyecto de transacciones comerciales con monedas digitales y sociales.

2.1.5 Pasarelas

Son páginas web que servirán como intermediario entre un banco y una página de comercio electrónico cuando se realizan transacciones bancarias online. Estas pasarelas se acoplan a las tiendas virtuales y recopilan

información de las cuentas bancarias de sus usuarios. Dichas transacciones se las realizan por medio de una terminal única llamada terminal de punto de venta (TPV) virtual, que requirieran el uso de tarjetas de crédito o débito para la validación de un pago o transferencia.

2.1.6 Páginas de captura

Las páginas de capturas son el método de recolección de suscriptores cuando se tiene en mente realizar algún tipo de negocio en internet, aquí se va a ofrecer un servicio p producto para la solución de un problema. Estas páginas son la captura como su nombre lo dice- de los datos de un cliente que se le ofrece un producto de valor o videos promocionales de manera gratuita.

Estas páginas de captura deben ser diseñadas de manera que su mensaje sea rápido de entender y la visualización sea fácil de acoger. Es decir ir directo al punto para poder acoger al cliente y este quiera ser un suscriptor de tu página de captura, utilizando el imán d atracción que será en este caso el producto gratuito.

2.1.7 Protocolos de seguridad

Un protocolo de seguridad o también denominado protocolo criptográfico son protocolos inexactos o exactos que ejecutan determinadas acciones relacionadas con la seguridad, usando métodos criptográficos.

Estos protocolos descifran la forma en que un algoritmo debe ser utilizado y contiene los diversos detalles de las estructuras de datos y representaciones, se usan considerablemente para el traslado de datos seguros a nivel de aplicación.

Estos protocolos de seguridad integran ciertos aspectos comunes tales como: instauración de claves, certificación de identidades, cifrado simétrico, transportes de datos de manera segura y métodos de no repudio.

2.1.8 WEB

La WWW (WORLD WIDE WEB) fue un navegador bastante conocido en el nacimiento de la web que estaba fundado en el concepto de la herramienta hipertextual de software de MAC nombrada HyperCard. Gracias a su naturaleza virtual, la información en la web puede ser examinada más fácil y eficazmente que en cualquier otro medio físico, y de manera ágil. El progreso de la red es imposible de cuantificar hoy en día. Ya que con una estimación desde el 2006 hasta el 2012, el número total de páginas web accedidas mediante URL y enlaces, es de más de 900.000 millones y esta cantidad sigue aumentando cada día.

2.1.8.1 Web 1.0

Fue el principio del adelanto de las telecomunicaciones. La web 1.0 fue la primera en existir en los años 60's en unión con el internet, es la forma más sencilla y básica existente, con navegadores solo a base de textos. Luego en los años 90 se manifestó el HTML (HYPER TEXT MARKUP LANGUAGE) como estilo de hipertexto y estableció que las páginas web sean más atractivas al visualizarlas y tengan componentes como colores, imágenes, fondos y formatos. Los primeros navegadores visuales en surgir fueron Internet Explorer y Netscape.

La web 1.0 solo servía de lectura, ya que no se podía interactuar con el contenido de la página, estando completamente limitada a lo que el creador pueda publicar. Con esta web las grandes empresas comenzaron a desarrollar sus estrategias online, estableciendo sitios donde publicaban información corporativa, y desarrollaban proyectos de venta y marketing que integraba la web como enlace con los clientes.

2.1.8.2 Web 2.0

La web 2.0 hace referencia a la segunda generación de web fundamentada en comunidades de usuarios y una escala especial de servicios, tales como los blogs, redes sociales, los wikis, etc. que promovían la cooperación e

intercambio rápido de información personal entre los usuarios, donde la inmovilidad de las páginas web se altera para ser una matriz de interacción del usuario con la red, autorizando el mismo a introducir información propia en el sistema, creando webs visuales e interactivas.

Asimismo es la transformación que se ha presentado de las aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que se manejan a través de la web orientada al usuario final. Se trata de aplicaciones que originen cooperación y de servicios que sustituyan las aplicaciones de escritorio. Es una fase que ha fijado nuevos planes en internet y está ocupándose en ofrecer mejores soluciones para el usuario final.

En general, al referirse al termino web 2.0 nos exponemos a una serie de aplicaciones y páginas de internet que emplean la inteligencia colectiva para proveer servicios interactivos en red otorgando al beneficiario el control de sus datos.

Esta tecnología apoya a los negocios a ser más competitivos y posicionarse en el mercado por medio de diversos declives. Aparte de esta característica, la web 2.0 goza de beneficios como los blogs, que colaboran un provecho a las comunicaciones internas de la empresa y una comunicación estable con el cliente y sus aportaciones.

2.1.8.3 Web 3.0

Podemos reconocer la Web semántica como un aspecto de Web 3.0. Existe una semejanza esencial entre ambas versiones de web (semántica y Web 2.0) y es el modelo de componente y las herramientas que se utilizan. La Web 2.0 tiene como primordial interprete al usuario humano que redacta artículos en su blog o participa en un wiki.

La condición es que además de publicar en HTML difunda parte de sus aportaciones en diferentes formatos para distribuir esta información tales como los ATOM, RSS, etc. Mediante el empleo de lenguajes estándares como XML. Con esta nueva modificación se aprobará la actualización y

eficacia duradera a través de una interacción positivista y organizativa de estructuras y contenidos por parte del usuario.

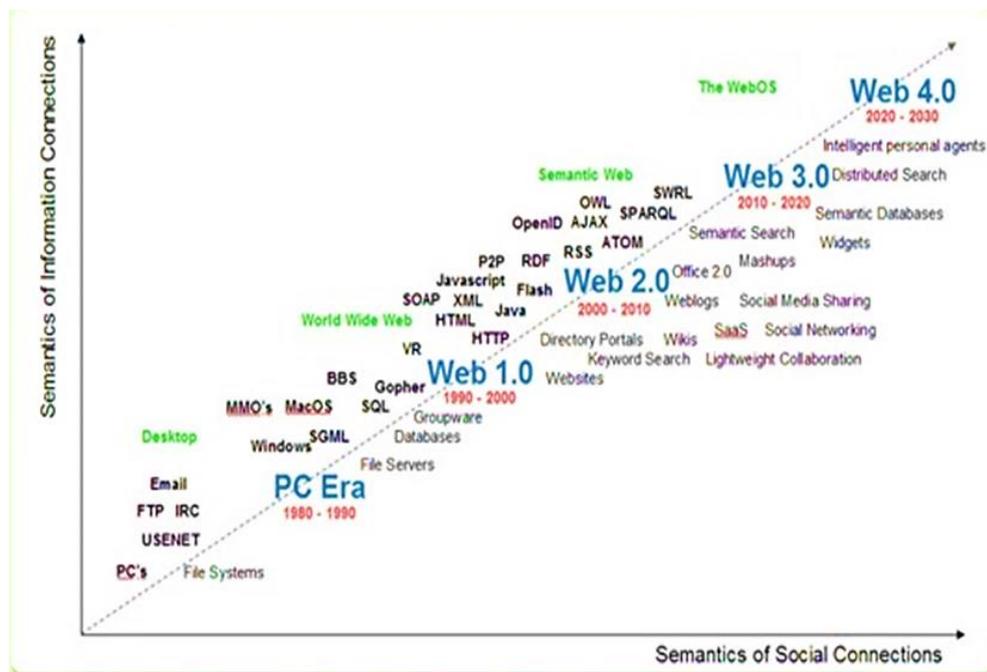
La web 3.0 es considerada como la inteligencia humana y la de las maquinas mezcladas. Información relevante, pertinente, accesible y exuberante. Con lenguajes más intensos, algoritmos genéticos, redes neurales, la Web 3.0 pone intensidad en el estudio y capacidad de proceso. Y en como producir nuevos pensamientos a partir de la información elaborada por los usuarios.

Se reconoce el término de WEB 3.0 como “Web Semántica” según el inventor de la WWW, Tim Berners-Lee.

2.1.8.4 Web 4.0

Al escuchar Web 4.0 se trata del avance más extraordinario en las telecomunicaciones, ya que este nivel de tecnología simplifica la investigación, mediante la invención de un sistema operativo tan veloz en respuesta tal como es un cerebro humano.

Gráfico 8 Evolución de las Webs



Fuente: www.radarnetworks.com
Elaboración: Radar Networks & Nova Spivack, 2007

2.3 Marco Legal

2.3.1 Ley de comercio electrónico, mensajes de datos y formas electrónicas.

Esta ley es de suma significación ya que es la que ayuda a regular los mensajes de datos, los servicios de certificación, la firma electrónica, la asistencia de servicio electrónicos a través de redes de información, abarcando los comercios electrónicos y la protección de los usuarios de estos sistemas. Según Nectilus Factura electrónica (2014) los principios comunes de los mensajes de datos que se estiman los más importantes dentro de la firma y factura electrónica entre los cuales constan:

- ✓ Información original
- ✓ Información escrita
- ✓ Observación jurídica de los mensajes de datos
- ✓ Protección de los mensajes de datos
- ✓ Reserva y confidencialidad
- ✓ Dominio intelectual
- ✓ Incorporación por remisión
- ✓ Protección de los datos que se discute en el artículo a especificar a continuación:

De conformidad con el artículo 9 concerniente a la ley de comercio electrónico, mensajes de datos y firmas electrónicas, que acuerda acerca de la protección y privacidad de datos personales obedeciendo a las distintas modalidades del comercio electrónico (Business to Business (de negocio a negocio), Business to consumer (de negocio a consumidor), gobierno to Business (de gobierno a negocio)), pero es de valiosa consideración el en el área de B2C, en el momento que los consumidores realizan transacciones comerciales por medios electrónicos, compras por internet o sencillamente intercambian información y datos personales con otros usuarios, empresas o gobiernos en la red.

2.3.2 Legalidad del Uso de las Monedas Virtuales en el Mundo

La tendencia a la expansión del uso de estas monedas, las cuales tienen como principal atractivo la no intervención de gobiernos o bancos, ha generado mucha especulación por lo que en varios países su uso se ha limitado e incluso prohibido. Pues al no tener respaldo de entidades financieras se duda de la legitimidad, fundamentada en dos aspectos repercusiones sobre los usuarios y sobre la sociedad.

Hablando en torno a bitcoin que es la moneda virtual más popular y con respecto a la generación y uso de estas no hay un marco legal claro. En Estados Unidos en noviembre de 2013 se realiza una audiencia con el fin de discutir la legitimidad de estas monedas, donde finalmente los representantes de las agencias gubernamentales dijeron que por los beneficios y a pesar de los riesgos que estas monedas conllevan son un instrumento financiero legítimo.

En 2013 en China y Tailandia se prohibió el uso de Bitcoin. Sin embargo, debido a que estas monedas se encuentran fuera de los márgenes bancarios, por lo que no están respaldados por ningún gobierno, estas monedas no se rigen a la normativa del Fondo Monetario Internacional, los usuarios sí son libres de usarlas bajo su propio riesgo.

En Febrero de 2014, en Vietnam el Banco Estatal rechaza la legitimidad de los bitcoins y otras monedas virtuales para cualquier tipo de transacción al igual que Tailandia, China, Rusia, Francia y Noruega.

2.3.3 Normativa del Dinero Electrónico en Ecuador

El dinero electrónico no constituye depósito o cualquier forma de capacitación en los terminales que constan en el artículo 51 de la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero.

- a) Dinero electrónico: “es el valor monetarios equivalente al valor expresado en la moneda de curso legal del país que:
- b) Se almacena e intercambia a través de dispositivos electrónicos o móviles; (...)
- c) Es aceptado con poder liberatorio y reconocido como medio de pago por todos los agentes económicos del Ecuador
- d) Es convertible en efectivo a valor nominal y no se le aplicara ningún descuento salvo aquellos gastos que resulten estrictamente necesarios para realizar la operación.
- e) Es emitido por el Banco Central y por ende se registra en el pasivo de la institución.

Regulación DBCE-017-2011

2.3.3.1 Nueva normativa del Dinero Electrónico

- ✓ Crea el sistema de Dinero electrónico (SDE)
- ✓ Contiene las definiciones fundamentales del Sistema.
- ✓ Define los participantes del Sistema, sus obligaciones y responsabilidades.
- ✓ Establece los mecanismos de administración y plazos de ejecución del Sistema de Dinero electrónico.

CAPITULO III

METODOLOGICO

3.1 Tipo de investigación

El tipo de estudio que se aplicara en el trabajo será correlacional y explicativo. Con esto se pretende conocer la relación que puede existir entre dos o más variables. De acuerdo a los resultados observados proporcionar una explicación de la evolución que ha tenido el comercio electrónico en la Ciudad de Guayaquil. Determinando el grado de conocimiento de los empresarios acerca de la existencia de monedas virtuales y la disposición, al analizar las razones a favor y en contra, de ellos a implementar estas monedas como medio de pago en las transacciones. Con el fin de conocer como esta práctica, es decir el uso de monedas virtuales, transformara la interacción económica. Lo cual nos dará una guía para realizar reflexiones y análisis más detallados de cómo realizar actividades de compra-venta y que tan recomendable es que este nuevo sistema se adopte para facilitar y mejorar el comercio.

La investigación se desarrolló bajo la modalidad de investigación de campo, pues analizó la realidad tecnológica con respecto a la utilización del comercio electrónico en la ciudad de Guayaquil, lugar en que se presenta el problema a investigar.

Este tipo de investigación prosiguió los siguientes pasos:

1. Identificación y definición del problema.
2. Prueba de confiabilidad de datos.
3. Análisis de datos.

3.2 Técnica de Recolección de Datos

Debido a que el presente trabajo representa una investigación evaluativa se necesitaron de estrategias sensibles a la obtención de la información, por lo que su elaboración se logró utilizando dos herramientas como base para la recopilación, análisis e interpretación de los resultados obtenidos y necesarios para el desarrollo del proyecto.

Primero fue conveniente aplicar la técnica de la entrevista a profundidad, ya que debíamos conocer y verificar los puntos de vista de personas con conocimientos del tema y evaluar la opinión de ellos sobre la aplicación de la tecnología en los negocios.

Por otro lado aplicamos la técnica de la encuesta, de esta manera tomamos la población objetivo para la recolección de datos tomados de las opiniones difundidas por los comerciantes a quienes se les propuso la aplicación de un nuevo modelo de comercio apoyado en el cambio del sistema de pago.

3.3 Datos para las encuestas

Para las encuestas se tomaron el total de las microempresas de la ciudad de Guayaquil, de los Sectores Norte, Centro y Sur, de cualquier actividad económica que realice. Se hicieron recorridos en centros comerciales, Riocentro Norte, Riocentro Sur, Mall del Sol, Mall del Sur, Urdesa, Alborada Unicentro, Mercado Artesanal, Bahía y otros ubicados en la ciudad.

3.4 Datos para las entrevistas

Se realizó a dos expertos en comercio electrónico.

- **Juan Carlos Salame:** Presidente y fundador de Socialtek S.A.

Maneja compañías de comercio electrónico tales como: Cuponaso (www.cuponaso.com), Reco (www.reco.ec), Pagarea (www.pagarea.com).

VP Supply Chain

Grupo Crecos

junio de 2011 – octubre de 2012 (1 año 5 meses)

Senior Analyst, Strategy and Corporate Development

US Cellular

septiembre de 2009 – agosto de 2010 (1 año)

- **Frank Luetticke:** Coach Certificado en Life y Network Marketing Coach. Empresario Independiente en Autónomo. Autor del Libro: Como convertirse en Networker Profesional y alcanzar la Libertad Financiera.

3.5 Población y Muestra

Para el cálculo de la muestra consideramos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 PQ}{e^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Dónde:

N es la población (81598 microempresas)

n es el tamaño de la muestra;

Z es la distribución normal estándar para una confianza.

P es el porcentaje de conocimiento del estado de investigación;

Q es el porcentaje de no conocimiento;

e es el error máximo admisible;

$$n = \frac{81598(1.96)^2(0.50)(0.50)}{(0.05)^2(81598-1) + (1.96)^2(0.50)(0.50)}$$

$n = 382$

Con la aplicación de la fórmula para obtener la muestra de una población finita, dio matemáticamente como resultado 382.

3.6 ANALISIS PEST DE ECUADOR

3.6.1 Factor político

En el entorno político, el Ecuador ha propagado ciertos estallidos de inconsistencia y desprestigio en las instituciones que personalizan al poder del estado (ejecutivo, legislativo y judicial) en los últimos 16 años.

Sin embargo, desde el dos mil siete el poder ejecutivo ha conservado una estabilidad gracias a la presidencia del Economista Rafael Correa, que hasta ahora ha poseído fuertes alianzas tanto dentro como fuera del país lo cual ha servido de mucha influencia en los ciudadanos y ha tenido gran conmovión con el respaldo de los más necesitados.

Entretanto que el poder legislativo se ha disminuido en cuanto a políticos de oposición ya que la mayor parte de los asambleístas que lo componen son miembros del partido del gobierno.

El poder judicial está en perseverante renovación y cambio con la finalidad de obtener un organismo eficaz y con representantes aptos, tratando de abolir la corrupción un sinónimo del estado que se ha ido debilitando poco a poco.

En el Ecuador ya se ha estado tomando hacía varios meses decisiones regulatorias con respecto a las monedas virtuales como lo es el bitcoin y las demás criptomonedas. Ecuador ya aprobó el pasado 24 d julio, con mayoría parlamentaria, el Código Monetario y Financiero que además de considerar

una moneda digital estatal, prohíbe la emisión o reproducción de cualquier otra moneda, sea digital o física.

Un grupo de jóvenes denominados en las redes sociales como “Bitcoins Ecuador” fijaron buscar nuevas oportunidades de negocios con bitcoin. Compraron por Internet un cajero automático por \$5.000 para que a través del servicio de billetera digital, las personas retiraran de su cuenta virtual denominada en bitcoins el equivalente en dólares en efectivo.

Sin embargo, el Gobierno ecuatoriano les exigió que se abstenga de implementar el negocio por no trabajar con una moneda “permitida” en Ecuador. Según la fuente de análisis y noticias PanamPost (2014) El grupo de bitcoiners expresaron que habían decidido escribir tres cartas dirigidas al BCE, a la Superintendencia de Bancos y Seguros y al Servicio de Rentas Internas comentando cuál era su negocio, de las cuales obtuvieron respuestas de dos entidades sugiriendo abstenerse a realizar dicha actividad o que se la realice fuera de la República del Ecuador (EXHIBIT 1).

3.6.2 Factor económico

En el entorno económico, el Ecuador se ha sostenido por muchos años gracias a la exportación del petróleo, es su recurso más seguro y el que produce mayores ingresos; conforme cifras del gobierno el producto ingreso bruto crece 7,78% gracias al precio de este rubro. Es por esto que durante todo el año 2012 el precio del barril se ha cotizado entre \$US 70 Y \$US 100 dólares americanos.

Otros rubros de exportación que son muy importantes para la economía ecuatoriana son el camarón, banano y plátano, rosas, turismo, manufacturas, etc.

No obstante de acuerdo a los Resultados del BCE, para los primeros trimestres del 2013 y del 2014 el resultado del aumento del PIB de 4,9% es mayoritariamente gracias al desempeño del sector no petrolero que contribuyó con 3,7puntos de porcentajes por lo que en contraste con el

sector petrolero tuvo un aporte al crecimiento inter-anual con 1,3 puntos de porcentajes (gráfico 18).

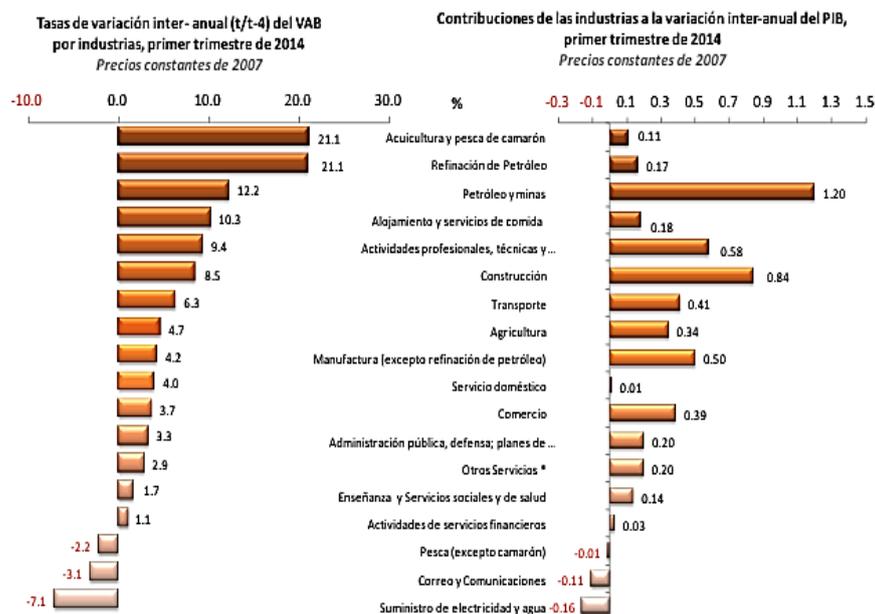
Gráfico 9 VAB petrolero y no petrolero: contribuciones al crecimiento inter-anual del PIB (2014)



Fuente: BCE

Otro de los contribuyentes que aportaron en el crecimiento económico del primer trimestre del 2014 con respecto al primer trimestre del 2013 fue el gasto de consumo final de los hogares (2,31) y las exportaciones (1,99). Es de plena importancia recalcar el crecimiento interanual que registraron las exportaciones, con un crecimiento de 7,4% (gráfico 19).

Gráfico 10 Valor agregado bruto por actividad económica: tasas de variación y contribuciones a la variación inter-anual del PIB precio 2007 (2014).



Fuente: BCE

Por otro lado, al ser un país dolarizado ya por más de una década, se ha ocasionado una estabilidad económica para la inversión nacional y extranjera, aunque como de igual manera que la mayoría de países de la región, la economía ecuatoriana es dependiente y frágil de factores externos y negociaciones políticas con gobiernos y organismos financieros internacionales.

Referente a la población ecuatoriana, según el BCE en el 3 trimestre del 2013, la población económicamente activa (PEA) lo conforma el 83,2% y el 16,8% restante lo representan los menores de 10 años.

En este entorno, la población en edad de trabajar (PET) estuvo conformada por la PEA en un 55,2% y por la población económicamente inactiva (PEI) en un 44,8%.

También se muestra que para ese trimestre la mayor parte de la PEI de la población en edad de trabajar estuvo compuesta por estudiantes y amas de casa, quienes representaban el 80,5%.

Según un artículo del diario El Telégrafo (2014), De acuerdo a últimos reportes de indicadores laborales, el desempleo nacional en junio de este

año se situó en 4,65% en confrontación con el 3,91% registrado en el mismo mes del 2013, informó el INEC.

Según el organismo, la ocupación plena nacional llegó en junio del 2014 a 44,02%, y el subempleo, a 51,07%, en contraste con el 38,35% y el 56,39% respectivamente, de junio 2013.

Por otro lado la pobreza nacional en junio 2014 estuvo en 24,53% y la pobreza externa nacional en 8,04%.

3.6.3 Factor social

En el ámbito social, se ha complementado el lema del “Plan del Buen Vivir”, concediendo subsidios y bonos para los más necesitados y con un rumbo de rescatar la pobreza, maltrato y trabajo anticipado a niños y adolescentes. Este plan tiene como objetivo clave lo siguiente:

Objetivo 8

“Consolidar el sistema económico y social, de forma sostenible.

Fortaleciendo el vínculo entre la banca pública y el sistema financiero popular y solidario.

Fomentando la asociatividad para el sistema económico popular y solidario.”

En la actualidad el gobierno está trabajando en la educación, es así que se está complementando y renovando centros educativos, capacitando a profesores y concediendo becas de estudio a personas calificadas con puntajes distinguidos.

Por parte del Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEVAL) Existen las pruebas “ser estudiante” aplicadas en el 2013 que se aplican a planteles educativos públicos, privados, fiscales y fiscomisionales de las regiones costa y sierra, seleccionados al azar para medir el nivel educativo de los

estudiantes a escala nacional en lenguaje, matemáticas, ciencias naturales, literatura y estudios sociales de 4to, 7mo y 10mo de educación general básica.

Por otro lado el INEVAL realiza una encuesta de agentes asociados al educando, padres de familia y maestros; con el objetivo de saber las condiciones del entorno social que podrían influenciar en los resultados de la evaluación; por ejemplo nivel de pobreza, violación, acoso escolar “bullying”.

Actualmente y por primera vez existe en el país un Plan Estratégico Nacional y Modelo de Atención de Salud Mental, que se presentó por parte del ministerio de salud este jueves 30 de julio, donde se determina la implementación del tratamiento de promoción de la salud y prevención del sufrimiento mental; la atención integral en salud a las personas que consumen drogas; el fortalecimiento de los servicios de salud mental; el fortalecimiento de la rectoría del ministerio de salud pública; y la promoción de la investigación de temas relacionados con salud mental.

3.6.4 Factor tecnológico

De acuerdo con el Foro Económico Mundial realizado en Ginebra, en el periodo 2010-2011 Ecuador se encuentra en la posición 108 de 138 países en cuanto a desarrollo y aprovechamiento de tecnología (gráfico 20).

Tabla 12 Posiciones de países en el desarrollo y aprovechamiento de tecnología (2011)

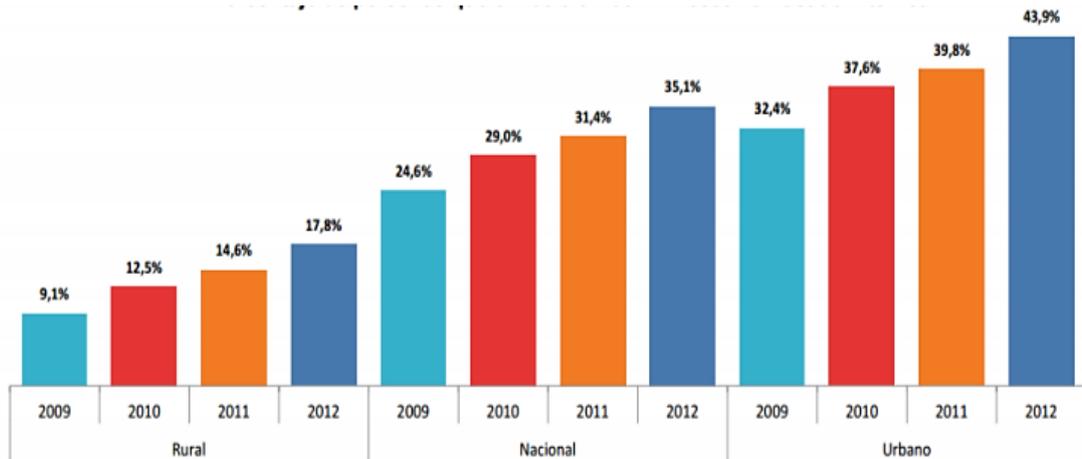
RANK		PAIS
39		Chile
43		Puerto Rico
45		Uruguay
46		Costa Rica
56		Brasil
58		Colombia
60		Panamá
78		México
79		Rep. Dominicana
89		Perú
92		El Salvador
94		Guatemala
96		Argentina
103		Honduras
108		Ecuador
119		Venezuela
127		Paraguay
128		Nicaragua
135		Bolivia

Fuente: Foro Económico Mundial

De manera general es un puesto deprimente, sin embargo es de suma importancia recalcar que en los últimos años los ecuatorianos tienen acceso a internet e información y varios proyectos están en análisis y marcha a través de la Fundación Ciencia y Tecnología (FUNDACYT).

Con la implementación de las TICS desde el 2012, el país se ha visto en una mejora continua en el ámbito tecnológico gracias a las facilidades que brinda el internet y su rápido acceso a la información. Según datos de la INEC el 35,1% de la población del Ecuador ha utilizado internet en los últimos 12 meses del 2012. En la área urbana el 43,9% de la población ha utilizado internet, frente al 17,8% del área rural (gráfico 21).

Gráfico 11 Porcentaje de población ecuatoriana que utilizaron internet en los últimos 12 meses (2012)



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo (ENEMDUR)
Elaborado: INEC

También cabe recalcar que Ecuador es un país que implementa políticas públicas para universalizar el acceso a las TIC, ajustadas por el Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (MINTEL).

El MINTEL, en conjunto con el Instituto Nacional de Pre-inversión (INP), desarrolla el Plan Estratégico de Investigación, Desarrollo e Innovación para las TIC en el Ecuador, para el periodo 2014-2018, con el objetivo de determinar el direccionamiento estratégico más conveniente para el desarrollo de la I+D+i de las TIC en el país, en concordancia con el Plan Nacional del Buen Vivir.

Por otra parte, cada año que pasa en el país hay un incremento del 27% en el uso de la banca virtual. La entrada a estos servicios bancarios virtuales es una tendencia que está cobrando vida en el país. El uso de este aumenta un 27% anual, una de las tasas de crecimiento más elevada de la región.

Es así como indica los análisis y estudios de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE), en mención a la costumbre que están adoptando muchos de los clientes ecuatorianos que prefieren realizar sus transacciones bancarias en línea, por bienestar y ahorro de tiempo y dinero.

Para complacer la necesidad de los bancos más grandes del país, como Bolivariano, Pichincha, Produbanco e Internacional, han determinado vastas inversiones a ceder servicios a través de dispositivos móviles inteligentes más conocidos como los “Smartphone”. La última entidad financiera en renovarse fue el Banco de Guayaquil.

Ya introdujo su Banca Virtual Móvil, lo que es una aplicación que luego de ser descargada de un aparato móvil permite que los usuarios puedan reconocer los bancos o cajeros automáticos más próximos a ellos, realizar transacciones en línea, pago de servicios básicos, de tarjetas de débito y crédito y hasta recargas de teléfonos móviles.

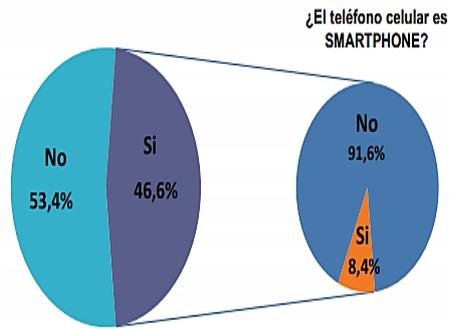
La sociedad bancaria dispone de 1,5 millones de clientes, los cuales el 15% utilizan la internet para realizar sus transacciones. Según Guillermo Lasso Alcívar, gerente del banco, indicó que con el nuevo beneficio esperan incrementar el número de usuarios en un 5% cada año.

Pablo Córdova, Presidente del comité de seguridad bancaria de la ABPE, demuestra que el endurecimiento de este tipo de servicio seguirá creciendo en el país, acorde exista un considerable acceso de ciudadanos a internet y a teléfonos inteligentes.

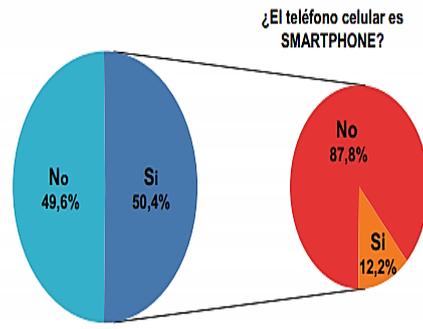
Según el INEC, en el 2012, el 12,2% de los usuarios que poseen un celular, constan de un teléfono inteligente (Smartphone), frente al 8,4% registrado en 2011. (Gráfico 12)

Gráfico 12 Porcentaje de personas que tiene teléfono SMARTPHONE en el Ecuador (2012)

2011



2012



¿Tiene activado un teléfono celular?

¿Tiene activado un teléfono celular?

Fuente: Encuesta Nacional del Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDUR
Elaboración: INEC

Francisco Córdova, Gerente de Amable, empresa que da servicios sobre estrategias digitales, acota que la implementación de nuevas tecnologías ha posibilitado que el país alcance una buena posición a nivel regional, en cuanto a la utilización de la red.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis de investigación realizada a los microempresarios de Guayaquil

Los resultados de la investigación permitirán la toma de decisiones para conocer la disponibilidad, ya sea de un nicho o de una gran parte de los microempresarios de la ciudad de Guayaquil, en usar plataformas de comunidades digitales cuyo medio de pago sean monedas virtuales.

Tabla 13 Distribución geográfica de las microempresas de Guayaquil

Sector	#
Norte	128
Centro	127
Sur	127
Total	382

Elaboración: Los autores

4.1.1 Análisis general de los microempresarios encuestados de Guayaquil

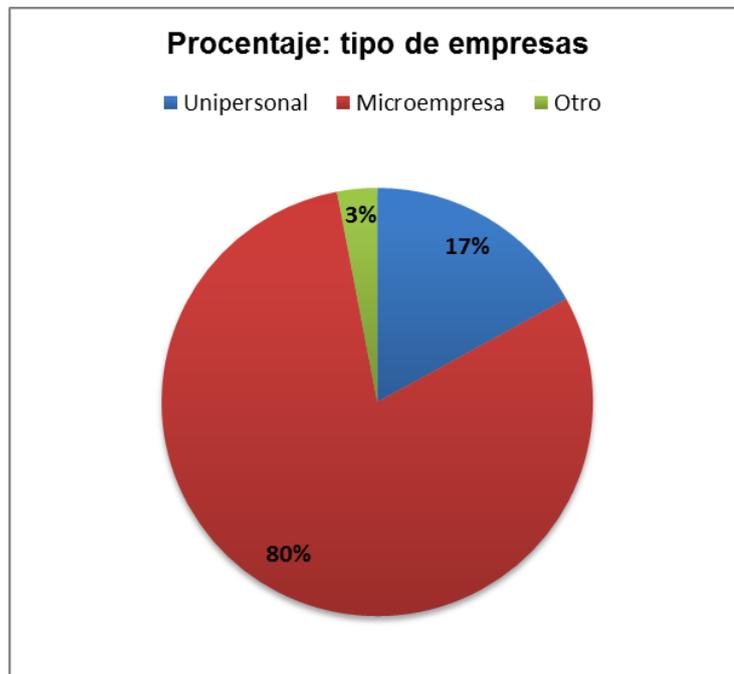
Los datos proporcionados por los resultados de las encuestas realizadas a las microempresas de la ciudad de Guayaquil, no solo mostraran las microempresas que usarían plataformas de interacción digital para intercambios comerciales usando monedas virtuales como medio de pago, sino también la realidad de las microempresas con respecto al comercio electrónico.

Tabla 14 Clasificación de las microempresas

Tipo de empresa	#
Unipersonal	65
Microempresa	306
Otro	11
Total	382

Elaboración: Autores

Gráfico 13 Porcentaje de distribución de las microempresas



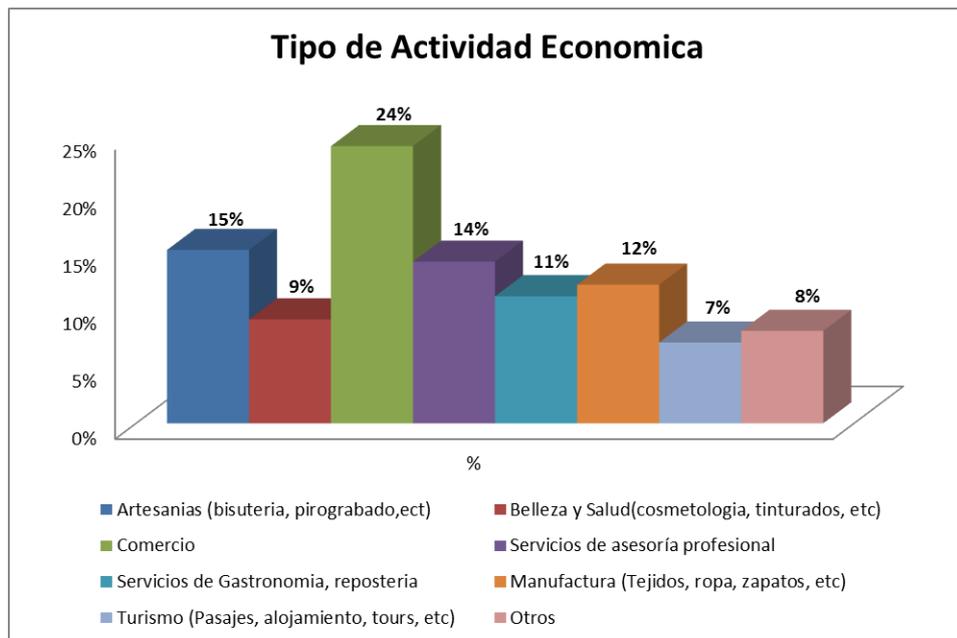
Elaboración: Autores

Gráfico 14 Distribución de las microempresas encuestadas según Actividad Económica

Actividad Económica	#
Artesanías (bisutería, pirograbado,ect)	57
Belleza y Salud(cosmetología, tinturados, etc)	34
Comercio	92
Servicios de asesoría profesional	53
Servicios de Gastronomía, repostería	42
Manufactura (Tejidos, ropa, zapatos, etc)	46
Turismo (Pasajes, alojamiento, tours, etc)	27
Otros	31
Total	382

Elaboración: Autores

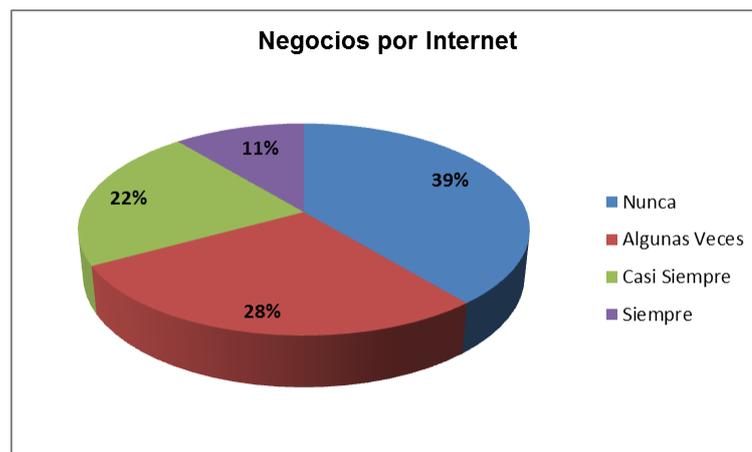
Gráfico 15 Porcentaje de Distribución de las microempresas encuestadas por Actividad Económica



Elaboración: Autores

Los datos proporcionados por las encuestas realizadas muestran la cantidad de microempresas unipersonales con 17%, microempresas que emplean de entre 1 a 9 trabajadores con un 80%, y como otro la participación de pequeñas empresas con 3% de los sectores Norte, Centro y Sur de la ciudad de acuerdo a los diferentes tipos de actividad económica que realizan. Se observa lo más destacado, donde el comercio con 24% es la actividad más realizada por los microempresarios de la ciudad, seguido por la elaboración de artesanías con 15%, luego Servicio de asesoría profesional, manufactura, servicio de gastronomía y repostería con 14%,12% y 11% respectivamente.

Gráfico 16 Frecuencia de uso de Internet para realizar negocios



Elaboración: Los autores

En un porcentaje de 39% las microempresas nunca han realizado negocios por internet. Sin embargo, como se observa el 61% ha realizado negocios por internet al menos alguna vez. De lo que se destaca que el uso de este medio se está expandiendo rápidamente en la ciudad.

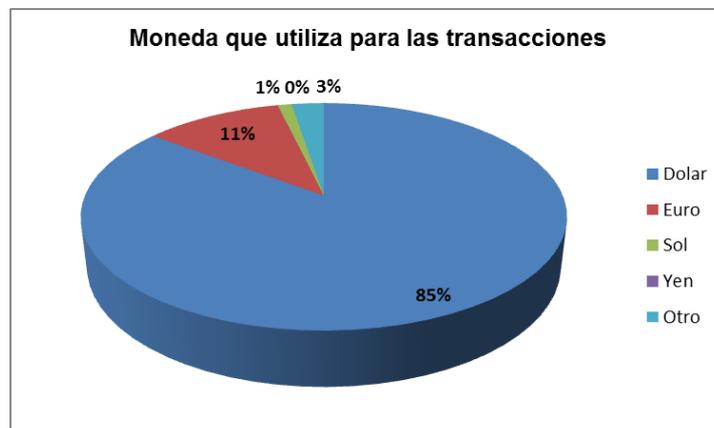
Gráfico 17 Empresas con las que se realizan Transacciones de Compra-Venta que realizan por internet



Elaboración: Los Autores

Del total de las microempresas que sí realizan negocios por internet (61% de un total de 382) se destaca que las transacciones que realizan normalmente son a nivel nacional con un 62%, netamente internacionales solo 8% y 30% realizan negocios en los dos ámbitos.

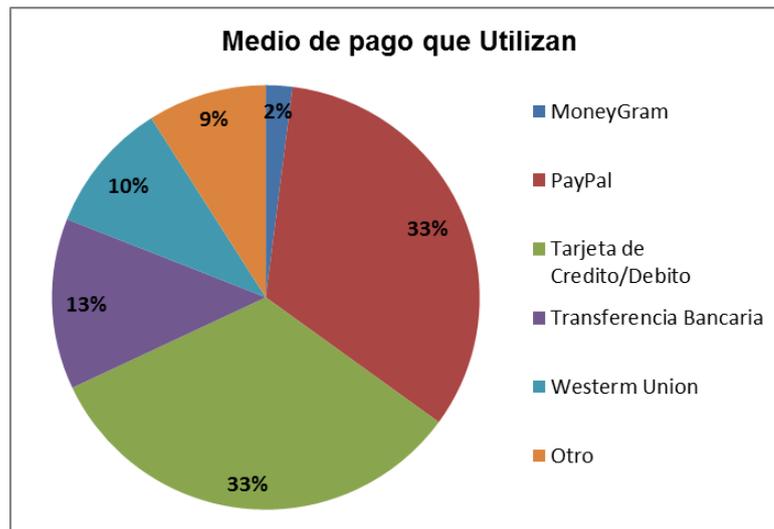
Gráfico 18 Tipo de Moneda con la que Realizan Transacciones



Elaboración: Los Autores

Las respuestas, en esta pregunta con opción de marcar máximo 3 alternativas tenemos de un total de 273 respuestas obtenidas de un total de 233 microempresas, se destaca que el 15% de los encuestados realizan transacciones con dos o tres monedas, teniendo el euro como segunda opción, otro el peso colombiano con 3% y el sol con un 1%. Lo que destaca que las transacciones entre países latinoamericanos tienen un grado de interacción sino del todo amplio, una parte significativa.

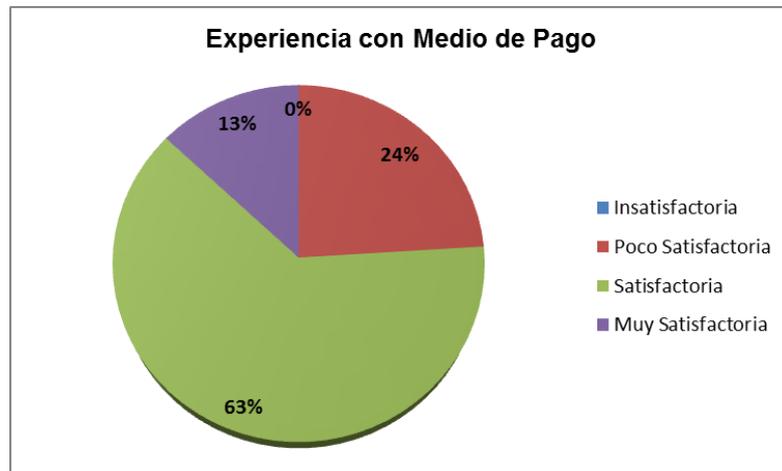
Gráfico 19 Medio de pago que utilizan para las transacciones



Elaboración: Los Autores

Los resultados muestran que de 233 encuestados, se obtuvieron 370 respuestas en total, dado que se dio la opción de marcar máximo 3 opciones. Donde se observa que el 59% de los encuestados utiliza o ha utilizado más de un medio de pago para sus transacciones. Obteniendo el mismo porcentaje de 33% al usar la pasarela PayPal, que la tarjeta de crédito, como mayormente usados. Teniendo las trasferencias como segundo medio más usados con 13% y como otro, depósitos en agencias bancarias 9%.

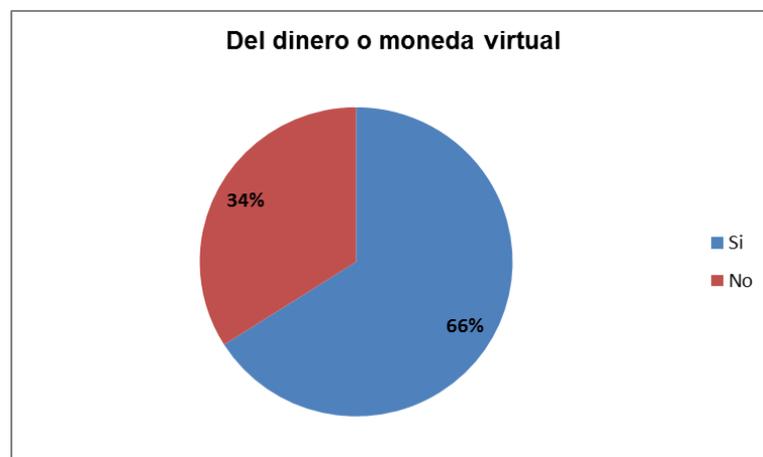
Gráfico 20 Grado de Satisfacción en el Uso de los medios de pago que usan los microempresarios para sus transacciones.



Elaboración: Los Autores

Las microempresas en general han tenido una experiencia satisfactoria al usar los medios de pago mencionados anteriormente con un 63%. Sin embargo el 24% de los microempresarios han calificado el uso de estos medios como poco satisfactoria, por lo cual se destaca que aún no se alcanza la plena satisfacción de los medios de pago que utilizan.

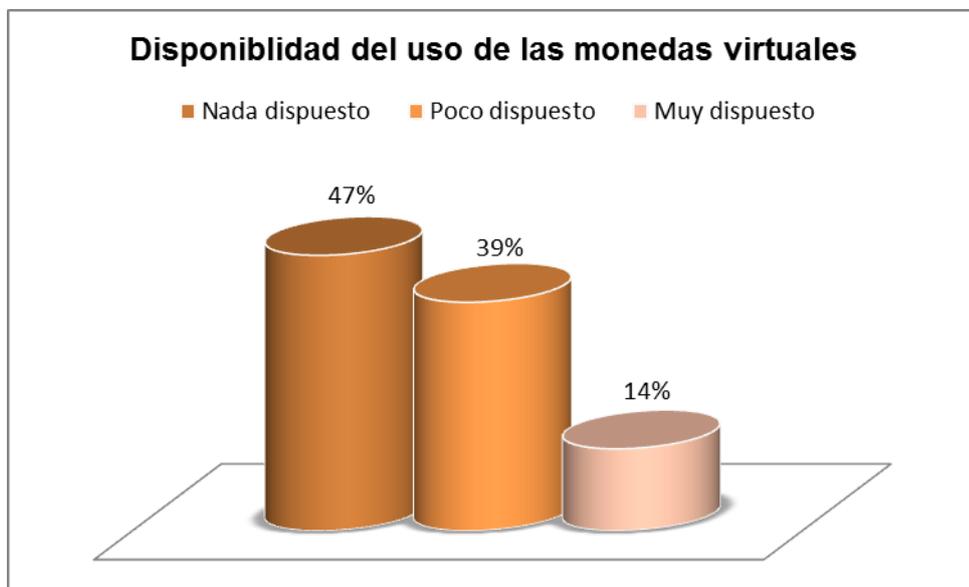
Gráfico 21 Porcentaje de microempresarios que han escuchado sobre la existencia del Dinero o Moneda Virtual



Elaboración: Los Autores

En este punto, denota que la mayor parte de los microempresarios tienen conocimiento de la existencia de las monedas virtuales con un 66%. Sin embargo no se descarta la posibilidad de que sus conocimientos acerca de estas monedas y su uso sean limitados.

Gráfico 22 Porcentaje de disponibilidad en el Uso de Plataformas digitales de interacción comercial cuyo medio de pago sean Monedas Virtuales.



Elaboración: Los Autores

Se tomó la muestra total de las microempresas con conocimiento y desconocimiento de la existencia de moneda virtual. De la cual se obtuvo que el 47% no está dispuesto a usar plataformas cuyo medio de pago sean monedas virtuales. Sin embargo, pese al desconocimiento el porcentaje de disposición a usar estas plataformas ya sea este bajo o alto abarca un total de 53%

Gráfico 23 Razones para usar monedas o dinero virtual en las transacciones que realizan los microempresarios.



Elaboración: Los Autores

Lo que se analiza en este punto es que lo que el 53% de microempresarios que están dispuestos a usar plataformas digitales para las transacciones, lo que aun buscan en los medios de pago es la facilidad y rapidez (52%) y el 24% aún no está de acuerdo con los intereses que se pagan en los sitios donde normalmente realizan sus transacciones. Dentro de la otras razones se incluyeron datos como, “no te roban información personal”, “es más privado” y otra como “Puedes crear tu propia moneda”.

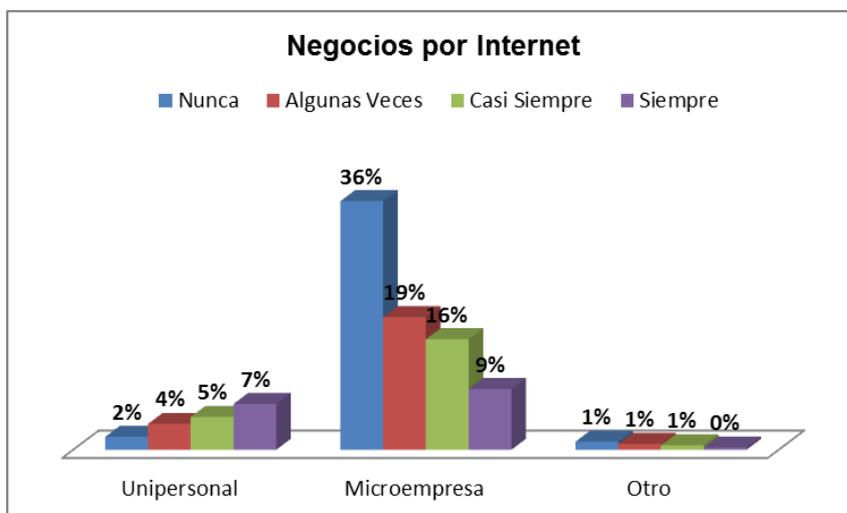
Tabla 15 Varias Razones por las cuales no están dispuestos a usar plataformas digitales de interacción comercial cuyo medio de pago sean monedas virtuales.

Razones para no usar Dinero Virtual
Inseguridad y Riesgo
Desconfianza por desconocimiento del uso
No existe mayor mercado o usuarios
El posible desempeño insatisfactorio de la moneda en el mercado
El descontrol en las tasas de cambio
No hay control de autoridades
Varias de ellas no son fiables ya que no se conoce a los creadores por lo que no estan respaldadas
Si hablamos de una moneda emitida por el Ecuador es muy poco probable el uso por parte de la empresa dados los riesgos economicos detras del mismo y la falta de garantias por parte de entidades publicas o privadas.
No me llama la atencion
De una u otra manera existe la necesidad de liquides

Fuente: Microempresarios encuestados
Elaboración: Los Autores

En este punto podemos ver que estas son varias razones por las que los negocios al realizarlas de una manera diferente e innovadora son evitados por una parte significativa de los encuestados. En la tabla anterior se observa las diferentes razones.

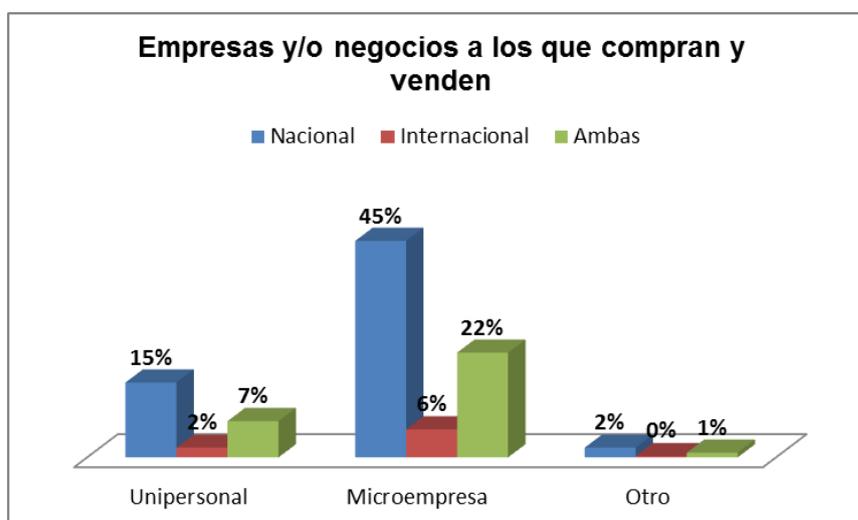
Gráfico 24 Frecuencia de uso de Internet para realizar negocios por tipo de empresa



Elaboración: Los Autores

Al relacionar las variables los resultados obtenidos muestran que las empresas unipersonales que representan un total del 17% de los encuestados el porcentaje de realización de negocios por internet es alto, es decir que solo el 2% de ellos no realiza negocios por internet. Por otro lado tenemos a las microempresas de las cuales el 36% no han realizado negocios por internet.

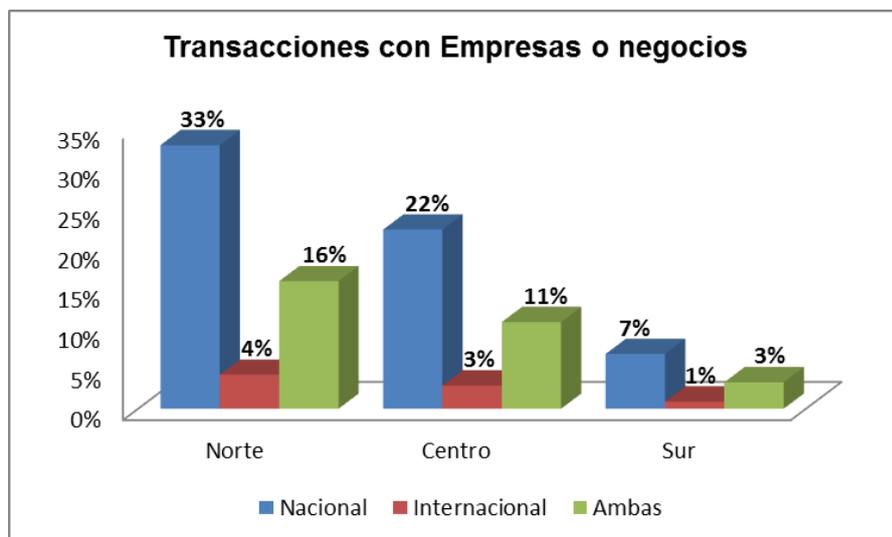
Gráfico 25 Empresas con las que se realizan Transacciones de Compra-Venta que realizan por Internet de acuerdo con el tipo de empresa.



Elaboración: Los Autores

Lo que se destaca en este punto es que tanto las empresas unipersonales y las microempresas realizan transacciones a nivel nacional. Y un porcentaje representativo realizan transacciones con empresas de ámbito nacional e internacional. Del total de empresas que utilizan internet el 29% realiza transacciones dentro y fuera del país.

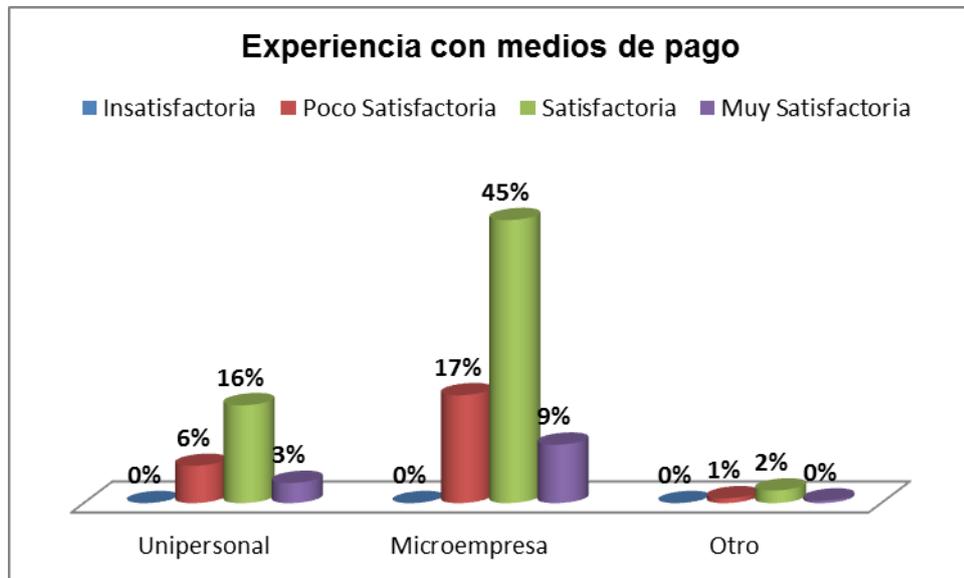
Gráfico 26 Empresas con las que se realizan Transacciones de Compra-Venta que realizan por Internet de acuerdo al sector geográfico.



Elaboración: Los Autores

Donde se observa que la mayor concentración de actividad económica que se realiza por internet a los ámbitos nacional e internacional se encuentra en mayor concentración en el Norte de la ciudad con un 53%, seguido por el sector centro con 36% y el sector Sur con 11%.

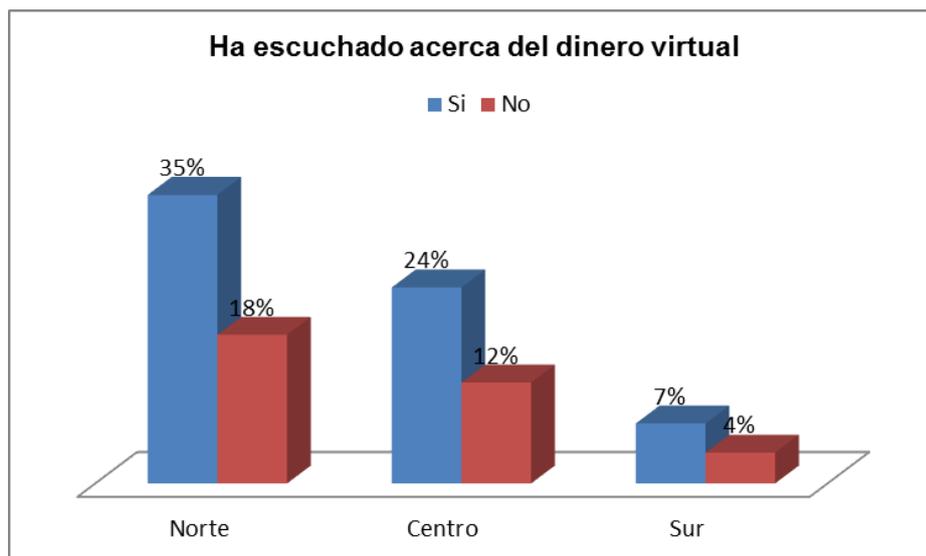
Gráfico 27 Experiencia con los Medio de pago que utilizan para las transacciones por tipo de empresa



Elaboración: Los Autores

Donde se muestra que el grado de satisfacción tanto las empresas unipersonales como las microempresas es muy alto (61%). Pero no tienen plena satisfacción.

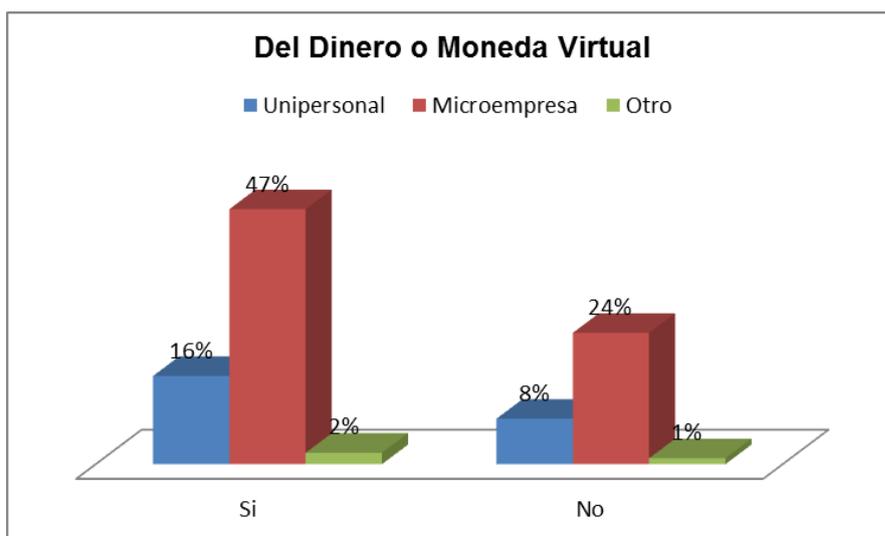
Gráfico 28 Porcentaje de microempresarios que han escuchado sobre la existencia del Dinero o Moneda Virtual por sector geográfico.



Elaboración: Los Autores

Dado este punto, se destaca que los encuestados con mayor conocimiento acerca de la existencia de monedas virtuales se encuentran en el sector Norte de la ciudad de Guayaquil con un 35%, y esto se debe también a que son los que más utilizan internet en las transacciones.

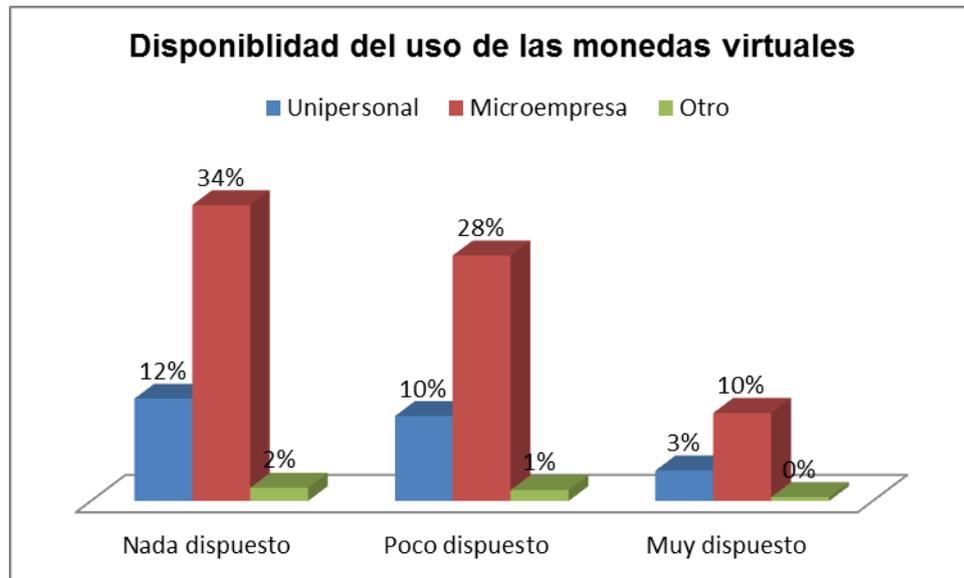
Gráfico 29 Porcentaje de microempresarios que han escuchado sobre la existencia del Dinero o Moneda Virtual por tipo de empresa.



Elaboración: Los Autores

Del total de los encuestados, el 16% es unipersonal con conocimiento acerca del dinero virtual, se observa también que el 47% de las microempresas tienen conocimiento de las monedas virtuales.

Gráfico 30 Porcentaje de disponibilidad en el Uso de Plataformas digitales de interacción comercial cuyo medio de pago sean Monedas Virtuales según el tipo de empresa.



Elaboración: Los Autores

De 233 encuestados, donde las empresas unipersonales representan el 25%, tenemos que el 13% de ellas están dispuestas en diferente proporción a usar plataformas para comercializar, el porcentaje por parte de las microempresas también es muy alto donde el 38% de las microempresas está dispuesto a integrar plataformas.

4.1.2 Conclusiones generales de las encuestas realizadas a los microempresarios de Guayaquil

De la muestra tomada, se concluye que el desconocimiento de lo que se refiere a las monedas virtuales no es disperso, es decir que un porcentaje significativo (66% del 61% de los que realizan transacciones por internet) de los microempresarios están al tanto de su existencia.

A pesar de las diferentes razones que tengan para evitar la realización de los negocios con este medio de pago, del 100% de los microempresarios encuestados de la ciudad de Guayaquil, al menos el 32% están dispuestos,

en diferentes proporciones, a integrar una plataforma digital en la cual se pueda interactuar económicamente mediante monedas virtuales. Los cuales aún no se encuentran totalmente satisfechos con los medios de pago online.

4.1.2 Conclusiones generales de las entrevistas realizadas a expertos en comercio electrónico.

De las dos entrevistas realizadas a empresarios con vastos conocimientos en el comercio electrónico con monedas virtuales se obtuvo como conclusión que los emprendedores no se cierran a los cambios y a pesar del hecho de que existen riesgos en usar nuevos métodos de comercio digital internacional, estos de una manera u otra facilitan la vida de los usuarios e implica innovación tecnológica que genera incremento en las negociaciones en mercados nacionales e internacionales. En palabras del Sr. Luetticke, mencionó que el futuro de las monedas virtuales es prospero, ya que se podrán expandir a otros países y sus ventas aumentaran al poder exportar mucho más ya que los negocios son dependientes de la agilidad y la rapidez en que se pueden mover, la producción y pagos, que con las monedas virtuales sociales se puede agilizar.

CONCLUSIONES

Para concluir el presente trabajo, se debe tomar en cuenta el planteamiento del problema donde se destaca que en Ecuador las transacciones electrónicas son muy limitadas por el desconocimiento de nuevas técnicas de comercio que brindan oportunidades y genera beneficio a nivel mundial, para definir el problema se planteó la siguiente pregunta: ¿Los propietarios de empresas usaran plataformas de comunidades digitales cuyo medio de pago son monedas virtuales para comprar desde y vender hacia mercados internacionales?

1. El presente trabajo tiene como finalidad dar a conocer nuevos métodos de pago que estén habilitados y que los usuarios puedan usar para potenciar los procesos de compra-venta como es el uso de la moneda virtual en pasarelas de pago. Con la implementación de las tecnologías de información y comunicación el 35% de la población activa utilizó el internet en el año 2012 y alrededor del 12,2% de la población poseen un teléfono inteligente los cuales permiten el fácil y rápido acceso al comercio virtual internacional.
2. Para esto es importante conocer las ventajas e inconvenientes que se puedan presentar al momento de usar monedas virtuales como medios de pago, las cuales se desenvuelven en: las regulaciones, la libre oferta y demanda, la seguridad, la confianza y el alcance de mercado. Se obtiene en los resultados que el 52% de empresarios consideran como factor primordial la facilidad y rapidez para el uso de estas monedas, el 24% consideraron más importante las tasas adicionales que conlleva su proceso a lo que contrasta con los factores que limitan el uso de las monedas según la mayoría de empresarios encuestados tales como: la falta de información y capacitación, la inseguridad y la volatilidad de la moneda que corresponde al 47% de los empresarios que están nada dispuestos a utilizar estos medios de pago.

3. El conocimiento de las monedas virtuales hoy en día ha sido de mayor tendencia gracias al actual y concurrente uso a nivel global, actualmente se estima alrededor de 470 monedas virtuales vigentes, entre las cuales se destacan: Bitcoin, Litecoin, Ripple, Dogecoin, Nxt, Peercoin, Darkcoin, Quark, entre otras, sin dejar atrás la futura inclusión de una moneda digital ecuatoriana denominada EcuadorCoin y la moneda Bitelia perteneciente a Google para reducir la dependencia en un sistema de pagos incómodo y antiguo. Según datos de las encuestas realizadas denota que el 66% de empresarios tienen conocimientos sobre las monedas virtuales que se emplean en los negocios internacionales.
4. Con el análisis que emplean las plataformas digitales que utilizan las monedas virtuales como medios de pago, las cuales han logrado tener éxito dado que la cantidad de usuario se incrementa constantemente beneficiando sus negocios, se muestra en los resultados obtenidos que un total del 61% han realizado negocios mediante transacciones en internet. Actualmente un sin número de establecimientos y servicios como lo son Wordpress.com, OkCupid y más de 13000 restaurantes en 3150 ciudades listadas en Fodler aceptan bitcoins como medios de pagos. En enero de este año el total de circulación de bitcoin fue aproximadamente de \$10 billones de dólares alrededor del mundo.
5. Mediante las encuestas realizadas se muestra que del total de los 233 empresarios encuestados que realizan transacciones por internet con diferente frecuencia, un total de 66% tiene conocimiento de la existencia de monedas virtuales y que de estos más del 47% de los empresarios no tienen la disposición para utilizar este tipo de monedas, sin embargo, el 53% restante si está dispuesto a utilizarla ya sea en poca o en alta proporción. Las actitudes en este estudio de factibilidad fueron captadas en torno a las experiencias de cada

individuo respecto a los negocios en internet previamente realizados. Lo que responde a la hipótesis planteada: Los empresarios están dispuestos a utilizar plataformas de comunidades digitales cuyo medio de pago sean monedas virtuales beneficiando sus actividades económicas al incrementar sus ventas hacia mercados internacionales.

6. De acuerdo a los resultados se analiza que se ha alcanzado poca apertura hacia el mercado internacional. El desconocimiento crea desconfianza en los usuarios lo cual limita la integración de los mismos a nuevas formas de comercio electrónico. Según la muestra se determinó que los empresarios 6 de cada 10 realizan negocios por internet a nivel nacional, 3 de cada 10 realizan ambas actividades y 1 de cada 10 netamente internacionales.

Según datos de The Wall Street Journal (2014), Ecuador tendrá este año un déficit fiscal, incluyendo el servicio de la deuda, de unos US\$9.200 millones, más de 9% del PIB, basado en pronósticos de que el precio del petróleo se disparará. El costo del servicio de la deuda no reducirá por lo que será ardua la disminución de las plantillas estatales y subsidios.

En estudios realizados, el Ecuador tuvo que cancelar un 7,95% de interés para recuperarse y volver este año a los mercados internacionales de capitales con un bono de US\$2.000 millones a 10 años. También se obtuvo un préstamo de US\$400 millones a tres años de Goldman Sachs GS-0.19% respaldado por sus reservas de oro para cubrir el déficit del presupuesto. Sin mencionar los préstamos que posee Ecuador de Beijing asegurados por envíos de petróleo en el futuro a precios enmascarados.

Ahora el presidente de la república está planeando la inclusión de una divisa paralela respaldada en dólares por parte del BCE para cuando se le acabe el dinero ajeno. Pero nos cuestionamos entonces: ¿por qué no utilizar dólares? Hoy en día, no existe admiración alguna acerca de la transferencia de dinero mediante vía electrónica. Mencionar que se trata de una moneda virtual es

una tentativa de darle una distinción de bitcoin a lo que esencialmente serán pagarés emitidos por un país con un historial de crédito poco fiable.

Por lo que se concientiza que la causa más continua de la pobreza insistente en el mundo es el despilfarro fiscal del gobierno y la devaluación monetaria de lo que le sigue.

RECOMENDACIONES

- El gobierno ecuatoriano debe buscar la forma de fortalecer el sistema económico no solo con el SDE, sino también con otras opciones vulnerables al cambio, como las monedas virtuales, digitales o sociales dotándole de herramientas modernas y mayor acceso a la población; ya que se agilizaran las transacciones en la economía y contribuirá a la inclusión financiera del Sector Popular y Solidario.
- Actores públicos y privados que participen en la Economía popular y solidaria, para generar iniciativas que sustentables en el largo plazo, permitan mejorar su situación actual.
- Capacitar y fomentar sobre el comercio electrónico entre los empresarios del Ecuador mediante la implicación de instituciones tales como la CFN, el Banco Nacional de Fomento, entre otras, las cuales crearían una presencia del tema tan poco tratada en la circunstancia empresarial del país.
- La creación de planes estratégicos que promueva los negocios internacionales del país y exista una alianza entre las entidades privadas, públicas, los empresarios y las nuevas tecnologías, para combatir los factores que limitan el crecimiento del comercio electrónico del país con las monedas alternativas.
- Implementación de nuevas formas de negociación virtual de rápido y seguro acceso como es el caso del sistema UNETENET en España que funciona con plataformas virtuales para la comercialización de bienes y servicios, aceptando como única forma de pago las monedas virtuales (Unetes) y fomentan tanto al consumidor como al dueño de las empresas.

- Los medios de comunicación forma un rol importante al momento de publicar el proyecto para esto es necesario la financiación de acciones audiovisuales que contribuyan al comercio electrónico tanto para empresarios y consumidores.
- Las monedas virtuales como medio de pago permitirá la creación de nuevas redes económicas en el Sector Popular y Solidario que les permita ampliar los mercados para sus productos.

BIBLIOGRAFÍA

- BCE. (s.f.). Obtenido de Banco Central del Ecuador: www.bce.gob.ec
- Bitcoin alcanza su gran momento y decepciona a algunos de sus primeros defensores. (2014). *MIT Technology Review*, http://www.technologyreview.es/read_article.aspx?id=43154.
- Bitcoin: ¿una moneda electrónica peligrosa?* (15 de mayo de 2014). Obtenido de Forbes: <http://www.forbes.com.mx/sites/bitcoin-una-moneda-electronica-peligrosa/>
- Bonilla, A. (2 de enero de 2014). *Top 5 Mejores empresas de multinivel 2014 ¿Cuáles son y como funcionan?* Obtenido de Blog de negocios, tecnología y noticias de la web: <http://alexanderbobadilla.blogspot.com/2014/01/top-5-mejores-empresas-de-multinivel.html>
- Dineroelectronico: La banca pide 4 reformas. (28 de mayo de 2014). *Hoy*, págs. <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/dinero-electronico-la-banca-pide-4-reformas-607197.html>.
- El auge de la moneda virtual que solo circula en la red. (2014 de 02 de 2014). *La Tercera*, Obtenido de <http://www.latercera.com/noticia/negocios/2014/02/655-565568-9-bitcoin-el-auge-de-la-moneda-virtual-que-solo-circula-en-la-red.shtml>
- El Desempleo Nacional se Ubico en \$,65%. (17 de Agosto de 2014). *El Telegrafo*, Obtenido de <http://www.ppelverdadero.com.ec/pp-comerciante/item/el-comercio-electronico-en-ecuador-avanza.html> .
- Fuente de Analisis y Noticias PanamPost*. (4 de agosto de 2014). Obtenido de Ecuador y Argentina traban negocios de Bitcoin: <http://es.panampost.com/belen-marty/2014/08/04/ecuador-y-argentina-traban-negocios-de-bitcoin/>

Google adquiriría el sitio de pagos para redes sociales Jambool por US\$70 millones. (10 de agosto de 2010). Obtenido de Semana Económica: <http://semanaeconomica.com/article/servicios/72547-google-adquiriria-el-sitio-de-pagos-para-redes-sociales-jambool-por-us70-millones/>

PEAPT. (2014 de julio de 2014). Obtenido de Plataforma Estatal de Asociaciones del Profesorado de Tecnología: <http://peapt.blogspot.com/p/que-es-la-tecnologia.html>

Regulación N. 055-2014 Dinero Electrónico. (28 de febrero de 2014). Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/regulaciones-del-directorio>

Comercio, E. (28 de mayo de 2014). Banca pide cambios a la normativa de dinero electrónico. *El Comercio*, págs. <http://www.elcomercio.com/actualidad/banco-central-dinero-electronico-economia.html>.

Comercio, E. (3 de agosto de 2014). Banco Central del Ecuador emitió el reglamento del dinero electrónico. *El Comercio*, págs. www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-dinero-electronico-bce-negocios-bancocentral.html. Obtenido de *El Comercio*: www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-dinero-electronico-bce-negocios-bancocentral.html

Comercio, E. (22 de mayo de 2014). Banco Central: 'La dolarización no está en riesgo con el dinero electrónico'. *El Comercio*, págs. www.elcomercio.com/actualidad/banco-central-dolarizacion-dinero-electronico.html.

Comercio, E. (26 de mayo de 2014). Los 15 usos que tendría el dinero electrónico. *El Comercio*, Obtenido de <http://www.elcomercio.com/actualidad/15-usos-dineroelectronico-dinerovirtual-bancocentral.html>.

- Friedman, M. &. (1980). *Free to Choose: A Personal Statement*. California: Harcourt.
- Friedman, M. (1963). *Inflation, causes and consequences*. New York: Asia Publishing House.
- Hernandez, A. (15 de mayo de 2013). *Cuál es la forma de pago online más segura en Internet*. Obtenido de Marketing Digital | SEO | Redes Sociales | Consultoría: <http://alfredohernandezdiaz.com/2013/05/15/forma-pago-online-mas-segura-internet/>
- INEC. (s.f.). Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censo: www.inec.gob.ec
- Lietaer, B. ((2001)). *The Future of Money: Beyond Greed and Scarcity*. New York: Random House.
- Marty, B. (5 de agosto de 2014). *Ecuador y Argentina traban negocios de Bitcoin*. Obtenido de Panampost: <http://es.panampost.com/belen-marty/2014/08/04/ecuador-y-argentina-traban-negocios-de-bitcoin/>
- Navas Vega, D. y. (2001). *Clasificación de las microempresas*. Organización Internacional de Trabajo OIT.
- Nectilus. (16 de enero de 2014). *Ley de comercio electrónico, mensajes de datos y firma electrónica*. Obtenido de Software Facturación Electrónica: <http://facturacionelectronicaecuador.com/ley-de-comercio-electronico-mensajes-de-datos-y-firma-electronica/>
- Rosero, L. (6 de agosto de 2012). Crece la economía popular: más microempresas y artesanos. *El Telegrafo*, págs. <http://www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/crece-la-economia-popular-mas-microempresas-y-artesanos.html>.
- Smith, A. (1776). *The Wealth of Nations*. En A. Smith, *Of the Origin and Use of Money* (pág. 178). Scotland: W. Strahan and T. Cadell, London.

Thompson, I. (julio de 2009). *Definicion de Cliente*. Obtenido de Promonegocios: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>

Unetenet. (7 de julio de 2014). *Los nuevos multiniveles y negocios del futuro, te sorprenderá*. Obtenido de Unetenet Mexico: <http://www.unetenet-mexico.com/unetenet-franquicias-desde-casa/los-nuevos-multiniveles-mas-faciles-de-administrar/>

Voorhees, E. (11 de abril de 2012). *ON LIFE AND LIBERTY*. Obtenido de Bitcoin - The Libertarian Introduction: <http://evoorhees.blogspot.com/>

GLOSARIO

Comercio electrónico: Son los negocios tratados por la transferencia de datos por vía electrónica, especialmente en Internet.

Criptografía: Es la técnica para asegurar la transmisión de información privada que utiliza una escritura convencional secreta, de manera que sea ilegible para cualquiera que no posea la clave de descifrado.

Criptomonedas: Se refiere a un nuevo concepto de dinero o de sistema de intercambio de valor. Es dinero digital que solo se intercambia de forma electrónica. Para lo cual se utiliza una red de ordenadores, normalmente conectados a Internet y un sistema de valor almacenado digitalmente.

Dinero: Es el conjunto de billetes o monedas que se utilizan como medio legal de pago en una comunidad de personas.

Fiduciario: Término que hace referencia a lo que depende del crédito y confianza que merezca: moneda fiduciaria.

Intercambio: Se refiere al cambio mutuo entre dos cosas, especialmente el de actividades o servicios entre países, entidades u organismos.

Internet: Es la red mundial de comunicación compuesta por miles de redes telefónicas e informáticas que se encuentran conectadas entre sí para transmitir información.

Marketing: se refiere al conjunto de principios y técnicas que buscan la manera de vender mejor un producto o un servicio.

Medios de pago: Es el medio que se utiliza para realizar un pago en un intercambio comercial, habitualmente dinero en efectivo o tarjeta de crédito o débito.

Red de ordenadores: Es el conjunto de máquinas electrónicas donde cada uno de los integrantes comparte información, servicios y recursos con el

otro. Por lo general se habla de red informática ya que es habitual que se utilicen otros equipos complementarios para facilitar la comunicación.

Red social: Se refiere a la página web en la que los internautas intercambian información personal (textos, imágenes, enlaces, etc.) de manera que crean una comunidad de amigos virtual e interactiva.

Red: Es el conjunto organizado de personas, establecimientos o servicios distribuidos por varios lugares y pertenecientes a una misma empresa o que tienen una sola dirección.

Tecnología: Es el conjunto de conocimientos propios y procedimiento de una técnica.

Transacción: Es el trato o acuerdo comercial entre personas o empresas, generalmente de compra-venta.

Transferencia: Dícese de la operación bancaria que consiste en cambiar dinero de una cuenta a otra. Es la acción y efecto de transferir.

Traspaso: Es la acción que consiste en llevar o pasar una cosa de un lugar a otro o la entrega del alquiler o venta de un local o establecimiento a una persona a cambio de dinero

Trueque: Es la acción del intercambio de bienes y servicios, entregar una cosa y recibir otra a cambio sin mediar la intervención de dinero.

ANEXOS

ANEXO # 1: CARTA DE RESPUESTA EMITIDA POR EL BCE.



ANEXO 2: FORMATO DE ENCUESTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

ENCUESTA

Título: Estudio de Factibilidad del Uso de las Monedas Virtuales como Medio de Pago en las Transacciones para Potenciar la Actividad Económica del Ecuador en el ámbito Internacional.

OBJETIVO: Conocer el grado de aceptación tanto en el comprador como en el vendedor ecuatoriano con respecto al uso de una moneda virtual como un nuevo medio de pago mercantil.

LA PRESENTE ENCUESTA VA DIRIGIDA A MICROEMPRESAS UBICADAS EN EL AREA URBANA QUE REALICEN CUALQUIER ACTIVIDAD ECONOMICA CON POTENCIAL HACIA LAS NEGOCIACIONES ELECTRONICAS

Este cuestionario es realizado con fines académicos por lo que agradecemos el tiempo que se tome en contestar debidamente, señalando con una **X** en la casilla a la que corresponde su respuesta a cada una de las preguntas a continuación:

DATOS DEL ENCUESTADO

Clasificación de Microempresa:

Unipersonal

Microempresa

Señale el Tipo de Actividad que realiza:

Artesanías (bisutería, pirograbado, etc.)

Belleza y Salud (cosmetología, tinturados, etc.)

Comercio

Servicios de asesoría profesional

Servicios de Gastronomía, repostería

Manufactura (Tejidos, ropa, zapatos, etc.)

Turismo (Pasajes, alojamiento, tours, etc.)

Otros

Sector donde realiza su Actividad:

Norte

Centro

Sur

PREGUNTAS

1. ¿Realiza o ha realizado negocios por internet?

Nunca
Algunas veces

Casi siempre
Siempre

Si tu respuesta a la pregunta No. 1 es nunca, la encuesta se da por terminada.

2. ¿Con que empresas o negocios ha realizado transacciones por internet?

Nacionales

Internacionales

Ambas

3. ¿Qué moneda usa o ha usado para compras por internet?

Marcar máximo 3 alternativas

Dólar \$
Yen ¥

Euro €
Libra £

Peso ¿Cuál? _____
Otras _____

4. Cuando realizas compras por internet ¿Qué tipo de pago prefieres?

Marcar máximo 3 alternativas

MoneyGram
PayPal
Tarjeta de Crédito/Debito

Transferencias bancarias
Western Union
Otros _____

5. ¿Cómo ha sido su experiencia al usar estos medios de pago?

Insatisfactoria	<input type="checkbox"/>	Satisfactoria	<input type="checkbox"/>
Poco satisfactoria	<input type="checkbox"/>	Muy satisfactoria	<input type="checkbox"/>

6. ¿Ha escuchado acerca del dinero o moneda virtual?

SÍ NO

7. En las transacciones que realizas. ¿Cuál sería su disponibilidad a usar plataformas de comunidades digitales cuyo medio de pago sean monedas virtuales?

Nada dispuesto	<input type="checkbox"/>
Poco dispuesto	<input type="checkbox"/>
Muy dispuesto	<input type="checkbox"/>

Si su respuesta es negativa, pasar a la pregunta 10

8. ¿Cuáles serían las razones para hacerlo?

Seguridad y Control	<input type="checkbox"/>	Tasas Adicionales Bajas	<input type="checkbox"/>
Mayor Facilidad y Rapidez	<input type="checkbox"/>	Libertad de pagos	<input type="checkbox"/>
Menos Trabas y riesgos	<input type="checkbox"/>	Otros _____	

9. ¿Cuáles serían la razón para no usar la moneda virtual?

Menciónela (s) _____

ANEXO #3: FORMATO DE ENTREVISTA



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE GESTION EMPRESARIAL INTERNACIONAL

ENTREVISTA

Título: Estudio de Factibilidad del Uso de las Monedas Virtuales como Medio de Pago en las Transacciones para Potenciar la Actividad Económica del Ecuador en el ámbito Internacional.

OBJETIVO: Conocer si los empresarios ecuatorianos ya están usando de una moneda virtual como un nuevo medio de pago alternativo.

LA PRESENTE ENTREVISTA VA DIRIGIDA A EMPRESARIOS ECUATORIANOS CON AMPLIOS CONOCIMIENTOS EN NEGOCIACIONES ELECTRONICAS.

Es realizada con fines académicos por lo que agradecemos el tiempo del que usted dispone para contestar cada una de las siguientes preguntas:

1. **¿Qué cambios opina usted que han sido de mayor trascendencia para el desarrollo del comercio a través del uso del internet en el Ecuador?**
2. **En su opinión ¿Qué estimula a los usuarios a realizar transacciones online?**
3. *Conscientes de que su negocio se mueve alrededor electrónicamente. Cuando se realizan transacciones online ¿Qué medio de pago utiliza? ¿Podría ayudarnos con una explicación del proceso y tiempo que esta actividad demanda?*
4. *Como usted sabe las personas más ricas, por así llamarlas, del mundo tienen negocios basados en tecnología, por ejemplo: Carlos Slim, Mark Zuckerberg y Bill Gates ¿Cree usted que la tecnología se utiliza en función de la ganancia? ¿Por qué?*
5. *Las monedas virtuales como medio de pago (P2P), en estos momentos se escucha de su uso en varios países y varios negocios. Tenemos Bitcoin con un valor de \$521.32, por otro lado, Amazon que implemento pagos en su plataforma con Amazon Coin ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes que usted encuentra en el uso de estas monedas? ¿Qué otras monedas virtuales conoce?*

6. **¿Usted cree que el uso de estas monedas virtuales captaran la atención de los emprendedores en comercio electrónico y consumidores en el Ecuador para realizar transacciones online?**

7. *En el país, el Banco Central y otras entidades ya están involucradas en este nuevo sistema de pago, según la Regulación N.055 donde se normaliza el uso de dinero electrónico y la Resolución Administrativa N.037 donde se especifica cómo está respaldado el sistema de intercambio. De acuerdo con esto, ¿Cuál es la diferencia entre este dinero electrónico emitido por el BCE y otras monedas virtuales?*

8. **¿Qué futuro usted prevé en el comercio electrónico en Ecuador con el uso de estas monedas?**

9. **¿Cree usted que se debería implementar en el país plataformas de interacción comercial cuyo medio de pago sea dinero electrónico emitido por el BCE?**

ANEXO #4 Redacción textual de las entrevistas a profesionales del E-commerce

ENTREVISTA AL SR. FRANK LUETTICKE

P.: ¿Qué cambios opina usted que han sido de mayor trascendencia para el desarrollo del comercio a través del uso del internet en el Ecuador?

R.: El internet esta recién entrando en el comercio aquí en Ecuador, obviamente para hacer comercio el internet es la plataforma en que muchas personas que no tenían acceso a mercados internacionales ahora pueden ofrecer sus productos en todo el mundo vendiendo a través de plataformas internacionales de ventas, o a través de tiendas virtuales. Lo que veo dentro del país es que las personas constantemente están buscando comercializar productos en plataformas libres como son OLX, Mercado Libre, que veo que se está estableciendo mucho y que crece bastante rápido, la gente ya está cogiendo mayor confianza con esos medios y esas plataformas libres obviamente da la apertura a muchas personas que tienen pequeños negocios para poder comercializar sus productos. Otra opción que está usando mucho son las redes sociales, como Facebook, y eso les ofrece apertura a un mercado que antes no existía para ellos, tanto que una persona puede distribuir y ofrecer sus productos a nivel nacional a través de plataformas de internet, a nivel internacional hay potencial para desarrollar. Pero a nivel nacional las personas, pequeños negocios que entienden el poder que existe en las nuevas formas de comercializar, lo que obviamente abre nuevos mercados y genera ingresos.

P.: En su opinión ¿Qué estimula a los usuarios a realizar transacciones online?

R.: Yo creo que las transferencias online son más ágiles, lo que veo aquí en el país es que en los bancos los trámites son muy largos, las filas son muy largas y se pierde mucho tiempo, por lo que realizar compras por internet es una cuestión más rápida y ágil.

P.: Como usted sabe las personas más ricas, por así llamarlas, del mundo tienen negocios basados en tecnología, por ejemplo: Carlos Slim, Mark Zuckerberg y Bill Gates ¿Cree usted que la tecnología se utiliza en función de la ganancia? ¿Por qué?

R.: Los negocios más exitosos del mundo están basados en la tecnología y han creado las personas más ricas. Sin embargo, yo no creo que la tecnología se utiliza en función de la ganancia, es decir que no creo que se utiliza solo para hacer dinero, sino actualmente estamos en la era de la tecnología y siempre en el mundo cuando había una tendencia de negocios salieron los más ricos del mundo, cuando la tendencia era la industria, fábricas, las personas más ricas eran los dueños de las fábricas que estaban produciendo, en la época de los carros, las primeras personas que

produjeron carros eran las más ricas del mundo. Por lo que las personas que actualmente están trabajando con tecnología debido a la tendencia en los negocios, son las personas que obviamente están generando mayor riqueza. Tiene más bien que ver con la tendencia actual de los negocios para poder crear realmente grandes riquezas.

P.: *Conscientes de que su negocio se mueve alrededor electrónicamente. Cuando se realizan transacciones online ¿Qué medio de pago utiliza? ¿Podría ayudarnos con una explicación del proceso y tiempo que esta actividad demanda?*

R.: *Bueno, los negocios que yo muevo alrededor del mundo, entre Alemania, Ecuador y otros países, normalmente se hace con transferencias electrónicas internacionales que se pueden manejar directamente del portal del banco, pagos con pasarelas de pagos como son PayPal, OkPay o pagos con tarjetas de crédito que son los medios que utilizo para hacer pagos. Trabajo en un negocio que se maneja una moneda virtual social, en donde se hace traspasos de esa moneda entre cuentas de usuarios para poder pagar y comprar bienes. El proceso, es ingresar a una página web, ingresar los datos adecuados. Lo más común es pagar con PayPal que se pueden hacer los pagos con un solo click, ya cuando te registras tienes una cuenta PayPal. Cuando compras en Amazon o EBay son con unos 2 o tres click porque ya está todo registrado o con el pago de la tarjeta de crédito es necesario ingresar los datos de la tarjeta q son los 16 dígitos, la fecha de caducidad y número de seguridad y demanda uno o dos minutos máximo para poder procesar los pago.*

P.: *Las monedas virtuales como medio de pago (P2P), en estos momentos se escucha de su uso en varios países y varios negocios. Tenemos Bitcoin con un valor de \$521.32, por otro lado, Amazon que implemento pagos en su plataforma con Amazon Coin ¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes que usted encuentra en el uso de estas monedas? ¿Qué otras monedas virtuales conoce?*

R.: *Si, ahora hay varias monedas que se están creando, monedas sociales. La primera y la más conocida es Bitcoin la cual tiene mucha fluctuación, empezó con un valor menor a un centavo, pero ahora, dependiendo de dónde se maneja tiene valores de \$140 hasta \$900 entonces obviamente la desventaja de las monedas con mucha fluctuación es que las personas que manejan negocios con bitcoins no pueden controlarlo. Es decir no hay del todo tanta seguridad con este tipo de monedas sociales o virtuales que tienen alta fluctuación. Existen otras monedas que están directamente vinculadas a un valor de una moneda de uso oficial, la que yo uso es Unetcoin que está vinculada directamente al dólar por lo que no hay fluctuación oficial, pero dentro del mercado de las personas que manejan esta moneda social, se maneja una fluctuación dependiendo de la demanda y contrademanda, es decir de las personas que lo quieran comprar y q loa quieran vender, entonces ahí también hay una fluctuación porque el mercado no está todavía bien establecido. Ahora, ventajas de las monedas sociales es el sistema independiente, sin intervención de los bancos, una*

manera para personas que pueden acceder a una moneda social sin tener un trabajo que se paga con una moneda oficial. Es decir personas que no tengan acceso a divisas pueden adquirir este tipo de divisas virtuales por medio del trabajo que realizan y pueden también adquirir productos, gracias a las plataformas de interacción comercial. La desventaja es que estas monedas solo son aceptadas en ciertos círculos o comunidades, es decir siempre tiene que existir un acuerdo entre los usuarios de que ellos aceptan estas monedas para que el mercado pueda funcionar, si las personas no aceptan o pierden la confianza en esta moneda el valor desciende y existen pocos lugares donde se podría reclamar el valor.

P.: ¿Usted cree que el uso de estas monedas virtuales captaran la atención de los emprendedores en comercio electrónico y consumidores en el Ecuador para realizar transacciones online?

P.: Depende mucho de las decisiones políticas, hasta ahora en Ecuador se ha implementado su moneda virtual. Por lo que se prohíbe el uso de otras monedas virtuales de uso internacional en el país, será bastante difícil que las puedan usar con efectividad, por lo que a las pequeñas empresas no les llamara la atención. Obviamente si el gobierno ha decidido esto y el uso se va restringir dentro del país, y esas monedas tendrán sentido cuando se manejen a nivel internacional. Lo que si se ve es que las opciones de hacer pagos por internet con otros medios, como es PayPal que no es una moneda virtual, pero ya es una manera con la cual se está entrenado a los mercados internacionales aquí lo que hay es el limitante de las salidas de divisas. Al realizar un pago por estos medios al exterior también se está limitando los pagos a otras empresas del exterior y hace los negocios de compras en el exterior menos rentable y con esto menos interesante para los empresarios.

P.: En el país, el Banco Central y otras entidades ya están involucradas en este nuevo sistema de pago, según la Regulación N.055 donde se normaliza el uso de dinero electrónico y la Resolución Administrativa N.037 donde se especifica cómo está respaldado el sistema de intercambio. De acuerdo con esto, ¿Cuál es la diferencia entre este dinero electrónico emitido por el BCE y otras monedas virtuales?

R.: El dinero electrónico que se quiere promover aquí en el país y una moneda social que esta emitida en otros lugares, es obviamente la magnitud en la cual se va a establecer; hasta lo que tengo entendido se va a pagar a ciertas entidades públicas con esta moneda y de esta manera se va a crear un mercado donde se acepta esta moneda mucho más rápido, y la gente debería tener más confianza en esto porque es respaldado por el gobierno y lo que se debería hacer es ofrecer un medio de intercambio, donde se pueda crear cambios entre monedas y los bienes o servicios que se ofertan en el mercado, y de esto se debería encargarse el gobierno para crecer un poco más rápido. De ahí depende de la aceptación de las personas, es decir como ellos lo van a tomar, muchas veces el uso de estas monedas crece por el deseo de personas que ya están de antemano aceptando este sistema,

sin embargo el gobierno está imponiendo esta nueva forma de pago, por lo que la gente puede sentirse obligada y depende de cómo la gente lo vea.

P.: ¿Qué futuro usted prevé en el comercio electrónico en Ecuador con el uso de estas monedas?

R.: En el comercio electrónico con esas monedas, obviamente, como dije anteriormente de las leyes aquí en el país, si el gobierno va a quitar el derecho de poder usar otras monedas virtuales, aparte de la que emite el BCE, el mercado para poder trabajar con esas monedas a nivel nacional, va a estar muy limitado. En el caso de que este permitido manejar monedas electrónicas a nivel internacional, veo muy buen futuro y muchas personas que realizan negocios por internet, van a poder expandirse a otros países y van a aumentar sus ventas al poder exportar mucho más porque mucho depende en los negocios la agilidad, la rapidez en que se pueden mover, en la producción y en los pagos, que con las monedas virtuales sociales se puede agilizar.

ENTREVISTA AL Eco. JUAN CARLOS SALAME

P.: ¿Qué cambios opina usted que han sido de mayor trascendencia para el desarrollo del comercio a través del uso del internet en el Ecuador?

R.: Bueno pues con respecto a esto, nosotros empezamos ya hace cuatro años estos emprendimientos y habido un desarrollo en comercio electrónico. No ha sido tan rápido, poco a poco la gente se ha ido acostumbrando a poder transaccionar en internet, todavía existe desconfianza en que la gente ingrese su tarjeta de crédito en una página. Nosotros tenemos más de mil transacciones mensuales desde la página, gente que paga con tarjeta de crédito, gente que hace depósitos y transferencias y hemos crecido, pero igual ha sido complicado.

P.: En su opinión ¿Qué estimula a los usuarios a realizar transacciones online?

R.: Lo que estimula, yo creo q son 2 cosas que se ocurren en este momento. Uno es el usuario tenga la confianza y hay diferentes maneras de estimular esa confianza, que puede ser el ser una compañía reconocida, donde se pueda decir sé que si yo pongo mi tarjeta de crédito aquí no me van a robar información. Para otros emprendimientos no muy reconocidos, es más difícil es decir te toca hacer alianzas con otras marcas más reconocidas para que te den importancia. Esa es la confianza, el otro es el servicio. Es más difícil que la persona compre sin ver una cara, sin poder conversar con alguien, entonces es importante dar el mejor servicio, ya sea por teléfono, ya sea que la pagina sea muy amigable, ya sea contestando un mail a tiempo, si tiene algún problema lo puedas solucionar lo antes posible. Yo apuntaría hacia esas dos partes, confianza y el servicio.

P.: Como usted sabe las personas más ricas, por así llamarlas, del mundo tienen negocios basados en tecnología, por ejemplo: Carlos Slim, Mark Zuckerberg y Bill Gates ¿Cree usted que la tecnología se utiliza en función de la ganancia? ¿Por qué?

R.: No, la tecnología no fue creada para generar ganancias. Más bien esas son personas que han sabido aprovechar, o sea que han estado en el lugar correcto, en el momento correcto y han hecho lo correcto. Han tenido una buena idea y la han sabido ejecutar de la mejor manera. Al estar en el lugar correcto y aprovechar esas oportunidades, porque las oportunidades van y vienen, han podido, obviamente enriquecerse, de una manera admirable y lícita porque mucha gente estando en esa posición no hubiera hecho lo mismo. Oportunidades todo el mundo las tiene al frente y se las deja pasar. Porque inclusive hay gente que tiene igual o más dinero que ellos y no están directamente vinculados a la tecnología. Pero siempre va haber tendencias tecnológicas que van creciendo, son olas que van creciendo muy rápido, y aquellas personas que las identifican y ejecutan un modelo de negocios sobre ellas obviamente les va a ir bien.

P.: Conscientes de que su negocio se mueve alrededor electrónicamente. Cuando se realizan transacciones online **¿Qué medio de pago utiliza? ¿Podría ayudarnos con una explicación del proceso y tiempo que esta actividad demanda?**

R.: Bueno tenemos tres medios de pago, tarjetas de crédito, depósitos y transferencias bancarias. Con tarjeta de crédito aceptamos Visa, MasterCard y Diners, en planes rotativos y diferidos; y en depósitos y transferencias es para aquellas personas que o no tienen tarjeta de crédito o no sienten la confianza para ingresar su números de tarjeta de crédito, actualmente el 65% de las transacciones se hacen con tarjetas de crédito y el resto se hace con depósito o transferencia en efectivo. Con respecto al proceso, es bastante rápido, tienes que estar registrado en la página, escoges la promoción que deseas y luego escoges la opción de pago, si es con tarjeta de crédito y ya está mi información ingresada, solo pongo siguiente y me voy a la página de la tarjeta de crédito para pagar. Si pusiera depósito o transferencia, el pago debes realizarlo antes y seleccionas la opción la cual se vincula al banco y te da los pasos a seguir. Cuando ya realizases el depósito o transferencia nosotros aquí confirmamos que ya esté listo. En este punto, te dice haz el depósito o transferencia y luego avísame que ya lo hiciste, entonces nosotros aquí confirmamos si ya lo hiciste y le acreditamos el cuponaso.

P.: Las monedas virtuales como medio de pago (P2P), en estos momentos se escucha de su uso en varios países y varios negocios. Tenemos Bitcoin con un valor de \$521.32, por otro lado, Amazon que implemento pagos en su plataforma con Amazon Coin **¿Cuáles son las ventajas e inconvenientes que usted encuentra en el uso de estas monedas? ¿Qué otras monedas virtuales conoce?**

R.: La ventaja es un tema de costos, es decir, estas monedas se basan en la teoría de que no hay ente regulador y al no haber un ente regulador los costos bajan, es totalmente la libre oferta y demanda. Es quizá un extremo al nivel capitalista o a la derecha. No hay reglas, deja que la economía se guíe por oferta y demanda, lo que quieran los consumidores, cuando quieran. Cero regulaciones. Esa es la parte positiva, digamos, la que no hay muchos costos. Pero así mismo al no haber muchas regulaciones y reglas sobre eso, pueden ocurrir problemas. Cuando tienes libre oferta y demanda y no tienes nada que la moldee o la guíe van a ocurrir desviaciones que crean problemas. Hay algunas cosas que pueden suceder, en el caso de Bitcoin al no haber un ente que regule esta moneda pueden ocurrir temas como lavados de dineros, narcotráfico; en donde tú puedes camuflarlo con esa moneda, porque no hay ningún banco que te diga, oye de donde viene esta plata o de donde sale. Hay gente que puede ganar mucha plata y perder mucha plata con el Bitcoin. En el momento que de alguna manera se regule el Bitcoin o tenga restricciones en el uso la demanda de esta moneda bajara y hay gente que perderá dinero. Tiene partes buenas y malas, tiene un riesgo, pero es algo interesante, yo creo que todo lo que implique innovación es positivo para la gente.

P.: ¿Usted cree que el uso de estas monedas virtuales captaran la atención de los emprendedores en comercio electrónico y consumidores en el Ecuador para realizar transacciones online?

P.: La atención la capta, el problema es que actualmente el uso de estas monedas está prohibido, sobre todo con el nuevo código monetario dentro del país no se pueden realizar transacciones. Ahora con respecto a transacciones internacionales habría que ver si con el uso de estas monedas no se genera el Impuesto a la Salida de Capitales, si es una oportunidad para la gente. Pero habría que ver, esto está muy temprano, hay q ver que ruta agarra.

*P.: En el país, el Banco Central y otras entidades ya están involucradas en este nuevo sistema de pago, según la Regulación N.055 donde se normaliza el uso de dinero electrónico y la Resolución Administrativa N.037 donde se especifica cómo está respaldado el sistema de intercambio. De acuerdo con esto, **¿Cuál es la diferencia entre este dinero electrónico emitido por el BCE y otras monedas virtuales?***

R.: La mayor diferencia, es que este dinero electrónico está regulado por una entidad, el Bitcoin no tiene ningún banco central que lo regule, es simplemente oferta y demanda. El momento en que el dinero electrónico ecuatoriano, como se ve hasta ahora tiene una paridad uno a uno con el dólar, es decir doy un dólar y me dan un dólar electrónico. Entonces este dinero si está regulado, hay una facilidad de pagos, sí, en el momento que lo tengo en mi celular etcétera, etcétera, o se a en la parte física pero de cómo se desenvuelve ese dinero si hay una gran diferencia entre cualquier dinero electrónico en el mundo y este de Ecuador que está dentro del sistema financiero Ecuatoriano. Por lo que si estaría dispuesto a utilizar el sistema de dinero electrónico, es más tengo una reunión con la gente del Banco Central del Ecuador en Quito para ver como lo incorporamos a nuestros medios de pago.

P.: ¿Qué futuro usted prevé en el comercio electrónico en Ecuador con el uso de estas monedas?

R.: Su uso va aumentar, cada vez lo que se trata es que la tecnología permita facilitar la vida de las personas, si el facilitar la vida de las personas implica no tener billetes en el bolsillo obviamente el uso de este sistema va a ir aumentando, cada día también hay más seguridades en cuanto a la transacción electrónica y esto permite que la gente tenga más confianza en usarlo. Y temas también de bancarización porque en África se ha visto mucho el tema de dinero electrónico porque permite que la gente tenga dinero en su celular, no necesariamente tiene que ir a un lugar para abrir una cuenta corriente en un banco, sino que fácilmente puedes tener dinero en un dispositivo electrónico.