



**ANÁLISIS DE LAS VENTAS, MEDIANTE LA IMPLEMENTACIÓN DE LOS
MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN LOS NEGOCIOS DEL
TECNOLÓGICO DE ANTIOQUIA I.U.**

Elaborado por:

EDUARD ALEXANDER MEDINA TORRES

DIANA ISABEL TANGARIFE OCAMPO

Asesor: WILMER ANTONIO CASTAÑEDA CARDONA

Administración Comercial

Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas

Medellín

2020

Resumen

Este trabajo pretende analizar el posible comportamiento de las ventas mediante la implementación de medios de pago electrónicos en los puntos de venta de los negocios ubicados en el Tecnológico De Antioquia Institución Universitaria – TdeA sede Robledo. Para esto, se inicia observando la historia del dinero como medio de pago y las alternativas que se han venido dando a través de los años gracias a las herramientas tecnológicas como lo son las transferencias electrónicas, el pago con tarjetas débito o crédito, el código QR, etc., además, con el avance de las fintech, la búsqueda por llegar a las personas en cualquier lugar solo a un clic, facilita la disminución del efectivo circulante y aprovecha la transformación en los medios de pago.

En el TdeA hay ocho negocios los cuales tres son papelerías y cinco son cafeterías, pero los propietarios aun no manejan en su totalidad de pago electrónicos, y los que ya los usan, han optado darlo a ofrecerlos solo a conocidos o a personas que preguntan si hay otra manera de pagar. Para el análisis objeto de estudio se realizaron entrevistas a profundidad a los mencionados propietarios, y 234 encuestas a la comunidad educativa, donde se obtuvo como resultado que el comportamiento de las ventas con la implementación de medios de pago electrónicos aumentaría debido a que la comunidad está familiarizada con estos y los usaría en sus compras dentro de la universidad; por ello se recomienda una mayor divulgación de este servicio por parte de los comercios implicados.

Palabras clave: ventas, medios de pago electrónicos, fintech.

Bibliografía

- Aristizabal Duque, A., & Osorno Hincapié, D. (2016). *Comportamiento del consumidor de Medellín frente a los sistemas de pago móviles*. Obtenido de Repositorio Universidad Escuela de Ingenieros de Antioquia: <https://repository.eia.edu.co/handle/11190/1808>
- Banco de la República de Colombia. (s.f.). *¿Cómo se implementa la política monetaria en Colombia?* Obtenido de Política monetaria: <https://www.banrep.gov.co/es/como-se-implementa-la-politica-monetaria#mecanismos>
- Banco de la República de Colombia. (s.f.). *Historia del dinero*. Obtenido de Red Cultural del Banco de la República en Colombia: https://enciclopedia.banrepultural.org/index.php/Historia_del_dinero
- Banco de la República de Colombia. (s.f.). *Inflación total y meta*. Obtenido de Banco de la República: <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/inflacion-total-y-meta#gsc.tab=0>
- Bancolombia. (2020). *Innovación*. Obtenido de Informe de gestión: <https://www.grupobancolombia.com/wps/wcm/connect/41678cab-e77e-43ee-b8e8-a6d08f15a97a/Innovacion.pdf?MOD=AJPERES&CVID=n3bmGeV>
- Bancolombia. (2020). *Principales cifras Grupo Bancolombia 2019*. Obtenido de Informe gestión: https://www.grupobancolombia.com/wps/wcm/connect/c11e927a-7887-4b2a-b6fd-ce43300c28a4/Principales_cifras.pdf?MOD=AJPERES&CVID=n3bDBdU
- Bancolombia. (s.f.). *Transferencias con código QR*. Obtenido de Administra tu negocio: <https://administratunegocio.apps.bancolombia.com/inicio>
- Best, R. J. (2007). *Marketing estratégico, 4ta Edición*. Obtenido de freelibros.me: <https://www.freelibros.me/marketing/marketing-estrategico-4ta-edicion-roger-j-best>
- Beverage Industry. (Junio de 2019). *A look into the future of vending*. Obtenido de <http://web.a.ebscohost.com/pcjic.basesdedatosezproxy.com/bsi/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=d6963c5a-3faa-404f-b664-6b2e5b57372b%40sdc-v-sessmgr01>

Cacho Elizondo, S., & Lázaro Álvarez, J. D. (2018). *Transformación digital de los negocios de network marketing, multinivel y ventas directas. El impacto de nuevas herramientas y plataformas digitales*. Obtenido de <http://tdea.basesdedatosezproxy.com:2134/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=31de4619-f43d-4961-a199-0d862b79588e%40pdc-v-sessmgr05>

Credibanco. (s.f.). *Datáfonos con conexión telefónica*. Obtenido de Soluciones en punto de venta: <https://www.credibanco.com/soluciones-para-comercios/soluciones-en-punto-de-venta/datafonos-de-conexion-telefonica/verifone>

DANE. (2 de Diciembre de 2019). *Encuesta anual de comercio*. Obtenido de DANE, boletín técnico: https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eac/bol_eac_2018.pdf

Darks, M. (27 de Abril de 2020). *THE NEW MONEY MANAGEMENT: How fintech services are evolving and expanding*. Obtenido de <http://web.a.ebscohost.com.pcjic.basesdedatosezproxy.com/ehost/detail/detail?vid=0&sid=6fc2bbb8-b07a-4114-82bc-f85aa6618a52%40sdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbm9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#db=bwh&AN=143299470>

Díaz Zárate, P. C. (2014). *Influencia de la combinación de marketing digital y marketing tradicional en el comportamiento de las ventas empresariales. Caso: música digital Universal Music Ecuador*. Obtenido de Repositorio Universidad Andina Simón Bolívar: <http://repositorionew.uasb.edu.ec/handle/10644/4397>

Indah Bayunitri, B. (2019). *Comparative Analysis of Payment Method between Digital Money and Non-Digital Money toward the Process of Customer Purchase Decision: Survey on Tokopedia Customers in Bandung, Indonesia*. Obtenido de Global Business and Management Research: An International Journal: <http://tdea.basesdedatosezproxy.com:2134/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=3&sid=9299f3a5-7157-4b6f-b637-28364b61fda6%40pdc-v-sessmgr02>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Mercadotecnia*. Mexico: Prentice - Hall Hispanoamericana SA.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Marketing: Versión para Latinoamérica, 11va edición*. Obtenido de Freelibros.me: <https://www.freelibros.me/marketing/marketing-version-para-latinoamerica-11va-edicion-philip-kotler-y-gary-armstrong>
- Los costos de producción y la fijación de los precios de venta en la empresa Impactex*. (Abril de 2015). Obtenido de Repositorio Universidad técnica de Ambato: <http://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/17005/1/T2923i.pdf>
- Malpica, N. Á. (2019). *Barreras al crecimiento del comercio electrónico en Colombia, el caso Mercado Libre*. Obtenido de Repositorio Universidad Santo Tomás: <https://repository.usta.edu.co/handle/11634/20233>
- McDonald, M. (2016). *Marketing Planning : Understanding Marketing Plans and Strateg.* Obtenido de <http://tdea.basesdedatosezproxy.com:2134/ehost/ebookviewer/ebook/ZTAwMHh3d19fMTQwNjA3M19fQU41?sid=3ee1fe96-76e9-4af3-9f44-15325ee42bc6@pdc-v-sessmgr03&vid=2&format=EB&rid=5>
- Molina Osorio, L., & Ruiz Montoya, C. S. (2010). *Incentivo para el uso de pagos electrónicos en internet*. Obtenido de Repositorio Universidad Escuela de Ingeniería de Antioquia: <https://repository.eia.edu.co/handle/11190/1516>
- Montalvo Labanda, D. M. (Mayo de 2015). *Análisis del mercado financiero y la implementación del uso del dinero electrónico como medio de pago en el Ecuador*. Obtenido de Repositorio Institucional de la Universidad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/7899>
- Pardo, J. M., & Rodriguez Olivos, S. (2005). *Análisis de la problemática de los medios de pago en el comercio electrónico aplicado al caso colombiano*. Obtenido de <https://javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/Tesis211.pdf>

Paredes Chugcho, Á. M. (Noviembre de 2017). *Análisis de las formas y medios de pagos internacionales para la venta de artesanías desde esmeraldas hacia la unión europea*. Obtenido de

<https://181.39.85.171/bitstream/123456789/1439/1/PAREDES%20CHUGCHO%20%C3%81NGEL%20MOIS%C3%89S.pdf>

Sanayei, A. &. (2006). *E-banking Evolution in Third Millennium*. Obtenido de Journal of International Marketing & Marketing Research: <http://web.b.ebscohost.com/pcjic.basesdedatosezproxy.com/bsi/detail/detail?vid=9&sid=80abc140-2aab-45f7-a853-505a47d0281b%40pdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1ic2ktbGl2ZQ%3d%3d#AN=19708163&db=bth>

Sandoval Garzón, A. J., & Sánchez Algarra, D. P. (15 de Diciembre de 2008). *Una mirada al manejo de las herramientas de comunicación de venta en las tiendas de barrio de estratos 2, 3, 4 y 5 de Bogotá*. Obtenido de Repositorio Universidad Pontificia Bolivariana: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/5140>

Sharma, G., & Kulshreshtha, K. (2019). *Mobile Wallet Adoption in India: An Analysis*. *IUP Journal of Bank Management*.