

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



**TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:
“PRINCIPALES MEDIOS DE PAGO DIGITALES UTILIZADOS EN LOS
RESTAURANTES DE COMIDA RÁPIDA DEL DISTRITO DE SOYAPANGO”**

PRESENTADO POR

**ELBA ISABEL ESPINOZA CHÁVEZ
SARA ISABEL FLAMENCO MÁRQUEZ
GLENDA IVETTE MARROQUIN SANDOVAL**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DOCENTE ASESOR:

MBA. OSCAR NOE NAVARRETE ROMERO

MAYO 2025

CIUDAD UNIVERSITARIA, DR. FABIO CASTILLO FIGUEROA.

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMERICA

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

Rector: Msc: Juan Rosa Quintanilla Quintanilla.

Vicerrectora académica: Dra. Evelyn Beatriz Farfán Mata.

Secretario general: Lic. Pedro Rosalio Escobar Castaneda.

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS.

Decana: Licda. Celina Amaya de Calderón.

Secretario de la Facultad: Lic. Juan Pablo Marín

Coordinador General de Procesos de Graduación:

MAF. Ronald Edgardo Gálvez Rivera.

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Director de la Escuela: Msc. Abraham Vásquez Sánchez.

Coordinador de Procesos de Graduación de la Escuela de Administración de Empresas.

Lic. David Mauricio Lima Jaco.

Tribunal evaluador:

Lic. Alfonso López Ortíz

MBA. José Ricardo Rivas Nuila

MBA. Oscar Noé Navarrete Romero (Docente asesor)

MAYO 2025

SAN SALVADOR,

EL SALVADOR,

CENTROAMERICA

AGRADECIMIENTOS.

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por permitirme llegar hasta acá brindándome la sabiduría y fortaleza, a mis padres que siempre me apoyaron desde mi niñez estando presente en cada uno de mis logros ya que sin ellos todo esto no sería posible hoy en día, también quiero mis compañeros/as que fueron parte de este largo camino que me enseñaron el verdadero trabajo en equipo. y por último quiero agradecer al docente asesor por su tiempo, paciencia y guiarnos con sus enseñanzas de la mejor forma posible en este proceso.

Elba Isabel Espinoza Chávez

Agradezco primeramente a Dios por darme salud, fuerza, sabiduría y por ser mi guía en este proyecto de vida, agradezco infinitamente a mi familia en especial a mis padres por su amor incondicional y por permitirme formarme académicamente, gracias por su apoyo en los momentos difíciles, han sido un pilar en este logro. Agradecerles a mis compañeros por las horas compartidas, los trabajos realizados en conjunto y las historias vividas a lo largo de la carrera, en especial a las compañeras que formaron parte de este proceso, por su dedicación, compromiso y de igual manera agradecerle a nuestro asesor por su orientación y tiempo dedicado en la realización de nuestro trabajo de investigación.

Glenda Ivette Marroquín Sandoval

Agradezco a Dios por guiarme e iluminar mi camino, por brindarme la sabiduría y fortaleza necesaria para culminar esta etapa de mi vida académica. A mis padres, por su apoyo incondicional, por creer en mí y motivarme a seguir adelante. También quiero agradecer a mis compañeras por el esmero y dedicación puesta para lograr nuestro objetivo. Al docente asesor por acompañarnos, por sus valiosos consejos que fueron fundamentales para culminar este trabajo de graduación. Y a cada una de las personas que, de una u otra manera, formaron parte de este proceso.

Sara Isabel Flamenco Márquez

ÍNDICE DE CONTENIDO

Resumen ejecutivo.....	i
Introducción.....	iii
Capítulo I: Planteamiento del problema y marco de referencia sobre los medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida.....	1
1. Planteamiento del problema.....	1
1.1 Antecedentes.....	2
1.2 Caracterización del problema.....	6
1.3 Formulación del problema.....	6
1.4 Delimitación del problema.....	6
1.4.1 Teórica.....	6
1.4.2 Temporal.....	6
1.4.3 Geográfica.....	7
1.5. Justificación de la investigación.....	7
1.5.1. Importancia.....	7
1.5.2. Utilidad.....	7
1.5.3. Originalidad.....	7
1.5.4. Factibilidad.....	8
1.6. Objetivos.....	9
1.6.1 General.....	9
1.6.2 Específicos.....	9
2. Marco de referencia.....	10
2.1 Histórico en El Salvador.....	10
2.1.1 Antes de la conquista.....	10

2.1.2 Después de la conquista.	10
2.1.3 Monedas extranjeras el dólar.	11
2.1.4 Historia de los medios de pago.	12
2.1.5 Origen de los restaurantes.	13
2.2. Marco Referencial.	13
2.2.1 Generalidades de los restaurantes.	13
2.2.2. Medios de pago digitales.	14
2.3.3 Tipos de medios de pago digitales.	14
4.3.5 Ventajas y desventajas.	23
2.4 Marco legal e institucional.	25
2.4.1 Constitución de la República de El Salvador.	25
2.4.5 Reforma a la ley del sistema de tarjetas de crédito.	26
2.5. Marco institucional.	27
Capítulo II: Metodología de Investigación sobre el uso de los medios de pago digitales utilizados por los restaurantes de comida rápida en el Distrito de Soyapango.	28
3. Metodología utilizada en la investigación monográfica.	28
3.1. Método de investigación.	28
3.2 Métodos auxiliares.	29
3.3 Tipo de investigación.	29
3.4 Diseño metodológico.	30
3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de información.	31
3.5.1. Técnicas.	31
3.5.2. Instrumentos.	32

3.6 Fuentes de información.....	32
3.6.1 Fuentes primarias.....	32
3.6.2 Fuentes secundarias.....	32
3.7 Objetos de estudio y unidades de análisis.....	33
3.7.1 Objeto de estudio.....	33
3.7.2 Unidad de análisis.....	33
3.8 Determinación de universo y muestra.....	33
3.8.1 Determinación del universo.....	33
3.8.2 Estimación cualitativa de la muestra.....	33
3.9 Análisis de la información obtenida.....	34
3.9.1 Diagnóstico.....	34
3.9.2 Procesamiento de la información obtenida.....	37
3.9.3 Análisis de los datos obtenidos.....	43
4. Alcance y limitaciones presentadas en la investigación.....	46
4.1 Alcances obtenidos.....	46
4.2 Las Limitaciones presentadas en la investigación.....	46
4.3 Conclusiones y recomendaciones.....	47
4.3.1 Conclusiones.....	47
4.3.2 Recomendaciones.....	49
Capítulo III Propuesta sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango.....	51
7. Propuestas.....	51
7.1 Publicidad Informativa.....	52

7.1.1	Importancia de Publicidad Informativa.	52
7.1.2	Justificación de la publicidad informativa.	52
7.1.3	Objetivo de la publicidad informativa	52
7.1.4	Desarrollo de la propuesta	53
7.1.5	Canales de difusión de la publicidad informativa.....	54
7.2	Capacitación del personal.	55
7.2.1	Importancia de la capacitación del personal.	55
7.2.2	Justificación de la capacitación del personal.	55
7.2.3	Objetivo de la capacitación del personal	55
7.2.4	Desarrollo de la propuesta	56
7.2.5	Canales de difusión de la capacitación de personal	58
7.3	Modernización digital.	59
7.3.1	Importancia de la modernización digital.....	59
7.3.2	Justificación de la modernización digital.....	59
7.3.3	Objetivo de la modernización digital	59
7.3.4	Desarrollo de la propuesta	60
7.3.5	Canales de difusión de la modernización digital	62
7.4	Estrategias con instituciones financieras.	63
7.4.1	Importancia de las estrategias con instituciones financieras.....	63
7.3.2	Justificación de las estrategias con instituciones financieras.....	63
7.3.3	Objetivo las estrategias con instituciones financieras.....	63
7.3.4	Desarrollo de la propuesta	64
7.3.4	Canales de difusión de las estrategias con instituciones financieras.	65

7.4 Cronograma de actividades sugeridas para el uso de medios de pago digitales.	66
Referencias bibliográficas.....	67
Anexos	71

Índice de tablas

Tabla 1 Pasarelas de pago Nacionales	20
Tabla 2 Ventajas y desventajas de los medios de pago digitales.....	23
Tabla 3 Marco Institucional.....	27
Tabla 4 Entrevista sobre los medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida.....	37
Tabla 5 Resumen de los resultados de la aplicación de la lista de cotejo de lo observado en los restaurantes de comida rápida.....	40

Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Elementos de las tarjetas.....	17
---	----

Índice de Anexos

Anexo 1. Glosario de términos.....	72
Anexo 2. Lista de cotejo	74
Anexo 3. Guía de entrevista estructurada.....	76
Anexo 4. Lista de cotejo 1 Pizza Hut.....	77
Anexo 5. Lista de cotejo 2 Pollo Campero.....	79
Anexo 6. Lista de cotejo 3 Bufalo Wings.....	81
Anexo 7. Lista de cotejo 4 McDonald's.....	83
Anexo 8. Lista de cotejo 5 Quiznos.....	85
Anexo 9. Lista de cotejo 6 China Wock.....	87
Anexo 10. Lista de cotejo 7 Wendy's.....	89
Anexo 11. Lista de cotejo 8 Pollo Campestre.....	91
Anexo 12. Lista de cotejo 9 Papa John's.....	93
Anexo 13. Lista de cotejo 10 KFC.....	95
Anexo 14. Entrevista 1 Pizza Hut.....	97
Anexo 15. Entrevista 2 Pollo Campero.....	98
Anexo 16. Entrevista 3 Bufalo Wings.....	99
Anexo 17. Entrevista 4 McDonald's.....	100
Anexo 18. Entrevista 5 Quiznos.....	101
Anexo 19. Entrevista 6 China Wock.....	102
Anexo 20. Entrevista 7 Wendy's.....	103

Anexo 21. Entrevista 8 Pollo Campestre.....	104
Anexo 22. Entrevista 9 Papa John's.....	105
Anexo 23. Entrevista 10 KFC.....	106
Anexo 24. Entrevista sobre los medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida.....	107

Siglas y acrónimos.

ASBA: Asociación de supervisores bancarios de las Américas.

ASALE: Asociación de Academias de la Lengua Española

App: Aplicación.

ATM: Cajero automático (en inglés, Automated Teller Machine)

CIU: Clasificación Industrial Internacional Uniforme

CLAEES: Clasificación de Actividades Económicas de El Salvador

PayPal: Sistema de pagos en línea.

POS: Point of sale.

PwC: Price Waterhouse Coopers

QR: Respuesta rápida (en inglés, Quick Response)

RAE: Real Academia Española

Resumen ejecutivo.

El presente tema se origina a partir de observar, que en los restaurantes de comida rápida no aplican en su totalidad, los medios de pago digitales que existen, por lo que se determina realizar una investigación monográfica, para conocer, de primera mano las razones del porqué, en dichos restaurantes aún no aplican los beneficios de las tecnologías digitales, para realizar de forma más eficiente y segura, el pago de los clientes, al recibir sus servicios.

La presente investigación monográfica indaga sobre los medios de pago digitales que se utilizan en los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango, con el objetivo de conocer la preferencia de los clientes que los visitan y la eficiencia operativa en dichos restaurantes. Teniendo en cuenta que estamos en la era digital y que es muy importante la incorporación de estos métodos de pagos tanto para las grandes cadenas de restaurantes como para los restaurantes emergentes.

Para realizar esta investigación monográfica se utilizó el método científico ya que este método es un nos facilita determinar, mediante el uso de técnicas, recolectar información que posteriormente se analizó e interpretó, en la búsqueda de información a utilizar, para conocer de las razones del porqué no se utilizan los medios digitales en su totalidad.

Entre las principales conclusiones se encuentran:

1. En los restaurantes de comida rápida hay una gran aceptación por los clientes al utilizar los medios de pago digitales, lo cual representa una oportunidad para el crecimiento de los establecimientos.
2. Los medios de pago digitales intervienen positivamente en la administración y operatividad de los restaurantes de comida rápida.

3. Los medios de pago digitales no solo benefician a los consumidores, sino también representan una oportunidad para el crecimiento y modernización de los restaurantes de comida rápida.

Lo anterior favoreció para la formulación de propuestas que servirán para fortalecer el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida, las cuales son:

1. Publicidad Informativa.
2. Capacitación del personal.
3. Modernización digital.
4. Estrategias con instituciones financieras.

Introducción.

Actualmente los medios digitales forman parte de la vida cotidiana de los salvadoreños, por lo que los medios de pago digitales no se quedan atrás ya que desempeñan un papel muy importante para realizar transacciones financieras que agilizan los procesos de pago al recibir bienes o servicios, desde la utilización del efectivo, transferencias electrónicas, tarjetas de crédito o débito, POS, aplicaciones móviles entre otros.

Capítulo I. Planteamiento del problema y marco de referencia.

En este capítulo se presenta el planteamiento del problema que incluye su importancia y formulación del problema, también se encontrará los antecedentes más importantes que dieron el inicio a la problemática y el marco referencial donde se abordan los conceptos básicos, finalizando con su marco referencial correspondiente.

Capítulo II. Metodología de Investigación.

Para este capítulo se detalla la metodología empleada para llevar a cabo la investigación monográfica, proporcionando un marco claro y estructurado que respalda la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos. La investigación se clasifica como un estudio descriptivo, permitiendo una comprensión profunda de las preferencias en el uso de medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida, también se presenta el diseño metodológico, que incluye una descripción de los métodos auxiliares utilizados para complementar la recolección de los datos. Por otra parte, se plantean las técnicas e instrumentos de recopilación de la información, abarcando tanto fuentes primarias como secundarias, además, se detalla cómo se definió el universo y la muestra, estableciendo el ámbito de estudio para llevar a cabo una investigación cualitativa, donde se establece el universo de estudio de la cual se lleva a cabo una investigación cualitativa. Finalmente, el desarrollo de los alcances y limitaciones de la investigación,

resaltando los resultados más significativos y las restricciones que pudieron influir en el desarrollo del estudio. Como último punto un apartado de conclusiones y recomendaciones, que ofrecerá una síntesis de los hallazgos y sugerencias para futuras investigaciones.

Capítulo III. Propuesta sobre el uso de los medios de pagos digitales en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango.

Para este capítulo se presentan las propuestas para una mejora en el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango, tomando como referencia los resultados de las entrevistas, para generar una aceptación por parte de los clientes y mostrarles lo factible, sencillo y seguro que es adaptarse a nuevas formas de pago.

Capítulo I: Planteamiento del problema y marco de referencia sobre los medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida.

1. Planteamiento del problema.

En Soyapango actualmente nombrado distrito, desde la inauguración del primer centro comercial en el año 2003 el crecimiento de restaurantes de comida rápida ha ido en aumento los últimos 20 años. En los cuales se ha experimentado un incremento en el uso de medios de pagos digitales lo que ha impulsado el acceso a internet, el interés de los clientes por los medios de pago que sean rápidos y seguros; y a la adopción de nuevas tecnologías.

En esta nueva era digital, los medios de pago digitales se han convertido en una parte esencial en el comercio especialmente en los restaurantes de comida rápida. Sin embargo, debido a que no existen investigaciones ni temas relacionados a los principales medios de pago digitales que estos utilizan es difícil comprender la preferencia de los clientes lo cual puede afectar las ventas de los restaurantes de comida rápida de dicho distrito. Ya que al introducir estas tecnologías los restaurantes se enfrentan a diferentes desafíos tales como la infraestructura tecnológica apropiada, aprobación por parte de los clientes ante los cambios de los métodos de pago y la integración de las diferentes plataformas de pago.

Al no conocer cuáles son los medios preferidos por los consumidores podría ocasionar que los restaurantes no ejecuten soluciones, reduciendo así la competitividad afectando negativamente la modernización de los establecimientos, y la satisfacción de los clientes disminuyendo en las ventas al no ofrecer una variedad de opciones de pago.

No obstante, se puede observar en cada visita a estos lugares, que utilizan diferentes formas de pago como lo son las tarjetas de crédito y débito, transferencias por código QR, dinero en efectivo, billeteras digitales, entre otros, aun así, no se aplican en su totalidad.

1.1 Antecedentes.

Los medios de pago digitales han experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, impulsados por la digitalización y la necesidad de soluciones más eficientes en el ámbito financiero. La pandemia aceleró esta transformación, llevando a un aumento en la adopción de pagos electrónicos, que se han vuelto esenciales para el comercio y la vida cotidiana de los salvadoreños.

Las transferencias bancarias en El Salvador tienen sus raíces en el desarrollo del sistema financiero del país, que comenzó a tomar forma a finales del siglo XIX. Con la fundación de bancos como el Banco Industrial de El Salvador en 1895, se establecieron las bases para la realización de transacciones financieras más complejas, incluyendo las transferencias de fondos entre cuentas. (Frankel, 2021)

En El Salvador, la introducción de las tarjetas de crédito se ha vinculado al crecimiento del sistema bancario y financiero del país. Los bancos jugaron un papel importante en la introducción de este producto financiero en las décadas de 1980 y 1990, cuando el sistema bancario comenzó a modernizarse y diversificarse es donde las instituciones financieras comenzaron a ofrecer productos de crédito más accesibles a la población. Esto incluyó la emisión de tarjetas de crédito, que permitieron a los consumidores realizar compras de manera más conveniente y flexible. (Zelaya, 2024)

Las tarjetas de débito fueron lanzadas en El Salvador en la década de 1990. Originalmente, se crearon para que los clientes pudieran acceder a su dinero sin necesidad de llevar efectivo. Sin embargo, con el avance de la tecnología, estas tarjetas se hicieron más

versátiles y comenzaron a utilizarse para una amplia variedad de transacciones, incluyendo compras en línea. (Faster Capital, n.d.)

Los pagos móviles comenzaron a surgir a finales de la década de 1990 y se popularizaron en los años 2000, impulsados por el avance de la tecnología móvil y la creciente adopción de teléfonos inteligentes. En El Salvador se consolidó en el año 2019 especialmente durante la pandemia de COVID-19, que aceleró la digitalización de los servicios financieros por la necesidad de realizar transacciones sin contacto y de manera segura llevó a muchos salvadoreños a adoptar aplicaciones de pago móvil y billeteras electrónicas. (Moreno, 2020)

Los primeros sistemas electrónicos de punto de venta (POS) en El Salvador comenzaron a surgir a finales del siglo XX, específicamente en los años 1990. En esa época, la modernización de los servicios comerciales inició una nueva etapa impulsada por la necesidad de las empresas de optimizar los procesos con métodos de pago más eficientes.

PayPal fue fundado en 1998 bajo el nombre de Confinity. Inicialmente, la compañía se dedicaba a desarrollar software de seguridad para dispositivos portátiles, pero posteriormente redirigió su enfoque hacia un sistema de billetera digital. La primera versión del sistema de pagos electrónicos de PayPal se lanzó en 1999, ya que la empresa se centró en facilitar servicios de pago en línea mediante el uso de tarjetas. La aceptación de PayPal en El Salvador dio inicio en el año 2010, cuando se permitió a los usuarios recibir dinero a través de esta plataforma. (Arderiu, 2024)

En el siglo XXI se crearon los auténticos smartwatches y estos suelen venir equipados con aplicaciones de pago. En El Salvador en el año 2023 fueron aceptados los pagos sin contacto de Fitbit Pay y Garmin Pay por algunos bancos del país, con la introducción de la tecnología NFC (Comunicación de Campo Cercano).

Stripe fue fundada en 2010 por los hermanos Patrick y John Collison en San Francisco, California, Estados Unidos. Desde entonces, se ha expandido globalmente y ofrece sus servicios en muchos países, incluyendo El Salvador, se ha convertido en una opción popular para el comercio electrónico debido a su facilidad de uso y su amplia gama de características.

En El Salvador es una plataforma utilizada en tiendas virtuales y comercio electrónico, y permite a las empresas aceptar y procesar pagos de manera segura a través de internet. A su vez, los pagos en línea se reciben en dólares estadounidenses, lo que puede ser beneficioso para las empresas que operan en esa moneda.

Mercado Pago nace como respuesta natural a la barrera que imponía la baja penetración de sistemas de pago digitales en la región, es una plataforma de pagos en línea ampliamente utilizada en América Latina, incluido El Salvador. Después de su lanzamiento en Argentina, Mercado Pago se expandió a otros países de América Latina, entre 2015 y 2019, Mercadopago diversificó sus servicios más allá de los pagos online y comenzó a ofrecer servicios financieros adicionales, como préstamos y transferencias de dinero, lo que contribuyó en su éxito al convertirse en una solución financiera integral para individuos y empresas.

Pagadito es una pasarela de pagos nacida en El Salvador como una solución para las transacciones digitales. La empresa nació en 2009 en el contexto de la recesión global en el negocio inmobiliario con la misión de ofrecer soluciones de pago seguras y eficientes en una región donde el efectivo dominaba. Ofreciendo una serie de servicios que incluyen pagos en línea, procesamiento de tarjetas de crédito y débito, y transferencias electrónicas.

Wompi fue lanzado por Bancolombia en 2019 con el objetivo de facilitar el procesamiento de pagos en línea para comercios y emprendedores en la región. Comenzó a ofrecer sus servicios en El Salvador en 2021, Wompi representa una opción de procesamiento de

pagos que facilita la gestión de transacciones en línea, contribuyendo a mejorar la eficiencia y seguridad en las operaciones de e-commerce.

En el año 2019 el banco agrícola lanza las transferencias con código QR siendo así el banco con un paso adelante en su banca digital al habilitar la opción de realizar pagos de manera más fácil a través del código QR sin costo adicional por cada transacción. (Payment Media, 2019)

Para el primer trimestre del 2021 arranco la primera y segunda etapa de hugo Pay que pertenece a hugo una empresa centroamericana, siendo esta una aplicación muy completa cuyo objetivo era impulsar soluciones digitales y nuevas formas de pagos en alianza con Visa. (VISA, s.f.)

En el 2021 Teip fue la primera fintech lanzada en El Salvador diseñada para facilitar los pagos móviles en el país digitalizando las tarjetas de crédito y débito a través de su aplicación móvil disponible para usuarios de Android y IOS permitiendo así administrar su dinero de manera digital y facilitando sus operaciones. (La prensa grafica , 2021)

En el año 2022 el banco Credomatic lanza un nuevo servicio para su banca móvil conocido como Kash en el cual se pueden realizar envíos de dinero a los contactos guardados en el teléfono móvil y que posteriormente hayan sido registrados en la banca móvil de Credomatic o en la aplicación de Kash. (Banco credomatic , s.f.)

Continuando en el año 2022 inició operaciones en El Salvador TiloPay la cual ofrece soluciones de pago para empresas centroamericanas y del caribe. El objetivo de esta es facilitar las formas de pago para los negocios permitiendo así que las micro, medianas y grandes empresas puedan gestionar sus transacciones de una forma más fácil, rápida y segura. (Tiopay, s.f.)

Además, para ese mismo año N1co inició sus operaciones una fintech salvadoreña que para el año 2024 lanzó una App y una tarjeta para pagos. Esta fintech está orientada a los jóvenes que prefieren no utilizar efectivo en sus operaciones de compras.

1.2 Caracterización del problema.

El origen de este problema es debido a la poca información detallada sobre los medios de pago digitales más comunes en los restaurantes de comida rápida por lo que esta falta de conocimiento puede afectar a la calidad de atención al cliente y a las preferencias de este.

1.3 Formulación del problema.

En el contexto actual nos damos cuenta que la digitalización y las nuevas tecnologías han transformado los hábitos de consumo, por lo cual los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango se enfrentan al desafío de adaptarse a las preferencias de pago de sus clientes y por lo que se generó la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los principales medios de pago digitales más utilizados en los restaurantes de comida rápida que influyen en las preferencias de los clientes y a su vez facilitan las transacciones de pago contribuyendo al incremento en las ventas de los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango?

1.4 Delimitación del problema.

1.4.1 Teórica

La investigación se centrará únicamente en los medios de pago digitales que utilizan los restaurantes de comida rápida ubicados en el distrito de Soyapango.

1.4.2 Temporal.

La investigación se realizará en el periodo de 5 meses a partir de agosto hasta diciembre del año 2024.

1.4.3 Geográfica.

La investigación se llevará a cabo en el distrito de Soyapango, municipio de San Salvador Este.

1.5. Justificación de la investigación.

1.5.1. Importancia.

Es importante tener en cuenta que la aceptación de los medios de pago más comunes como el efectivo, tarjetas de débito, tarjetas de crédito y los pagos de banca móvil pueden brindar mayor facilidad y comodidad para los consumidores y por ende a los restaurantes para un mejor servicio y control en sus transacciones financieras para las ventas.

1.5.2. Utilidad.

Comprender los principales medios de pago en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango es fundamental para una gestión efectiva de los restaurantes y la preferencia del consumidor en ese sector.

- Ayudar a los propietarios de restaurantes a entender las preferencias de pago de sus clientes.
- Conocer la variedad de medios de pago que los restaurantes le puedan proporcionar a los consumidores, para su conveniencia y flexibilidad.
- Que los restaurantes que utilicen diferentes medios de pago puedan atraer a más clientes y aumentar los ingresos por venta, en los restaurantes.

1.5.3. Originalidad.

En lo que respecta a este tema no se ha realizado un estudio específico sobre de los medios de pago digitales en restaurantes de comida rápida ya que los estudios que existen se basan de manera general para todos los sectores económicos del país y en otro tipo de negocios,

por lo que se hace que la investigación que se realizará será original y de utilidad para el conocimiento en este sector y para otro tipo de negocios.

1.5.4. Factibilidad.

El estudio será factible ya que se realizará en un área en específico durante un periodo de 5 meses por lo que en términos económicos y de recursos no será un inconveniente para la recolección de información.

El estudio de este tema es altamente factible debido a su relevancia en el contexto actual de la industria de restaurantes de comida rápida. Por lo cual estudiar los principales medios de pago utilizados en los restaurantes de este distrito permitirá obtener información valiosa sobre las tendencias y preferencias de los clientes, así como de las prácticas comerciales en la zona.

Con el estudio se podrán identificar los medios de pago más utilizados; esto proporcionará una visión clara de cómo los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango se adaptan a las necesidades y demandas de los clientes en términos de opciones de pago.

1.6. Objetivos.

1.6.1 General.

Identificar los diferentes medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango para así determinar las preferencias de pagos de los clientes y la eficiencia con que los restaurantes realizan los cobros.

1.6.2 Específicos.

- I. Conocer el uso de los diferentes medios de pago digitales e identificar las ventajas y desventajas que conlleva su utilización de las diferentes formas de pago que contribuye a incrementar las ventas.
- II. Determinar cómo influyen los medios de pago digitales en la eficiencia operativa de los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango para el aumento de las ventas.
- III. Conocer las preferencias de los clientes ante la disponibilidad de los medios de pagos digitales en los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango.

2. Marco de referencia.

2.1 Histórico en El Salvador.

2.1.1 Antes de la conquista.

Los pueblos originarios como los mayas, pipiles, lencas y otros que se establecieron entre el río Paz, Sumpul, Torola y Guascorán tiempo antes de colonización española, mostraban caminos diferentes, además de su sistema político y social, poseían una economía de base agrícola con cierto intercambio comercial, así como diversos tipos de monedas o equivalentes particulares de dinero. Algunos medios de pago que se asimilaba a una moneda que a la fecha se han documentado son: el cacao, los contles, los xiquipiles y cargas. Que equivalía de la siguiente manera: un contle tenía cuatrocientas almendras; un xiquipil, veinte contles, que son ocho mil almendras; y una carga, tres xiquipiles, o sea veinticuatro mil almendras. (Martínez, 2021)

En tiempo antes de la Conquista, el cacao era el principal producto del comercio del sur en Mesoamérica; los Izalcos se destacan como uno de los centros productores más importantes de la región. Según un informe del siglo XVI, el cacique de Izalco, al momento de la Conquista, era quien poseía un gran número de huertas de cacao, más que cualquier otro pueblo de la región. (Ministerio de Educación, 1994, pág. 37)

2.1.2 Después de la conquista.

En el año de 1731, se fundó la primera Casa de la Moneda en Guatemala. Sin embargo, las monedas que más se utilizaban durante la colonia fueron los llamados macacos o morlacos. En 1883, se decretó la Primera Ley Monetaria, adaptándose el Peso como unidad monetaria y se descartó el sistema español de división del Peso en 8 reales. A fines del siglo XIX, aparecen los primeros billetes de banco en El Salvador. Estos asumieron el rol como

instrumento de cambio, como unidad de medida del valor de los bienes y como elemento de ahorro.

Los primeros billetes salvadoreños fueron emitidos por el Banco Internacional, fundado en 1880. Asumiendo las funciones de único instituto emisor de moneda.

El 31 de agosto de 1934, el Banco Central de Reserva de El Salvador, puso en circulación la primera familia de billetes en la historia de El Salvador, en las denominaciones de uno, cinco, diez, veinticinco y cien colones. A esta familia se le añadió el billete de dos colones, en 1955, y el de cincuenta colones, en 1979.

A partir del 1 de enero de 2001, con la entrada en vigor de la Ley de Integración Monetaria, se autoriza, además, como moneda de curso legal en El Salvador, el dólar de Estados Unidos de América. (COMEDICA, 2019)

2.1.3 Monedas extranjeras el dólar.

Recabando en la historia, El Salvador ha sido el segundo país del istmo centroamericano, después de Panamá, en decidir dolarizar su economía, sustituyendo el colón por el dólar estadounidense. La idea de dolarizar fue impulsada por primera vez en 1995 por el ex ministro de Hacienda Manuel Enrique Hinds, durante el gobierno del presidente Armando Calderón Sol, pero fue abandonada por falta de apoyo de los principales sectores económicos del país.

En 2001, El Salvador adoptó el dólar estadounidense como moneda oficial, renunciando así a aplicar una política monetaria o cambiaria independiente y vinculando más estrechamente su economía a las políticas de Estados Unidos. Fue el gobierno del presidente Francisco Flores quien propuso la Ley de Integración Monetaria sin una discusión previa, siendo aprobada el 30 de noviembre de 2000, que en efecto dolarizó la economía al fijar el tipo de cambio nominal a 8.75 colones por 1 dólar. Esta ley declaró al dólar como moneda de curso legal irrestricto y

obligó al Banco Central de Reserva (BCR) a canjear los colones en circulación por dólares. Además, permitió que los salarios, sueldos y honorarios fueran denominados y pagaderos en dólares a través del tipo de cambio fijado, junto con otras reformas en el sistema financiero y bancario. La ley fue aprobada con 43 votos y entró en vigor el 1 de enero de 2001. (Martínez, 2020)

2.1.4 Historia de los medios de pago.

A lo largo de la historia los medios de pago han ido evolucionando de forma tanto física como virtual. Para llegar a los medios de pago actuales se ha pasado por un proceso de transformación que ha sido muy bien recibido por los consumidores que dan uso de estos.

El primer medio de pago que existió fue el trueque que consistía en la negociación de dos personas para dar valor a un objeto tales como animales, semillas, herramientas y especias. En el siglo VII A.C. Se introdujo la primera moneda elaborada de metales preciosos como oro, plata o bronce que se consideraban de valor para aquella realidad. Posterior a eso se introdujo una opción más económica de producción: El billete. El papel moneda, aún vigente en nuestros días, llegó como el inicio del sistema fiduciario, en el que el valor ya no lo tenía el propio medio de pago en sí mismo. (Perez, 2019)

A mediados del siglo XVIII nace en Reino Unido el cheque bancario. Durante el año 1708 el Banco de Inglaterra obtuvo la exclusiva de emitir billetes gracias a que la reina de Inglaterra se lo concedió y esto generó que todo el sistema bancario se reinventara. (Ruralvía, Blog, 2022)

En el siglo XX surgieron las tarjetas de crédito convirtiendo a los hoteles de los Estados Unidos en los primeros emisores de estas ya que ellos otorgaban tarjetas a sus clientes más frecuentes dando el inicio de la era moderna que conocemos hoy en día, permite utilizar las

tarjetas de crédito o débito tanto físicamente como digitalmente mediante el uso de aplicaciones mejor conocida como wallets o billeteras digitales. (Valladares & Castro, 2003, p. 6)

2.1.5 Origen de los restaurantes.

El concepto restaurante proviene del francés “restaurant”. El hábito de comer fuera de casa y pagar por ello tiene su origen en épocas muy remotas de la historia. El origen de los restaurantes surgió en el siglo XVI, utilizado por Boulanger un comerciante que vendía sopas, fue en ese entonces cuando nació el concepto de alimento que restaura. El restaurante moderno tal como se conoce hoy en día, con mesas separadas, precios, carta, una estructura de servicio, etc. nace a finales del siglo XVIII en Europa.

El ritmo acelerado de la vida moderna requería de un modelo de restaurante distinto, en el que fuera posible comer en poco tiempo y sin muchas complicaciones. y es ahí donde surge el modelo de restaurante de comida rápida.

2.2. Marco Referencial.

2.2.1 Generalidades de los restaurantes.

Un restaurante es un establecimiento que se dedica a ofrecer comidas y bebidas a sus clientes. Estos servicios se brindan a cambio de un precio, lo que significa que los consumidores deben pagar por lo que consumen. La particularidad de estos locales es que las comidas y bebidas se deben consumir dentro de las instalaciones, lo que crea un ambiente social y de convivencia. (Asale & Rae, n.d.)

En El Salvador, al igual que en otros lugares del mundo, los restaurantes surgieron para atender la demanda de consumir alimentos fuera del hogar. Antes de la década de 1970, la oferta de restaurantes era bastante limitada, ya que se restringía a puestos de comida ubicados en

lugares clave de la ciudad, donde había un flujo constante y significativo de personas. (Corado & Rivas, 2019, p. 24)

Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU) los restaurantes se clasifican en la estructura detallada bajo el código 5610 como “Actividades de restaurantes y de servicios móvil de comidas” (Naciones Unidas, 2009, 54)

Para El Salvador existe la Clasificación de Actividades Económicas de El Salvador (CLAEES) Rev. 4 donde los restaurantes se clasifican en el código 56 como “Actividades de servicio de comidas y bebidas” y correlativo 5610017 como restaurantes. (*Index - Clasificaciones Y Catálogos*, n.d.)

2.2.2. Medios de pago digitales.

Los medios de pago son herramientas ya sea tangibles o intangibles que se utilizan para cumplir obligaciones de pago ya sea por comprar bienes o servicios. Para esto el bien que cumple con esta función es el dinero ya que es un medio común de intercambio muy bien aceptado. Además del dinero en efectivo, existen las tarjetas de crédito y débito, monedas virtuales, billeteras electrónicas entre otros que han ganado la aceptación ya que cumplen la función de medio de pago. (ASBA, s.f., p. 1)

2.3.3 Tipos de medios de pago digitales.

Existen varios medios de pago digitales, desde los convencionales como el efectivo y los cheques hasta los más recientes que requieren de una infraestructura tecnológica, como las tarjetas de crédito y débito como también las transferencias electrónicas. (Martín, 2023)

Efectivo.

El efectivo se refiere originalmente a las monedas o billetes de un determinado valor monetario y este representa un medio de pago aceptado en el ámbito comercial para adquirir bienes y servicios. (Gazpar & Ortiz Zarco, 1978, p. 1)

Tarjetas de crédito y débito.**Tarjeta de débito.**

Este medio de pago permite que los pagos se carguen directamente en la cuenta corriente del titular, que debe tener saldo suficiente para su utilización. Estas tarjetas de débito debido a la institución que la emite tienen un cupo máximo por día que puede variar dependiendo de la institución financiera que la proporcione. (Villacrés, Pilco, & Haro., 2015)

De igual manera, al acceder a una tarjeta de débito, se puede optar por abrir una cuenta de ahorro, la cual brinda una disponibilidad inmediata de efectivo y a su vez genera interés dependiendo del periodo determinado, el monto ahorrado y la institución financiera en la que se realice el trámite.

Tarjeta de crédito.

Permite obtener y disponer de una cuenta de crédito, eso le da al portador la opción de contar con dinero para pagar, aunque en ese momento no posea saldo en su cuenta. Eso quiere decir que el titular de una tarjeta puede hacer pagos u obtener dinero, hasta cierto límite, sin poseer fondos. Este crédito puede devolverse en diferentes formas, puede ser mediante el adeudo en cuenta de una cuota fija que se le ponga al mes, un porcentaje del crédito utilizado o el total dispuesto a pagar al cabo del mes. (Villacrés, Pilco, & Haro., 2015)

En El Salvador, al poseer una tarjeta de crédito que tenga un límite igual o menor a dos mil dólares los consumidores no deben pagar tarifas adicionales solamente por tener o usar la

tarjeta según la reforma a la Ley de Tarjetas de Crédito en el decreto 248 donde se prohíbe cobrar comisiones por concepto de membresía, afiliación u otros cargos similares.

Otros tipos de tarjetas.

Tarjetas de prepago.

Medio de pago que necesita o no la influencia de una entidad bancaria, la cual hace posible cargar una específica cantidad de dinero, comúnmente no muy alta, para realizar pequeños pagos por adquirir bienes o servicios. (Libro Blanco Medios de pago en México, 2022, p. 24)

En El Salvador, las tarjetas prepago son un medio digital que permiten realizar compras, además de ayudar a gestionar el dinero de manera eficiente ya que se pueden recargar con el monto que uno desee. También se pueden utilizar para pagar servicios públicos y otros gastos recurrentes, simplificando así el proceso de pago y el uso del efectivo.

Tarjetas virtuales.

Las tarjetas virtuales son un medio de pago que todavía no es muy común entre los consumidores. Es muy parecida a las tarjetas prepago, ya que hay que recargarlas para poder realizar compras, con la diferencia que la tarjeta no es física sino que es virtual, es decir, la numeración de la misma la tendremos ya sea en la página web o aplicación móvil de la institución financiera. (Observatorio eCommerce & Transformación Digital , 2015, p. 19)

En El Salvador hoy en día es muy común que los consumidores realicen pagos con este tipo de tarjetas gracias a los pagos sin contacto que implementan los diferentes establecimientos además que facilitan las compras en línea como en Amazon, shein, EBay, Temu entre otros.

Tarjetas de regalo.

Medio de pago ya sea físico o virtual emitido por un comercio en la cual se otorga al consumidor un monto estipulado que se tiene que gastar en una tienda predeterminada. (Libro Blanco Medios de pago en México, 2022, p. 24)

Este tipo de tarjetas es muy común encontrarlas en supermercados, tiendas de ropa o tiendas comerciales de productos varios, los montos de estas tarjetas en El Salvador varían según el establecimiento, rondan desde los \$5 hasta los \$600.

Elementos de las tarjetas.

Ilustración 1

Elementos de las tarjetas.



1. MII

2. BIN

3. Número de cuenta.

4. Número verificador.

5. Vigencia.

6. CVV/CVC

7. Banda Magnética.

8. Panel de firma

9. Chip.

Fuente: Elaboración propia adaptado de *Libro Blanco Medios de pago en México*, p. 23, Asociación mexicana de venta online., 2022

Transferencias electrónicas.

Las transferencias electrónicas son una forma de transferencia de un valor que utiliza sistemas de pago digital, estas pueden ser directas o indirectas, con participación en este último caso de una tercera entidad financiera que facilita su realización. (Galán Figueroa & Venegas Martínez, 2016)

Son máquinas equipadas que permiten administrar el dinero de manera conveniente. De igual forma permite efectuar retiros y depósitos de efectivo y cheques, transferir dinero entre sus cuentas, hacer consultas de saldos y transferencias entre cuentas y pagos de servicios, mediante el uso de tarjetas de débito o de tarjetas de crédito. (CD-23/10, 2010, p. 1)

Transferencias 365.

Son las que permiten realizar transacciones de fondos a cuentas propias o de terceros, desde cualquier lugar atrás de los canales electrónicos de las diferentes instituciones financieras en El Salvador. (Banco Central de Reserva de El Salvador, s.f.)

Transferencia 365 móvil.

Al igual que las transferencias 365, estas permiten a los clientes realizar transacciones utilizando un número de teléfono asociado a una cuenta bancaria de cualquiera de las instituciones financieras del país. (Banco Central de Reserva de El Salvador, s.f.)

Transferencia UNI.

Es una plataforma digital que facilita la conexión entre los bancos nacionales, lo que permite que las transferencias de dinero de un banco a otro sean instantáneas, más seguras, sencillas y cómodas. (UNI, 2021)

Código QR.

Es un medio de pago digital que se utiliza para realizar transferencias mediante un escaneo de un código que el comercio facilita y así el consumidor pueda efectuar el pago con la su banca móvil al seleccionar la cuenta donde se desea realizar el pago y posteriormente recibe el comprobante de pago luego de aceptar la transferencia. (Zeledon & Coreno, 2024, p. 5)

Billeteras electrónicas.

Las billeteras electrónicas son aplicaciones instaladas en los teléfonos inteligentes que permiten a los usuarios colocar sus datos personales, como los de sus tarjetas de crédito y débito, así como también sus cuentas bancarias. (Nuñez, Morales, & Zepeda, 2020, p. 27)

Google Pay.

Antes conocida como Pay with Google y Android Pay, es una plataforma creada por Google para realizar pagos desde dispositivos móviles. Ofrece una manera rápida, fácil y segura de pagar en línea o en establecimientos, así como de enviar dinero. (Google Pay, s.f.)

Apple Pay.

Es una solución de pagos creada por Apple que facilita la realización de transacciones de forma rápida y segura en establecimientos, aplicaciones y páginas web. Los usuarios pueden efectuar pagos en cualquier lugar que admita pagos sin contacto simplemente acercando su iPhone o Apple Watch. (Apple, s.f.)

Paypal.

Es una alternativa establecida en las formas de pago en línea a nivel internacional. El cliente utiliza la plataforma como una billetera digital, Tomandolo como un método seguro y fácil, mientras que el vendedor considera como una ventaja la confianza que ha adquirido la marca. (Observatorio eCommerce & Transformación Digital, 2015, p. 16)

Pasarelas de pago.

La pasarela de pagos es un sistema de pago online que permite los sitios web poder aceptar pagos digitales. A finales del año 2019 debido a la pandemia en muchos países, los establecimientos se encontraban cerrados lo cual esta plataforma fue la única forma de comprar para todos los consumidores y poder satisfacer sus necesidades. Existen diferentes tipos de pasarelas de pagos, que varían según su servicio y la comisión por venta realizada, a continuación, se presentan las principales pasarelas de pago más reconocidas a nivel nacional. (Menjivar, Montalvo, & Osorio, 2022, p. 17)

Tabla 1

Pasarelas de pago Nacionales

Nacionales	
Pagadito	Es una plataforma de pagos digitales que se ha establecido como una solución completa para el comercio electrónico en diversos países de Centroamérica. Desde hace quince años, su meta ha sido transformar la manera en que se llevan a cabo las transacciones en línea.
Wompi	Es una herramienta de pagos digitales creada por Bancolombia, orientada a simplificar las transacciones comerciales para pequeñas y medianas empresas.
Hugo Pay	Es una App centroamericana que permite realizar pagos sin contacto en los comercios que están afiliados a esta. Ofreciendo servicios como cash back por cada transacción.

Teip	<p>Es una plataforma diseñada para realizar transacciones de la manera más rápida y segura mediante un código QR. Permitiendo la posibilidad recibir remesas, pagar servicios desde el teléfono móvil.</p>
Kash	<p>Es una aplicación que permite la movilización del dinero entre diferentes entidades financieras únicamente utilizando el nombre de usuario</p>
TiloPay	<p>Es una fintech que ofrece soluciones para empresas con el objetivo de facilitar las distintas formas de pago permitiendo gestionar de forma más fácil, rápida y segura sus transacciones.</p>
NICO	<p>Es una nueva pasarela que ofrece cashback en cada transacción realizada ofreciendo mejores porcentajes al utilizarla en comercios afiliados, cuenta con una tarjeta física y virtual</p>

Fuente: Elaboración propia

Smartwatch Pay.

Medio de pago sin contacto que permite a sus usuarios el uso de sus tarjetas de crédito o débito que haya registrado en su App en cualquier momento desde un reloj inteligente. (Zeledon & Coreno, 2024, p. 5)

Monedas virtuales.

Dentro del escenario de medios de pago son la más reciente aparición y ejemplo más conocido es el Bitcoin, aunque no es dinero como tal y no se han emitido por alguna institución financiera es muy similar al dinero real debido a su facilidad en su uso y su alcance global. (PwC, 2015, p. 17)

Terminal punto de venta.

La terminación punto de ventas mejor conocida como POS en sus siglas en inglés es un dispositivo que permite realizar cobros desde una tarjeta de débito, crédito, smartwatch o teléfono móvil. De los cuales hoy en día existe una gran variedad de tipos y marcas. (Nuñez, Morales, & Zepeda, 2020, p. 27)

4.3.5 Ventajas y desventajas.

Tabla 2

Ventajas y desventajas de los medios de pago digitales.

Ventajas	Medios de pago digitales	Desventajas	Medios de pago digitales
-Tener dinero de forma inmediata.	Efectivo	No todos los ciudadanos portan el suficiente dinero en efectivo.	Efectivo
-No hay comisiones adicionales.	Tarjetas de débito, Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles, código QR	Se corre el riesgo de adquirir un billete falso.	Efectivo
-Son la forma de pago más común.	Efectivo, Tarjetas de crédito y débito.	La contabilidad para negocios o empresas se complica.	Efectivo
-La aceptación de tarjetas impulsa las ventas.	Tarjetas de crédito, débito, pasarelas de pago (N1co),	-Cumplir con las leyes, así como con su normativa de seguridad.	Tarjetas de débito, crédito, Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles, Pasarelas de pago, código QR.
-Permite efectuar pagos a distancia y es excelente si deseas comprar un producto que se encuentra en otro lugar.	Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles.	-Pago de comisiones.	Tarjetas crédito, Billeteras digitales (Paypal), Pasarelas de pago (N1CO)
-Sistema totalmente confiable que permiten realizar transacciones sin cargar dinero en efectivo.	Tarjetas de débito y crédito, Transacciones bancarias,	-Requieren de conexión a internet.	Tarjetas de débito y crédito, Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos

	Billeteras digitales, pagos móviles, código QR.		móviles, Pasarelas de pago, código QR.
-La rapidez con la que llega el pago.	Tarjetas de débito y crédito, Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles, código QR.	-Fallas en los sistemas (billeteras, aplicaciones, pagos móviles), debido a que las aplicaciones necesitan que los dispositivos estén actualizados.	Tarjetas de débito y crédito, Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles, Pasarelas de pago, código QR.
-Pagos fáciles y rápidos ya que permiten realizar transferencias a través del teléfono móvil.	Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles, código QR.	Se requiere una aplicación específica en el dispositivo móvil, lo que puede ser una barrera para algunos usuarios que no tienen la aplicación instalada.	Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles, Pasarelas de pago, código QR. (App de la entidad financiera)
-Ofrecen promociones o descuentos exclusivos para los usuarios, lo que puede permitir un ahorro adicional.	Tarjetas crédito y débito Billeteras digitales	-Aunque los medios de pago digitales son cada vez más populares, todavía hay usuarios que no están familiarizados con él su uso.	Tarjetas de débito y crédito, Transacciones bancarias, Billeteras digitales, pagos móviles, Pasarelas de pago, código QR.
-Los códigos QR son fáciles de generar y escanear con un dispositivo móvil.	Pasarelas de pago, Código QR.	Riesgos de clonación, fraudes en línea, olvido de pin,	Tarjetas de crédito y débito, Apps de entidades financieras. pasarelas de pago (N1co)

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Marco legal e institucional.

2.4.1 Constitución de la República de El Salvador.

Art. 101.- Menciona que el sistema económico está obligado a responder a los principios de justicia social, con el objetivo de garantizar a todos los ciudadanos del país una vida digna. El estado impulsará el desarrollo económico y social a través del aumento de la producción, la productividad y el buen uso de los recursos. Con el mismo propósito, apoyará a los diferentes sectores productivos y resguardará los intereses de los consumidores. (Constitución de la república de El Salvador, 1983, , Art. 101)

En el art. 102 de la Constitución de la República de El Salvador, se asegura que la libertad económica prevalece mientras no se contradiga el bienestar social. Ya que el estado promoverá y protegerá la iniciativa privada a través de las condiciones necesarias para aumentar los fondos y garantizar los beneficios a un considerable número de habitantes del país. (Constitucion de la republica de El Salvador, 1983, , Art. 102)

2.4.1 Ley Orgánica del Banco Central de Reserva de El Salvador.

Según el art. 3 de la Ley Orgánica del Banco Central de Reserva el principal objetivo del Banco Central de Reserva es garantizar la estabilidad de la moneda, siendo su propósito promover y mantener las condiciones monetarias, cambiarias, crediticias y financieras más convenientes para asegurar la estabilidad económica nacional. (Decreto Legislativo, No. 746, 1991, Art. 3)

2.4.2 Ley de Bancos.

El art. 60 de la Ley de Bancos afirma que las transacciones activas y pasivas realizadas por bancos y otras instituciones a través de las cuentas que tienen en el Banco Central de Reserva podrán llevarse a cabo utilizando intercambio electrónico de datos para este propósito tendrán

valor, los registros o bitácoras almacenados en los sistemas informáticos, las impresiones que reflejan las transacciones realizadas y los registros de firmas digitales o números personales identificados en los sistemas. (Decreto legislativo No. 697, 1999, Art. 60)

2.4.3 Ley de Protección al Consumidor.

Según el artículo 13-C de la Ley de Protección al Consumidor el comercio electrónico es el procedimiento de contratación o intercambio de bienes o servicios por medio de redes de comunicación de información. (Decreto Legislativo No. 776, 1996, Art. 3-C)

2.4.5 Reforma a la ley del sistema de tarjetas de crédito.

En la reforma se incorpora el art 20-A que establece la prohibición del cobro de comisiones por concepto de membresía o afiliación en tarjetas de crédito que tengan un límite de crédito igual o inferior a dos mil dólares. Para tarjetas con un límite superior, se permite el cobro de dicha comisión, pero el emisor debe informar claramente sobre los beneficios adicionales a través de diversos medios, como contratos, sitios web o publicidad.

Además, las comisiones sólo pueden cobrarse si están especificadas en el contrato y corresponden a servicios adicionales que no son inherentes al producto contratado. En el caso de que se aplique el cobro de membresía, el emisor debe explicar al tarjetahabiente las condiciones para revertir dicho cobro, basándose en la transaccionalidad de compras o en otros mecanismos autorizados por la entidad supervisora, conforme a la normativa técnica del Banco Central de Reserva. (Decreto Legislativo, No. 248, 2022, Art. 6)

2.5. Marco institucional.

Tabla 3

Marco Institucional.

Leyes.	Institución.
Constitución de la República.	Corte Suprema de Justicia.
Ley orgánica del Banco Central de Reserva.	Banco Central de Reserva de El Salvador.
Ley de Bancos.	Banco Central de Reserva de El Salvador.
Ley de Protección al Consumidor.	Defensoría del Consumidor.
Ley de Sistema de Tarjetas de Crédito	Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador

Fuente: Elaboración propia

Capítulo II: Metodología de Investigación sobre el uso de los medios de pago digitales utilizados por los restaurantes de comida rápida en el Distrito de Soyapango.

3. Metodología utilizada en la investigación monográfica.

3.1. Método de investigación.

Para realizar esta investigación monográfica se utilizó el método científico ya que este método es un conjunto de métodos y técnicas que se utilizan para recolectar información que posteriormente se analizan e interpretan con base al problema planteado. Además, permitió obtener datos más correctos y seguros por su enfoque sistemático y preciso. La utilización de este método asegura la credibilidad de las conclusiones y permitió la repetición de los resultados positivos.

En esta investigación se enfocó precisamente en el método inductivo, ya que su enfoque es más apropiado para el estudio y análisis de los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango.

3.1.1 Tipos de método científico.

Inductivo.

El método inductivo, es un proceso que va de lo particular a lo general, asimismo de ser un proceso de organización de la información que, con base en los resultados particulares, procura encontrar posibles relaciones generales que la respaldan. (Bastar, 2012 , p. 14)

Por lo que se enfocó en observar el uso de los principales medios de pago digitales que utilizan los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango logrando así conclusiones más generales sobre el tema partiendo de la observación de situaciones cotidianas en los restaurantes permitiendo el análisis sobre el uso de los principales medios de pago digitales,

formulando así conclusiones más amplias sobre la tendencia y eficiencia de los medios de pago digitales.

3.2 Métodos auxiliares.

El método analítico se centra en descomponer el fenómeno en sus componentes más pequeños para entender su estructura y funcionamiento. (Bastar, 2012, p. 85)

En este contexto, se analizaron los diferentes medios de pagos digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida, tales como aplicaciones de pago, tarjetas de crédito y billeteras electrónicas y se examinaron aspectos como la frecuencia de uso de cada medio de pago y sus características técnicas, la experiencia y la percepción de seguridad del usuario.

El método sintético implica tomar los resultados obtenidos a través del método analítico, que descompone un fenómeno en sus partes, y luego utilizar esa información para reconstruir un todo. (Bastar, 2012, p. 85)

Que permitió realizar un análisis más exhaustivo que no solo detalla qué medios de pago digitales se están utilizando, sino que también explica las razones de su popularidad y su relación con aspectos como la conveniencia y seguridad.

La combinación de los métodos analíticos y sintéticos en esta investigación permitió obtener una comprensión profunda y completa de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida de Soyapango, facilitando la identificación de oportunidades de mejora y la formulación de estrategias efectivas.

3.3 Tipo de investigación.

La investigación descriptiva, intenta detallar las propiedades y características significativas de cualquier fenómeno que se estudie. Explica las tendencias de un grupo o población. (Sampieri, 2014, p. 92)

El enfoque de esta investigación fue el cualitativo, ya que emplea la recopilación y el análisis de datos, valorando las respuestas generalizadas con el fin de explicarlas. (Sampieri, 2014, p. 7)

Al emplear la investigación descriptiva- cualitativa, se buscó recopilar datos que permitieran identificar y describir los diferentes medios de pago digitales que han sido adoptados por los restaurantes de comida rápida. Esto incluyó un análisis de herramientas como aplicaciones móviles, billeteras electrónicas, tarjetas de crédito y otros sistemas de pago. A través de la entrevista, se obtuvo información sobre la frecuencia de uso de los medios de pago digitales, las preferencias de los clientes y las ventajas y desventajas al utilizarlos. En la observación directa se identificó la variedad de medios de pago digitales, la facilidad de uso, instalaciones tecnológicas adecuadas y el tiempo de espera en el procesamiento de los pagos, con esto se identificó como los medios de pago digitales influyen en los consumidores y en el personal de servicio de dichos restaurantes.

Se desarrolló una monografía de investigación, dado que, al no existir otros estudios sobre el tema, se procedió a recopilar información general acerca de los medios de pago digitales, utilizando libros, informes, boletines, entre otros recursos. Así, se aportaron ideas propias e información recolectada mediante la observación, realizando un análisis de carácter descriptivo- cualitativo sobre el tema.

3.4 Diseño metodológico.

Para esta investigación se utilizó el enfoque no experimental, debido a que el tipo de investigación descriptivo – cualitativo, para estudiar a profundidad los medios de pago digitales.

Este enfoque explica las percepciones de los clientes, opiniones de los empleados de los restaurantes de comida rápida, para así comprender los desafíos y obstáculos en utilización de los medios de pago digitales.

Se llevaron a cabo entrevista con los empleados y se realizó una observación directa en las sucursales de los restaurantes de comida rápida para conocer la preferencia de los clientes, la percepción de los empleados sobre el uso de estos medios, el tiempo de espera y eficiencia en el uso de los diferentes de los medios de pago digitales en los restaurantes.

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de información.

3.5.1. Técnicas.

Observación directa.

Cuando el investigador se relaciona personalmente con la problemática o situación que está tratando de investigar. (Diaz Sanjuan, 2010, pág. 7)

La observación directa se llevó a cabo en uno de los restaurantes de pizza hut, McDonald, Buffalo Wings, Quizno, china wok, pollo campero, KFC, Papa John's, Pollo campestre y Wendys, que permitió recopilar información sobre el comportamiento y entorno de la utilización de los principales medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida, se identificaron patrones de comportamiento y preferencias de los consumidores.

Entrevista estructurada

Parte de un formulario utilizado como guía para controlar las preguntas; en gran medida, esto evita divagar acerca de tópicos inútiles que pueden molestar al entrevistador y al entrevistado. El formulario se elabora en función de las necesidades del investigador, sin embargo, existen algunos requisitos mínimos. (Bastar, 2012 , pág. 82)

Esta Técnica permitió conocer desde la perspectiva de los trabajadores específicamente supervisores y cajeros sobre la preferencia de los consumidores que visitan los restaurantes de comida rápida y cuáles son las ventajas y desventajas que estos presentan y cómo contribuyen a una mejor productividad en los establecimientos.

3.5.2. Instrumentos.

Lista de cotejo.

Este instrumento permitió establecer criterios claros y estandarizados para evaluar los diferentes medios de pagos utilizados en los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango en el entorno competitivo, donde la rapidez y la eficiencia son esenciales. (Ver anexo 2)

Guía de entrevista.

En este instrumento se elaboraron una serie de preguntas dirigidas al personal que labora en los restaurantes de comida rápida y así conocer el punto de vista de estos ante el uso de los diferentes medios de pago digitales que aceptan en sus sucursales para así realizar un análisis sobre las preferencias de los consumidores y cómo esto afecta positivamente a las ventas de dichas sucursales. (Ver anexo 3)

3.6 Fuentes de información.

3.6.1 Fuentes primarias.

La información se recopiló por medio de la observación directa y entrevistas a los diferentes restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango, con el objetivo de obtener información a través de la visualización sobre los diferentes métodos de pago que utilizan los clientes a la hora de pagar por el servicio brindado.

3.6.2 Fuentes secundarias.

La información secundaria se obtuvo por medio de fuentes de información tales como Constitución de la república, Ley orgánica del Banco Central de Reserva. Ley de Bancos. Ley de Protección al Consumidor. Ley de Sistema de Tarjetas de Crédito, informes, investigaciones, boletines del BCR, etc.

3.7 Objetos de estudio y unidades de análisis.

3.7.1 Objeto de estudio.

Los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango y los principales medios de pago.

3.7.2 Unidad de análisis.

Personal que labora en los restaurantes de comida rápida, como supervisores y cajeros.

3.8 Determinación de universo y muestra.

3.8.1 Determinación del universo.

Población o universo grupo de todas las situaciones que coinciden con determinadas características. (Sampieri, 2014, p. 174)

El universo de esta investigación estuvo conformado por los clientes, restaurantes y empleados de los restaurantes de comida rápida que interactúan con los diferentes medios de pago digitales. Los clientes son las personas que visitan las sucursales, los restaurantes los cuales fueron un total de 10, se componen por las diferentes opciones de medios de pago que ofrece como lo son las tarjetas de crédito, débito, transferencias bancarias, pagos móviles, códigos QR y billeteras electrónicas. Y los empleados que se encargan de realizar las operaciones de pago como lo son los cajeros y meseros de dichos restaurantes.

3.8.2 Estimación cualitativa de la muestra.

En el proceso cualitativo la muestra es un grupo de personas, imprevistos, eventos, situaciones, comunidades, entre otros, de los cuales se deberán recolectar datos, sin que precisamente sea representativo del universo o población que se estudia. (Sampieri, 2014, p. 384)

Para la investigación se consideraron diez restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango, seleccionándolas según su demanda por los consumidores.

3.9 Análisis de la información obtenida.

El análisis está basado en la información recolectada a través de la entrevista a cajeros, meseros y supervisores de los diferentes restaurantes de comida rápida seleccionados tales como pizza hut, McDonald, Buffalo Wings, Quizno, china wok, pollo campero, KFC, Papa John's, Pollo campestre y Wendys, se cuenta con un resumen de la información sobre los medios de pago digitales utilizados en dichos restaurantes elaborado por medio de un cuadro comparativo donde se detalla cada una de las respuestas proporcionada por los entrevistados.

3.9.1 Diagnóstico.

Los resultados arrojados en esta investigación brindan un enfoque integrado para comprender la situación actual de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango, identificando los factores que influyen en la adopción y aplicación de los medios de pago digitales, partiendo de las preferencias de los clientes, así como las limitantes, ventajas de estos y capacidad del personal.

Preferencia de uso de los medios de pago digitales por los clientes.

En cada uno de los restaurantes visitados se logró observar un alto número de consumidores utilizando medios de pago digitales debido a la facilidad y rapidez en la cual se efectúan los pagos. Aunque también se observó pagos de forma tradicional es decir en efectivo

físico, en su mayoría los clientes han optado por modernizarse en los pagos adoptando estas formas de pago.

Tipos de medios de pago preferidos por los clientes.

De acuerdo con lo comentado por los trabajadores entrevistados los tipos de medios de pago preferidos por los clientes son las tarjetas de crédito y debido a que son los más comunes y más fácil de utilizar además que son el medio más seguro y confiable, algunas de esta ofrecen promociones y descuentos dependiendo de la institución financiera.

Ventajas y desventajas.

Una de las ventajas más comunes entre los restaurantes fue la rapidez en el procesamiento de los pagos ya que para ellos poder realizar pagos sin contacto es muy conveniente ya que no manipulan el dinero y el riesgo a equivocarse se reduce. Pero por otro lado se tiene la desventaja de fallos en el sistema de los bancos que mucha de las veces provoca demoras en los cobros o cobros dobles cuando ocurren este tipo de inconvenientes técnicos lo que afecta la imagen de los establecimientos, aunque este sea un problema fuera de sus manos.

Experiencia en los clientes.

Para los consumidores de estos establecimientos de comida rápida la utilización de estos medios digitales es vista de manera muy positiva ya que les reduce el tiempo de espera tanto en los cobros como en ser colocados en una mesa lo que favorece la eficiencia productiva en dichas localidades ya que muchos de ellos en horas del mediodía y fines de semana poseen una alta demanda de clientes.

Eficiencia en los restaurantes.

La implementación de estos medios de pago digitales influye a reducir el tiempo que los empleados dedican al realizar los cobros a sus consumidores debido a que no hay manipulación

de dineros físico ya que estos medios realizan el cobro exacto lo que permite a los trabajadores enfocarse en un mejor servicio al cliente permitiendo mejorar su calidad de servicio en todas las diferentes áreas del restaurante aumentando así sus ventas.

Limitaciones de aplicación de medios de pago.

Una de las limitaciones encontradas son los fallos que estas pueden presentar tal es el caso del código QR muchos de estos restaurantes dejaron de utilizar este medio de pago debido a los fallos que este presentaba al momento de procesarlos. Otra limitante encontrada es el costo adicional y el pago de comisiones que se percibe al utilizar las terminales de pago, para los establecimientos más grandes no es muy perceptible, pero para los restaurantes con bajas ventas esto puede perjudicar para la aplicación de estos.

Capacitación del personal.

Un factor muy importante es también la capacitación de los empleados ya que la falta de este puede afectar la productividad, al no contar con un personal capacitado en el uso de los medios de pago digitales puede ocasionar retrasos en los procesos de pago ya que se le hace muy complicado adaptarse a las diferentes tecnologías, lo cual durante la investigación se identificó que este aspecto es muy escaso en muchos de los restaurantes seleccionados para esta investigación.

3.9.2 Procesamiento de la información obtenida.

Entrevista

Tabla 4

Entrevista sobre los medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida.

Tema de investigación: Principales medios de pago digitales utilizados por los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango					
Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.					
Preguntas	Respuestas				
	Pizza Hut Supervisora	Bufalo Wings Supervisora	Quizno Cajero	Campestre Cajera	KFC Cajera
1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?	Chivo wallet, Pos credomatic, cheques, certificados de regalo, efectivo	Efectivo, POS	Efectivo, POS, Credomatic, Código QR.	POS, Efectivo	Efectivo, POS Credomatic, Código QR
2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?	POS, Efectivo.	POS, Efectivo.	POS, Efectivo.	Efectivo y tarjetas	POS, Efectivo.

<p>3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales?</p>	<p>Rapidez en los pagos, Fallos en los sistemas de los bancos.</p>	<p>La ventaja es la facilidad de pagos y la desventaja fallos en los sistemas.</p>	<p>La seguridad del efectivo que se anda en la tarjeta, fallos en los sistemas bancarios.</p>	<p>La ventaja es la rapidez en los cobros, y la desventaja son los fallos en los sistemas.</p>	<p>La ventaja son los pagos rápidos y seguros, la desventaja fallos en los sistemas.</p>
<p>4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?</p>	<p>No, ya que contamos descuentos fijos.</p>	<p>No.</p>	<p>Si, mayormente las ofertas las ofrecen los bancos con descuentos.</p>	<p>Si, los bancos brindan estos descuentos.</p>	<p>No.</p>
<p>5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital?</p>	<p>La mejor opción es el POS.</p>	<p>POS ya que el pago es exacto.</p>	<p>La mejor opción es el POS.</p>	<p>POS.</p>	<p>POS.</p>
<p>6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales?</p>	<p>Si, Capacitamos al personal ante fallos en los sistemas, aunque es raro que esto pase.</p>	<p>Si.</p>	<p>Si.</p>	<p>Si.</p>	<p>Si.</p>

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales?	Si, ya que está más actualizado ya que los clientes poseen sus tarjetas en sus teléfonos.	Si.	Si	Si.	Si.
8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales?	No poseen un proceso ya que el POS es el medio más seguro de pago.	Si.	No.	Si.	No.

Fuente: Elaboración propia con los datos recolectados en las entrevistas.

Lista de Cotejo

Tabla 5

Resumen de los resultados de la aplicación de la lista de cotejo de lo observado en los restaurantes de comida rápida.

N°	Criterios	Si	No	Comentarios
1	Uso de Tarjetas débito.	10	0	Esta opción de pagos es una de las más utilizadas por los consumidores.
3	Uso de Tarjetas crédito.	10	0	Al igual que las tarjetas de debito este es otro medio de pago digital más utilizado por los consumidores.
3	Uso de Tarjetas prepago.	0	10	Durante la investigación no se observó en ningún restaurante la utilización de tarjetas de prepago.
4	Uso de Tarjetas virtuales.	4	6	De los 10 restaurantes observados, solo 4 de estos aceptaban pagos con tarjetas virtuales.
5	Uso de Tarjetas de regalo.	1	9	Esta opción de pago no es muy común en los restaurantes ya que solo 1 de 10 si lo utilizan
6	Uso de Transferencias 365	0	10	Las transferencias 365 es uno de los medios no utilizados por los consumidores.
7	Uso de Transferencias 365 móvil	0	10	Al igual que las transferencias 365 su uso por los clientes es totalmente nulo
8	Uso de UNI	0	10	Este medio es otro medio digital que no es utilizado por los consumidores.
9	Uso de Google Pay	2	8	Para esta opción solo se observó que solo en 2 restaurantes utilizan google Pay.
10	Uso de Apple Pay	2	8	De igual manera la utilización de este medio es muy poca por los consumidores.

11	Uso de PayPal	0	10	Esta opción no es utilizada por los consumidores en los restaurantes.
12	Uso de Pagadito.	0	10	Esta opción no es utilizada por los consumidores en los restaurantes.
13	Uso de Wompi	0	10	Esta opción no es utilizada por los consumidores en los restaurantes.
14	Uso de Hugo Pay.	0	10	Esta opción no es utilizada por los consumidores en los restaurantes.
15	Uso de Teip.	1	9	Se observó que solo en 1 de los restaurantes si utilizaban este medio de pago digital.
16	Uso de Kash.	0	10	Esta opción no es utilizada por los consumidores en los restaurantes.
17	Uso de Tilo Pay.	0	10	Esta opción no es utilizada por los consumidores en los restaurantes.
18	Uso de N1co.	6	4	Esta opción es utilizada en 6 de 10 restaurantes debido a los beneficios que esta ofrece a sus consumidores.
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.	1	9	Esta opción no es muy utilizada por los consumidores en los restaurantes debido a las recurrentes fallas que presenta.
20	Uso de Smartwatch Pay	3	7	Esta opción no es muy utilizada por los consumidores en los restaurantes.
21	Aceptación de pago con Bitcoin.	6	4	Esta opción es utilizada en 6 de 10 restaurantes que no es muy común que los clientes la utilicen.
22	POS para tarjeta de crédito	10	0	Esta opción de pagos es una de las más utilizadas por los consumidores, pero se observó que algunos de estos restaurantes aún poseen POS desactualizados lo que no permite el pago sin contacto.
23	POS para tarjeta de débito	10	0	Esta opción de pagos es una de las más utilizadas por los consumidores, pero se observó que algunos de estos restaurantes aún poseen POS desactualizados lo que no permite el pago sin contacto.

24	Aceptación de pagos mixtos o combinados (parte en efectivo y parte de forma digital).	9	1	Esta opción de pagos es una de las más utilizadas por los consumidores.
Resumen sobre el uso de los medios de pago digitales		<p>La información recolectada con la ayuda de las listas de cotejo, la utilización de medios de pago digitales se puede clasificar de la siguiente manera:</p> <p>Más utilizados, mayores o iguales a 6: Tarjetas de crédito, débito, N1co, POS, Bitcoin, Pagos mixtos.</p> <p>Medianamente utilizados iguales a 5: Ninguno.</p> <p>Menos utilizados menores que 5: Tarjetas virtuales, tarjetas de regalo, Google Pay, Apple Pay, teip, código QR, Smartwatch.</p> <p>No utilizados iguales a 0: Tarjetas prepago, transferencias 365, transferencias 365 móvil, transferencia UNI, PayPal, pagadito, Wompi, Hugo Pay, Kash, Tilo Pay.</p>		

Fuente: Elaboración propia con los datos recolectados en la observación directa.

3.9.3 Análisis de los datos obtenidos.

Resumen de análisis de los resultados de las entrevistas realizadas.

MATRIZ DE RESULTADOS.
Principales medios de pago digitales utilizados por los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango.
¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?
Según los datos obtenidos mediante la entrevista se logró una similitud en los medios de pagos que aceptan, ya que en su mayoría son el efectivo y las tarjetas de crédito y débito (POS), A excepción de otros restaurantes que utilizan otras opciones de pago como Código QR, Teip, Google Pay, Apple Pay, Bitcoin, etc.
¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?
La mayoría de los entrevistados coinciden que el medio de pago digital que los clientes más utilizan son las tarjetas de crédito y débito convirtiéndose en el método de pago preferido por la mayoría, ya que ofrecen conveniencia y flexibilidad, permitiéndoles realizar transacciones de manera rápida y segura.
¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales?
Una de las principales ventajas que nos mencionaron los entrevistados fue la seguridad ya que los dueños de las tarjetas obtienen una forma unificada de introducir y controlar las

tarjetas digitales desde las aplicaciones bancarias en cualquier caso de uso, ya que se les emite un correo o notificación de la transacción, además de tener cero contactos, reduciendo así en gran medida el riesgo de robo de credenciales y fraude.

La desventaja más mencionada por los entrevistados es la de los fallos en los sistemas de cobro y esto se puede dar por falta de fondos en la cuenta, por información de la tarjeta desactualizada, tarjeta caducada, etc.

Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?

Los entrevistados mencionan que no ofrecen descuentos ya que cuentan con precios fijos, sin embargo, en ocasiones son los bancos los que ofrecen un porcentaje de descuento al pagar con sus tarjetas en los diferentes restaurantes.

Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital?

Los entrevistados coinciden en que la mejor opción para realizar los pagos de forma digital son los POS, ya que son una forma rápida y segura de pago, y a su vez permite a los clientes controlar las transacciones por medio de las notificaciones de las aplicaciones bancarias.

¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales?

Los entrevistados coinciden en ser capacitados para apoyar o ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas a modo de hacer el proceso más ágil y preciso. A excepción de McDonald el cual mencionó no ser capacitado para ese tipo de situaciones.

¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales?

Los entrevistados recomiendan totalmente los medios de pago digitales, en este caso las tarjetas de crédito y débito (POS), ya que es más rápido, seguro y directo el procesamiento de las transacciones.

¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales?

El resultado de la entrevista dio como resultado una respuesta compartida ya que una parte de entrevistados dicen que si poseen procedimientos de seguridad para proteger los datos de clientes, y otra parte de los entrevistados dicen no poseer ya que no tienen contacto directo con el medio de pago, en este caso las tarjetas, ya que son los clientes quienes introducen la tarjeta en los POS, creando el cero contacto de parte de los cajeros con las tarjetas de los clientes para evitar así situaciones de inseguridad.

Fuente: Elaboración propia con la información recolectada en las entrevistas.

4. Alcance y limitaciones presentadas en la investigación.

El estudio se enfocó en recopilar información sobre los principales medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango.

4.1 Alcances obtenidos.

Los empleados de los diferentes restaurantes aportaron datos relevantes que permitieron entender cómo estos medios de pago digitales influyen en la eficiencia y rapidez en que los clientes realizan los pagos. Se analizaron aspectos como la aceptación de tarjetas de crédito y débito, el uso de aplicaciones de pago móvil y billeteras electrónicas, así como la percepción respecto a la seguridad y conveniencia de estos medios. La investigación también buscó identificar las tendencias en la adopción de tecnologías de pago en el sector de la comida rápida.

1. se logró identificar cuáles son los principales medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango, de todos los medios de pago digitales que en la actualidad existen.
2. Se analizaron los medios de pagos disponibles en cada uno de los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango.
3. La investigación nos permitió observar la frecuencia en el uso de los medios de pagos digitales por parte de los consumidores en los restaurantes de comida rápida.
4. Se pudo obtener información de primera mano de personal empleado de los restaurantes de comida rápida.

4.2 Las Limitaciones presentadas en la investigación.

A lo largo de la investigación de campo llevada a cabo en los restaurantes de comida rápida del Distrito de Soyapango, surgieron diversas limitaciones significativas:

1. La información bibliográfica es muy escasa, debido a que el tema es sobre avances tecnológicos recientes, sobre el uso de los medios de pago digitales.
2. El estudio se limitó a los restaurantes de comida rápida ubicados específicamente en el distrito de Soyapango, lo que no permitió reflejar las tendencias de los medios pago digitales en otras áreas geográficas de El Salvador o en diferentes tipos de restaurantes.
3. La investigación se basó en datos recolectados a través de observación directa y entrevistas, lo que pudo haber implicado un sesgo en las respuestas dependiendo de la disposición de los participantes a compartir información y por el tiempo empleado en el análisis de cada pregunta por parte de los entrevistados.
4. En algunos de los restaurantes no se pudo obtener información sobre los métodos de pago dado que los empleados se mostraron resistentes a compartir datos como estos, manifestando no disponer del tiempo.

4.3 Conclusiones y recomendaciones.

4.3.1 Conclusiones.

1. En los restaurantes de comida rápida hay una gran aceptación por los clientes el utilizar los medios de pago digitales a pesar que existe la desventaja de fallos en el sistema también cuentan con muchas ventajas como facilidad, rapidez y seguridad al momento de procesar las transacciones, lo cual los convierte en el método más apropiado para ellos que contribuye al aumento en las ventas.
2. Los medios de pago digitales intervienen positivamente en la administración y operatividad de los restaurantes de comida rápida ya que hay una reducción de errores humanos al momento de realizar las operaciones de pago a pesar de no

tener capacitación sobre este tema; y reduce el tiempo de espera, lo que permite enfocarse en el servicio al cliente y así aumentar sus ventas.

3. El efectivo sigue siendo uno de los principales métodos de pago en todos los restaurantes, sin embargo, mediante las entrevistas se identificó que los medios de pagos digitales más comunes son las tarjetas de crédito y débito (POS). Los cuales permiten a los clientes pagar rápidamente con múltiples métodos, incluidos tarjetas de crédito, débito, pagos móviles y hasta pagos divididos. Esto no solo acelera el proceso de pago, sino que también mejora la flexibilidad, rapidez y conveniencia para los clientes.
4. No existen alianzas estratégicas con bancos, para que sus clientes obtengan descuentos por el uso de medios de pago digitales y afiliación disponible en los restaurantes que puedan asegurar la lealtad y satisfacción de los consumidores que visitan cada una de las sucursales.

4.3.2 Recomendaciones.

1. Se recomienda incentivar a los consumidores que no utilizan medios de pago digitales disponibles en los restaurantes de comida rápida, de manera que comprendan sus ventajas y desventajas, funcionamiento, sus beneficios y se sientan seguros al realizar sus transacciones de pago para que así tengan una excelente imagen en la atención al cliente de los restaurantes que visita y poder aumentar sus ventas.
2. Dado que los medios de pagos digitales contribuyen positivamente tanto en la administración, operatividad, reducción de errores humanos y potencias la ventas en los restaurantes de comida rápida, Se recomienda brindar una capacitación al personal sobre la utilización de los medios de pago digitales ya que al ser formas de pago muy demandadas se debe aprovechar al máximo sus beneficios, además dicha capacitación reduce los errores humanos y maximizando su capacidad operativa y ventas, así como también influye en la educación de los clientes que solo utilizan efectivo como medio de pago y no perder posibles consumidores al desconocer el uso sobre estos medios.
3. Con base en los resultados obtenidos, se recomienda a los restaurantes de comida rápida mantenerse actualizados en cuanto al ámbito tecnológico moderno para facilitar el control de pagos y también agilizar los procesos de cobro ya que, al adoptar estas tecnologías, los restaurantes pueden mejorar significativamente su eficiencia operativa, aumentar la satisfacción del cliente y optimizar su rentabilidad.

4. Establecer estrategias con las instituciones financieras, para que realicen descuentos a sus clientes en los restaurantes de comida rápida al momento de utilizar sus medios de pago digitales y carné de afiliación y de esta manera puedan generar fidelización para que a su vez simplificar los pagos, así, en consecuencia, reducir el tiempo de procesamiento de las transacciones.

Capítulo III Propuesta sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango.

7. Propuestas

Los medios de pago digitales gracias a los avances tecnológicos se han convertido en una parte fundamental en los restaurantes de comida rápida en El Salvador. Sin embargo, existen muchas dudas sobre el uso de estos métodos de pago por parte de algunos consumidores. Por esta razón la presente propuesta se enfoca en brindar publicidad informativa al cliente sobre el uso de los medios de pago digitales, capacitar al personal para la resolución de conflictos, modernización digital para mejorar la atención al cliente y establecer alianzas con entidades financieras para ofrecer a los consumidores mejores descuentos y promociones por la utilización de los medios de pago digitales.

Importancia.

Brindar a los clientes más información de las diferentes maneras que tienen para generar sus pagos es importante porque se adquiere el conocimiento y se ponen en práctica nuevas metodologías, que son rápidas y seguras. Por lo que crear espacios donde cada cliente conozca de primera mano por medio de publicidad televisiva, auditiva y visual ayudará a facilitar el conocimiento. De igual manera garantizar que el personal se encuentre capacitado para favorecer la imagen de los restaurantes, y ayudar a los clientes a confiar en los procesos de la modernización digital.

Objetivo general.

Proponer estrategias para la adopción y mejora de medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango, destacando su importancia en la modernización del sector, ya que estos métodos facilitan transacciones rápidas y seguras.

Además, se busca concientizar a los empresarios sobre los beneficios de la transformación digital, promoviendo un entorno más eficiente y competitivo en el mercado actual.

7.1 Publicidad Informativa.

Crear un área específica que esté monitoreando la tecnología diariamente de manera que facilite las herramientas para crear soluciones de pago a los clientes y a su vez informarles de los diferentes medios y formas para hacer sus transacciones, incentivando a utilizar los diferentes medios de pagos que les ayudarán a agilizar y hacer más cómodo y seguro el uso de las plataformas digitales al realizar sus compras. Para ello se pretende elaborar anuncios publicitarios enfocados a informar a los clientes sobre el funcionamiento de los medios de pago y difundir una imagen para captar la atención de los clientes.

7.1.1 Importancia de Publicidad Informativa.

El informar a los clientes las diferentes maneras que tienen para realizar sus pagos es importante porque capta su atención para que tome la decisión de la manera más favorable para realizar sus transacciones. A su vez, muestran la variedad de medios con los que cuentan sus cadenas de restaurantes de comida rápida, siendo así una mejor opción para atraer a más clientes, utilizando los diferentes canales digitales.

7.1.2 Justificación de la publicidad informativa.

Para hacer saber a los clientes cuales son las diferentes opciones que tienen para realizar sus pagos es necesario darlo a conocer. Por tanto, haciendo uso de diferentes plataformas para hacer llegar el mensaje a los clientes a través de información publicitaria harán que se enteren de las diferentes opciones con las que cuentan para efectuar sus pagos.

7.1.3 Objetivo de la publicidad informativa

Objetivo General.

Informar a los clientes las diferentes formas de pago que se aceptan en las sucursales y mostrarles el valor que les aportará al efectuar sus pagos presentándolos como atractivos e incentivando su uso.

Objetivos Específicos.

1. Instruir sobre nuevas formas de utilizar medios de pagos no comunes, para familiarizar a los clientes y mostrarles formas sencillas y seguras de realizar sus transacciones.
2. Mostrar los beneficios que proporcionan las tecnologías a través de los nuevos sistemas de pagos digitales.
3. Explicar a los clientes, los métodos y uso de los diferentes medios de pago
4. Incentivar a los clientes para que hagan uso de los diferentes medios de pago, a modo de generar confianza y fidelidad.

7.1.4 Desarrollo de la propuesta

Elaboración de anuncios publicitarios que estén enfocados en expresar datos importantes y relevantes de los diferentes medios de pagos que aceptan los restaurantes para que al consumidor se le vuelve un proceso mucho más consciente y metódico. A manera de ir fomentando el uso de nuevos métodos que les faciliten sus procesos de pago.

Los objetivos de la elaboración de estos anuncios serían:

- Informar a los clientes sobre la existencia de los diferentes medios de pago que existen.
- Exponer a los clientes las funcionalidades de los medios de pago.
- Destacar las ventajas que tendrían los consumidores al utilizar los diferentes medios de pago.

- Difundir una imagen que facilite la retención en la mente de los consumidores de los diferentes medios de pago que existen.

Implementar una estrategia efectiva en sectores donde sea imprescindible para los compradores conocer las características y los beneficios que aportan el uso de los medios de pago, para ello es de crear un complemento perfecto y es persuadir a los consumidores en utilizarlos para conseguir una venta convenciéndolos para la compra y uso de pago de una manera diferente, rápida y segura.

7.1.5 Canales de difusión de la publicidad informativa

Canales de Difusión:

- 1. Redes Sociales:** Pagar espacios de difusión masiva, donde llegue el mensaje a todos los consumidores de manera atractiva para que utilicen todos los métodos de pago que existen.
- 2. Paneles:** crear vallas publicitarias e interactivas donde los consumidores capten en su mente, que tienen formas diferentes de realizar sus pagos.
- 3. Televisión:** Demostrar a los clientes por medio de anuncio como se utilizan los medios de pago y contratar a influencer nacionales para promocionarlos.

7.2 Capacitación del personal.

Diseñar un programa de capacitación al personal que labora en los diferentes restaurantes de comida rápida, para mejorar sus habilidades que le permitan realizar un mejor servicio al cliente al momento de realizar los procesos de pago para que estos sean de forma más rápida, eficiente y segura. En cada programa debe incluirse, la comunicación asertiva, métodos de pago gestión y resolución de conflictos en transacciones digitales.

7.2.1 Importancia de la capacitación del personal.

Brindar una muy buena atención al cliente y seguridad al momento de realizar las transacciones de pago digitales es muy importante porque influye positivamente en la lealtad de los consumidores ya que buscan un servicio rápido y eficiente en sus transacciones financieras. Por lo que garantizar que el personal se encuentre capacitado favorece la imagen de los restaurantes, reduciendo el tiempo de espera y posibles errores al momento de los pagos mejorando así su productividad y evitando pérdidas económicas.

7.2.2 Justificación de la capacitación del personal.

Con respecto a los consumidores, el procesamiento de pagos y el servicio al cliente son aspectos muy importantes que influyen en la satisfacción, permanencia y crecimiento de los clientes. Una capacitación adecuada, permitirá a los empleados como cajeros y meseros que realizan el proceso de pago realizarlo con mejor eficacia, solventando dudas de los clientes y brindar el apoyo oportuno a las necesidades, se logrará una mejor percepción para los restaurantes de comida rápida.

7.2.3 Objetivo de la capacitación del personal

Objetivo General.

Mejorar las habilidades del personal que labora en los restaurantes de comida rápida en el servicio al cliente y procesos de pagos digitales y así lograr mayor satisfacción en los clientes y eficiencia operativa mediante un servicio rápido y seguro.

Objetivos Específicos.

1. Potenciar las habilidades de comunicación y escucha asertiva para brindar la confianza e información necesaria a los consumidores sobre el uso de los medios de pago digitales en cada uno de los restaurantes de comida rápida.
2. Capacitar al personal en el procedimiento de las transacciones financieras, ampliando su conocimiento sobre los sistemas de pago, su funcionamiento y servicios disponibles.
3. Mejorar la capacidad de gestión y resolución de conflictos relacionados con el uso de los medios de pago digitales y así reducir los errores humanos maximizando la capacidad operativa en cada una de las sucursales.

7.2.4 Desarrollo de la propuesta

Al realizar programas de capacitación con regularidad para los empleados, se podrán desarrollar y fortalecer las habilidades del personal para que de esta manera se logre mejorar la atención al cliente al momento de efectuar los pagos de los medios digitales disponibles en cada una de las sucursales de las cadenas de comida rápida.

Diseño de programa de capacitación: Elaborar programas de capacitación de personal sobre la atención al cliente y el uso de los medios de pago digitales dirigido a gerentes, supervisores, cajeros y meseros de los restaurantes de comida rápida. En los cuales se deberá tratar la atención al cliente, comunicación efectiva, gestión y resolución de conflictos, procesamiento de pagos digitales y conocimiento de los productos y servicios.

Introducción a la atención al cliente: Instruir a los empleados sobre las bases de la atención al cliente y la importancia que tiene en las cadenas de restaurantes, abordando conceptos como el servicio al cliente y de cómo este influye en la experiencia y satisfacción de los consumidores, el papel que juega la fidelización del cliente y el buen estatus de cada cadena de restaurantes de comida rápida.

Desarrollo de la comunicación efectiva: Se enfocará en desarrollar y potenciar las habilidades de comunicación de los empleados para que esta sea clara y precisa. En la cual se abordarán técnicas y estrategias de escucha, y lenguaje positivo, adecuar el tono según la circunstancia para transmitir el mensaje con claridad y respeto, así como también aprender técnicas para controlar conversaciones complicadas o delicadas de forma profesional y asertiva.

Gestión y resolución de conflictos relacionados con los medios de pago: Los asistentes a esta capacitación desarrollarán y potenciarán las habilidades para resolver inconvenientes relacionados con los medios de pago, como los fallos en las transacciones, devoluciones y preguntas relacionada a estos. Además de orientar con los métodos de toma de decisiones para el manejo de clientes difíciles y lograr obtener soluciones rápidas asegurando la satisfacción del cliente reduciendo los inconvenientes.

Introducción de los medios y sistemas de pago digitales: Se pretende brindar los conocimientos a profundidad sobre los medios y sistemas de pago digitales disponibles en las cadenas de restaurantes de comida rápida, Los asistentes comprenderán y explicaran cuales son los beneficios, caracterizas, ventajas y desventajas de estos y aprenderán a solventar las dudas de los consumidores relacionadas con los diferentes medios de pago digitales.

Inducción sobre el procesamiento de pago: Se conocerán cuáles son los procedimientos fundamentales para realizar los pagos digitales de una formas más eficiente y

segura, capacitando al personal sobre el uso de las terminales POS, transacciones electrónicas, manejo de efectivo y protección contra fraudes. También se darán a conocer las políticas de privacidad y seguridad para proteger los datos financieros de cada uno de los clientes que visitan los restaurantes de comida rápida.

7.2.5 Canales de difusión de la capacitación de personal

Canales de Difusión:

- 1. Correo Electrónico:** Se compartirá toda la información relacionada con la capacitación a cada uno de los empleados tanto a gerentes como al personal de nuevo ingreso o entrenamiento, detallando la hora, el lugar y la fecha en la que deberán asistir.
- 2. Material educativo:** Se distribuirá el contenido de cada uno de los módulos mediante folletos y material audio visual para que así los participantes puedan tener información más detallada sobre los temas a tratar durante la capacitación.
- 3. Diploma y reconocimiento:** Al finalizar la capacitación se le otorgará un diploma y reconocimiento por haber concluido cada uno de los módulos impartidos buscando incentivar la participación y motivación en futuros programas para su crecimiento personal y laboral.

7.3 Modernización digital.

Implementar un conjunto de tecnologías digitales en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango, que incluye sistemas de pedidos digitales, plataformas de pago electrónico, y herramientas de gestión de inventario y personal. Esta modernización busca optimizar la eficiencia operativa de los restaurantes, sino también transformar la experiencia del cliente.

7.3.1 Importancia de la modernización digital.

La modernización digital es esencial para ajustarse a las expectativas cambiantes de los consumidores, que buscan servicios más ágiles y eficaces. Introducir tecnología no solo eleva la calidad del servicio, sino que también facilita a los restaurantes adaptarse mejor a las tendencias del mercado, como el crecimiento en el uso de aplicaciones de entrega y métodos de pago digitales.

7.3.2 Justificación de la modernización digital.

Con respecto a los consumidores, el procesamiento de pagos y el servicio al cliente son aspectos muy importantes que influyen en la satisfacción, permanencia y crecimiento de los clientes. Una capacitación adecuada, permitirá a los empleados como cajeros y meseros que realizan el proceso de pago realizarlo con mejor eficacia, solventando dudas de los clientes y brindar el apoyo oportuno a las necesidades, que lograra una mejor percepción para los restaurantes de comida rápida.

7.3.3 Objetivo de la modernización digital

Objetivo General.

Actualizar y optimizar los procesos operativos de los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango, con el fin de aumentar la eficiencia y enriquecer la experiencia del cliente.

Objetivos Específicos

1. Implementar sistemas de pedidos y pagos digitales que agilicen el proceso de atención al cliente y reduzcan los tiempos de espera.
2. Capacitar al personal en el manejo de nuevas tecnologías, asegurando un uso efectivo y una transición fluida hacia los sistemas modernizados.
3. Mejorar la infraestructura tecnológica existente para garantizar un funcionamiento óptimo y soporte adecuado para las nuevas herramientas.
4. Fomentar el uso de medios de pago digitales entre los clientes, promoviendo alternativas que faciliten y agilicen las transacciones.

7.3.4 Desarrollo de la propuesta

La modernización digital de los pagos en los restaurantes de comida rápida en el distrito de Soyapango busca transformar la experiencia de compra de los clientes mediante la implementación de tecnologías avanzadas de pago, creando un entorno de pago más ágil y accesible. Al integrar estas soluciones digitales, se espera reducir los tiempos de espera, minimizar errores en las transacciones y ofrecer opciones de pago diversificadas.

Análisis del entorno: El primer paso en la modernización digital de los medios de pagos en restaurantes de comida rápida implica realizar un análisis exhaustivo del entorno del mercado y un diagnóstico interno del restaurante. Este proceso es fundamental para evaluar la situación actual de los métodos de pago y la experiencia del cliente, lo que permitirá identificar los puntos fuertes del sistema de pago actual, como la lealtad del cliente o la eficiencia en el servicio, explorar las tendencias del mercado que pueden ser aprovechadas, como el aumento en el uso de pagos móviles y billeteras digitales, reconocer las limitaciones de los sistemas implementados actualmente, como tiempos de espera prolongados o la falta de opciones de pago ya que esto

ayudará a enfocar los esfuerzos de modernización en áreas específicas. También evaluar factores externos que podrían impactar negativamente, como la competencia que adopta tecnologías más avanzadas.

Evaluación de opciones tecnológicas: Para llevar a cabo una modernización efectiva de los medios de pago en restaurantes de comida rápida, es fundamental investigar las diferentes plataformas y herramientas de pago digital disponibles, como aplicaciones móviles, billeteras digitales y sistemas de punto de venta (POS). Este proceso implica un análisis detallado de cada opción para determinar cuál se adapta mejor a las necesidades del negocio y de los clientes.

- a. **Costos de Implementación:** Evaluar los costos iniciales y recurrentes asociados con cada plataforma, incluyendo tarifas de transacción, costos de hardware y software, y gastos de mantenimiento.
- b. **Beneficios a largo plazo:** Considerar cómo cada opción puede impactar la satisfacción del cliente, la eficiencia operativa y, en última instancia, los ingresos del restaurante.
- c. **Adaptabilidad de la modernización digital:** Analizar si la solución elegida puede adaptarse a futuras necesidades del negocio, como la expansión a nuevas ubicaciones.

Monitoreo de la modernización digital: Una vez que se ha implementado el nuevo medio de pagos digital, es crucial establecer un proceso de monitoreo y evaluación continua para asegurar que las herramientas y tecnologías adoptadas están cumpliendo con los objetivos establecidos y están mejorando la experiencia del cliente.

7.3.5 Canales de difusión de la modernización digital

- 1. Redes Sociales:** Promocionar las nuevas tecnologías y sus beneficios.
- 2. Eventos Locales:** Organizar ferias o talleres donde se presenten las innovaciones.

7.4 Estrategias con instituciones financieras.

Establecer estrategias pueden permitir la construcción de alianzas entre los restaurantes y las entidades financieras, a su vez agilizar los procesos de pago en cada una de las sucursales, garantizando la fidelización de los clientes mediante incentivos, como descuentos por la utilización de los medios de pago digitales disponibles en los restaurantes de comida rápida que ofrecen dichas entidades financieras.

7.4.1 Importancia de las estrategias con instituciones financieras.

La implementación de estrategias con entidades financieras es muy importante para los restaurantes ya que al ofrecer descuentos y promociones a sus clientes que utilizan los medios de pago digitales, están garantizando la lealtad y satisfacción de los consumidores que visitan los restaurantes de comida rápida. Además de simplificar los pagos y reducir el tiempo de espera de procesamiento de las transacciones financieras.

7.3.2 Justificación de las estrategias con instituciones financieras.

Al agilizar el procesamiento de las transacciones financieras en los restaurantes de comida rápida estableciendo estrategias con las entidades financieras se puede lograr la satisfacción de los clientes y asegurar la fidelización de estos, mediante los incentivos adquiridos por las alianzas estratégicas que a su vez fomentarán el aumento de las ventas en los diferentes restaurantes de comida rápida.

7.3.3 Objetivo las estrategias con instituciones financieras.

Objetivo General.

Establecer estrategias en colaboración con las instituciones financieras que agilicen los procesos de pago e implementación de descuentos a los clientes que utilicen los medios de pago

digitales, garantizando la lealtad y satisfacción de los consumidores, lo cual fomentará el aumento en sus ventas.

7.3.4 Desarrollo de la propuesta

Evaluar las necesidades:

- a. Revisar la infraestructura tecnológica de los restaurantes para determinar su capacidad de implementar o mejorar sistemas de pago digitales.
- b. Identificar oportunidades para formar alianzas entre restaurantes e instituciones financieras que beneficien a ambas partes.
- c. Explorar iniciativas en conjunto que promuevan el uso de medios de pago digitales.
- d. Evaluar de qué manera las instituciones financieras pueden trabajar junto tales como apoyo financiero para la compra de equipos tecnológicos para la aceptación de pagos digitales.

Seleccionar las entidades financieras:

Para establecer buenas estrategias es importante seleccionar entidades financieras dispuestas a negociar para obtener un bien común, impulsando el uso de los medios digitales de dichas entidades que les permita agilizar las transacciones financieras en los restaurantes de comida rápida, así como también ofrecer descuentos y promociones para aumentar las ventas en los restaurantes de comida rápida.

Establecer las condiciones:

Establecer acuerdos claros, donde se incluyan las condiciones de los productos y servicios que se ofrecen, y así garantizar que ambas partes comprendan sus derechos y obligaciones durante la ejecución de las estrategias.

Seguimiento de acuerdos:

Una vez implementada la estrategia con las instituciones financieras, es importante realizar un seguimiento continuo para mejorar los acuerdos establecidos según las circunstancias que van sucediendo según el mercado o las necesidades del proyecto o consumidores.

Programa de capacitación:

Crear capacitaciones hacia el personal de los restaurantes como de las instituciones financieras con actividades, materiales y contenidos para comprender como fusionar en cuanto a las alianzas estratégicas para atraer el consumo y pago de los clientes. Y así aumentar las ventas y transacciones por parte de los consumidores.

7.3.4 Canales de difusión de las estrategias con instituciones financieras.

- 1- Televisión:** por medio de anuncios comerciales, se les hará llegar a los consumidores las ofertas y descuentos a los que pueden optar si hacen sus comprar con las diferentes tarjetas de entidades financieras.
- 2- Radio:** por medio de comerciales auditivos, enviar el mensaje a los clientes que puede pagar con las diferentes plataformas financieras.

7.4 Cronograma de actividades sugeridas para el uso de medios de pago digitales.

DEPARTAMENTO RESPONSABLE	ACTIVIDADES	SEMANAS												
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Publicidad Informativa														
Marketing	Diseño de estrategias informativas	■												
	Elaboración de anuncios publicitarios		■											
	Campaña persuasiva a la utilización de los medios de pago digitales.			■										
	Difusión de la información estratégica			■	■									
Capacitación de personal														
Recursos humanos	Diseño de programa de capacitación	■												
	Introducción a la atención al cliente		■											
	Desarrollo de la comunicación efectiva		■											
	Gestión y resolución de conflictos relacionados con los medios de pago			■										
	Introducción de los medios y sistemas de pago digitales			■										
	Inducción sobre el procesamiento de pago.				■									
Modernización digital														
Administración	Análisis del entorno para la modernización digital	■	■											
	Evaluación de las opciones tecnológicas			■	■									
	Monitoreo de la modernización digital					■		■		■				
Marketing	Difusión para la modernización digital										■	■	■	■
Estrategias con instituciones financieras.														
Administración	Evaluar las necesidades para la implementación de las estrategias con las entidades financieras.	■	■											
Finanzas	Seleccionar las entidades financieras			■	■									
	Establecer las condiciones				■	■								
Jurídico	Seguimiento de acuerdos						■	■	■	■	■	■	■	■
Recursos humanos	Programa de capacitación										■	■	■	■
Marketing	difusión de las estrategias											■	■	■

Referencias.

- Alvarado., R. G. (2020). *Información del municipio*. Soyapango. Obtenido de <https://www.transparencia.gob.sv/institutions/alc-Soyapango/documents/354781/download>
- ASBA. (s.f.). *Educación Financiera*. Recuperado el 22 de Junio de 2024, de <https://www.asba-supervision.org/PEF/medios-de-pago/medios-de-pago.shtml>
- Banco Central de Reserva de El Salvador. (s.f.). Recuperado el 22 de Agosto de 2024, de <https://www.bcr.gob.sv/sistema-de-pagos-masivos/>
- Banco credomatic . (s.f.). *BAC*. Obtenido de <https://www.baccredomatic.com/es-sv/personas/banca-digital/kash>
- Barahona García, H. E. (2019). *ANÁLISIS DE FACTORES QUE INFLUYEN EN LA TOMA DE DECISIÓN*. LICENCIADO EN MERCADEO INTERNACIONAL, SAN SALVADOR. Obtenido de <https://repositorio.ues.edu.sv/items/231ca919-95c4-4758-ab9e-39c98757bdf7>
- Bastar, S. G. (2012). *Metodología de la investigación*. Red Tercer Milenio.
- CD-23/10, S. N. (2010). *Normas aprobadas por el Consejo Directivo de la Superintendencia, en sesión No. CD-23/10*. Superintendencia, del Sistema Financiero. Obtenido de https://www.ssf.gob.sv/html_docs/boletinesweb/bjunio2014/contenido/Normas/bancos/NPB4-45.pdf
- Constitución de la república de El Salvador. (16 de Diciembre de 1983). D.C. 38. El Salvador: Asamblea Constituyente; D.O 234, Tomo Número 281. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/leyes-y-decretos/view/3959>
- D. F. Trejos-Salazar, L. C.-A.-C. (2022). Tendencias en la investigación sobre seguridad. *Revista de Ingenierías Interfaces*.
- Decreto legislativo N° 248. (2022). *Reforma a la ley del sistema de tarjetas de crédito*. Diario oficial el salvador. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/07971A69-1F8E-4D5B-A7F2-A4BAA76C9FB4.pdf>
- Decreto Legislativo N° 697. (1999). *Ley de Bancos*. Diario Oficial de El Salvador. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/AE95E79C-CF33-4806-93B8-C7FE378D6197.pdf>
- Decreto legislativo N° 746. (1991). *Ley Organica del Banco Central de Reserva de El Salvador*. Diario Oficial de El Salvador. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/744DAD6C-7918-4004-9996-BC1048981227.pdf>

- Decreto Legislativo N° 776. (2005). *Ley de Protección al consumidor*. Diario Oficial de El Salvador. Obtenido de <https://www.asamblea.gob.sv/sites/default/files/documents/decretos/A9FF9667-4147-46A6-A70E-2A1F3B581A51.pdf>
- Díaz Sanjuan, L. (2010). *La Observación*. Mexico: Universidad Autónoma de México. Obtenido de https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf
- Fernández, A., M. N. (2021). *Diseño de un sistema de trazabilidad aplicable a una cadena de restaurantes de comida rápida*. Trabajo de graduación de licenciatura, Universidad de El Salvador. Obtenido de <https://repositorio.ues.edu.sv/server/api/core/bitstreams/ff022492-7a12-47d5-a88a-1f6496ff645d/content>
- Financiero, L. O. (2010). *Normas para la seguridad física de los cajeros automáticos*. Obtenido de https://ssf.gob.sv/html_docs/boletinesweb/bjunio2014/contenido/Normas/bancos/NPB4-45.pdf
- Galán Figueroa, J., & Venegas Martínez, F. (2016). *Impacto de los medios electrónicos de pago sobre la demanda de dinero*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16672016000100093
- Gazpar, X. C., & Ortiz Zarco, E. (1978). *Medios de pago internacional*. Mexico: UAEH. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/divulgare/article/view/https%3Adoi.org%2F10.29057esa.v11iEspecial.11355/10558>
- KOTLER, P. Y. (2012). *Dirección de Marketing*. PEARSON EDUCACIÓN.
- La prensa gráfica . (27 de Marzo de 2021). *Lanza primera FinTech en El Salvador: La app Teip va a facilitar los pagos móviles en el país*. Obtenido de <https://www.laprensagrafica.com/economia/Lanzan-primera-fintech-en-El-Salvador-App-Teip-facilita-pagos-de-forma-digital-20210327-0025.html>
- Libro Blanco Medios de pago en México*. (2022). México: Asociación mexicana de venta online. Recuperado el 29 de Agosto de 2024, de <https://www.finvero.com/assets/docs/Libro%20Blanco%20E2%80%9320Medios%20de%20Pago.pdf>
- Martín, J. d. (19 de Marzo de 2023). *Consumoteca*. Obtenido de Medio de Pago: <https://www.consumoteca.com/economia-familiar/medio-de-pago/>
- Martínez, W. A. (18 de Agosto de 2021). Prehistoria monetaria de El Salvador. *FACTum*. Recuperado el 7 de Septiembre de 2024, de <https://www.revistafactum.com/prehistoria-monetaria-el-salvador/>

- Menjívar, F. J., Montalvo, D. E., & Osorio, A. J. (2022). *GESTIÓN DE RIESGO DE FRAUDE EN LAS OPERACIONES REALIZADAS*. Trabajo de investigación, Universidad de El Salvador, San Salvador, San Salvador. Obtenido de <https://repositorio.ues.edu.sv/server/api/core/bitstreams/53c6c69e-9113-4718-90ab-12a77e25c86f/content>
- Ministerio de Educación. (1994). *Historia de El Salvador* (Vol. Tomo 1). San Salvador. Obtenido de https://www.mined.gob.sv/descarga/cipotes/historia_ESA_TomoI_0_.pdf
- Núñez, C. B., Morales, E. B., & Zepeda, G. A. (2020). *ANÁLISIS SOBRE EL USO DE PASARELAS DE PAGO EN EL COMERCIO*. LICENCIADO(A) EN MERCADEO INTERNACIONAL, San Salvador. Obtenido de <https://repositorio.ues.edu.sv/server/api/core/bitstreams/cbdc1a2d-97d5-434e-8155-1d1bf8c12535/content>
- Observatorio eCommerce & Transformación Digital . (2015). *Libro blanco de innovación en medios de pago para eCommerce*. Actualmente se presenta como una alternativa consolidada en las formas de pago online a nivel internacional. El comprador utiliza la plataforma como una cartera digital, considerándolo un método seguro y sencillo, mientras que el vendedor percibe como. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/biblioues/122032>
- Observatorio eCommerce; Transformación Digital. (2015). *Libro blanco de innovación en medios de pago para ecommerce*. España: Observatorio eCommerce. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/biblioues/122032>
- Payment Media. (25 de Julio de 2019). *El Salvador: Banco Agrícola lanza transferencias con código QR*. Obtenido de <https://www.Paymentmedia.com/news-4434-el-salvador-banco-agricola-lanza-transferencias-con-codigo-QR.html>
- Perez, A. (12 de Febrero de 2019). *Medios de pago: historia y evolución de todos los métodos*. Obtenido de Directivos y Empresas: <https://www.directivosyempresas.com/empresas/reportajes/medios-de-pago-historia-y-evolucion/>
- PwC, e. I. (2015). *Los medios de pago, un paisaje en movimiento*. Madrid. Obtenido de <https://www.pwc.es/es/publicaciones/financiero-seguros/assets/medios-pago-paisaje-movimiento.pdf>
- Ruralvía, Blog. (7 de Febrero de 2022). *¿Ha muerto el cheque? Todo lo que debes saber sobre este método de pago*. Obtenido de Blog Ruralvía: <https://blog.ruralvia.com/historia-cheque-errores-comunes-de-este-metodo-de-pago/>
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la investigación* (Vol. 6a edición). México: Mc Graw Hill Education.
- Schiffman, L. G. (2010). *Comportamiento del consumidor*. Mexico: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

- Sonora, I. T. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. *El buzón de Pacioli*, 7.
- TioPay. (s.f.). *TiloPay*. Obtenido de <https://tiloPay.com/sobre-tiloPay>
- Valladares, C. J., & Castro, L. C. (2003). *SERVICIO AL CLIENTE, COMO ESTRATEGIA PARA GENERAR LEALTAD*. Nueva San Salvador. Obtenido de <https://webquery.ujmd.edu.sv/siab/bvirtual/Fulltext/ADCS0000761/C4.pdf>
- Villacrés, E. F., Pilco, M. H., & Haro., P. P. (2015). El uso de las tarjetas de crédito y débito en la sociedad actual. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/caribe/2015/08/tarjetas-credito.html>
- VISA. (s.f.). *hugo incursiona en pagos digitales en histórica alianza con Visa*. Obtenido de <https://www.visa.com.sv/acerca-de-visa/sala-de-noticias/notas-de-prensa/visa-everywhere-initiative-ganador-2020.html#:~:text=hugoPay%20arrancar%C3%A1%20en%20su%20primera%20etapa%20en%20el%20transcurso%20de,2022%20el%20resto%20de%20ellos>.
- Zeledon, A. c., & Coreno, N. B. (2024). *Principales Medios de Pago en El Salvador y la tendencia hacia la innovación*. San Salvador: Banco Central de Reserva de El Salvador. Obtenido de <https://www.bcr.gob.sv/documental/Inicio/vista/6167f0a230ab0f7cb4e2d0c3957c9cce.pdf>

Anexos

Anexo 1.

Glosario de términos.

Aplicaciones de pago móvil: Contiene la información de las tarjetas de crédito o débito de los usuarios que permiten pagar bienes o servicios de forma virtual.

Consumidor: Persona o individuo que adquiere un bien o servicio de quien lo fabrica o comercia.

Crédito: Préstamo que un prestamista o entidad financiera otorga, obligando al prestatario garantizar su devolución y pagar un interés por aprovecharlo.

Cuenta corriente: Es un acuerdo entre un individuo y una entidad financiera mediante el cual el individuo deposita su dinero.

Descuentos: Reducción de una cantidad, por lo general el precio de un producto o servicio.

Eficiencia: Es la capacidad para realizar o lograr una función aplicando los medios óptimos posibles

Fintech: Agentes de cambio que permiten impulsar nuevas estrategias de inclusión financiera.

Intereses: Es un índice que se utiliza para medir la rentabilidad de un préstamo, crédito, inversiones o ahorros.

Pagos digitales: Es la transferencia de dinero o moneda digital de una cuenta a otra mediante el uso de la tecnología digital. También se le conoce como pagos electrónicos.

Pago sin contacto: Es un sistema que permite pagar mediante una tecnología de radiofrecuencia que esta incorporadas en las tarjetas de crédito o débito, celulares u otros dispositivos.

Promociones: Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o para incrementar sus ventas.

Sistemas de pago: Un sistema de pagos es un conjunto de instrumentos, procedimientos bancarios y, por lo general, sistemas interbancarios de transferencia de fondos que aseguran la circulación del dinero.

Anexo 2.

Lista de cotejo

Nombre del Restaurante: _____**Ubicación:** _____**Fecha:** _____ **Hora:** _____

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.			
3	Uso de tarjetas crédito.			
3	Uso de tarjetas prepago.			
4	Uso de tarjetas virtuales.			
5	Uso de tarjetas de regalo.			
6	Uso de transferencias 365.			
7	Uso de transferencias 365 móvil.			
8	Uso de UNI			
9	Uso de Google Pay			
10	Uso de Apple Pay			
11	Uso de PayPal			
12	Uso de Pagadito.			
13	Uso de Wompi.			
14	Uso de Hugo Pay.			

15	Uso de Teip.			
16	Uso de Kash.			
17	Uso de TiloPay.			
18	Uso de N1co.			
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.			
20	Uso de Smartwatch Pay			
21	Aceptación de pago con Bitcoin.			
22	POS para tarjeta de crédito			
23	POS para tarjeta de débito			
24	Aceptación de pagos mixtos.			

Anexo 3.

Guía de entrevista estructurada.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: _____

Ubicación: _____

Cargo del entrevistado: _____

Realizado por: _____ **Fecha:** ____/____/____

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?
2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?
3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales?
4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?
5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital?
6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales?
7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales?
8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales?

Anexo 4.

Lista de cotejo 1 Pizza Hut.

Nombre del Restaurante: Pizza Hut**Ubicación:** Plaza mundo Soyapango**Fecha:** 26/10/26**Hora:** 10:25

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito ya que es uno de los más utilizados por los clientes.
3	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.	X		No se observó uso de tarjetas virtuales sin embargo si aceptan pagos con este tipo de tarjetas.
5	Uso de tarjetas de regalo.	X		Se observó que aceptan certificados de regalo, estos no son plastificados, pero son aceptados como medio de pago.
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito
13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi

14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay
15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de Tilo Pay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.	X		Si se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR ya que nos comentaron que presentan muchas fallas.
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.	X		Si se observó uso de Bitcoin
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de debito
24	Aceptación de pagos mixtos o combinados (parte en efectivo y parte de forma digital).	X		Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 5.

Lista de cotejo 2 Pollo Campero.

Nombre del Restaurante: Pollo Campero**Ubicación:** Plaza mundo Soyapango**Fecha:** 26/10/26**Hora:** 11:17

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito ya que es uno de los más utilizados por los clientes.
3	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito.
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago.
4	Uso de tarjetas virtuales.		X	No se observó uso de tarjetas virtuales sin embargo si aceptan pagos con este tipo de tarjetas.
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	No se observó uso de tarjetas de regalo.
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso transferencias 365.
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso transferencias 365 móvil.
8	Uso de UNI		X	No se observó uso transferencias UNI.
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay.
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso Apple Pay.
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal.
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito.
13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi.
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay.

15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip.
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash.
17	Uso de Tilo Pay.		X	No se observó uso de Pay.
18	Uso de N1co.	X		Si se observó uso de N1co.
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR.
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch.
21	Aceptación de pago con Bitcoin.		X	No se observó uso de Bitcoin.
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito.
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de débito.
24	Aceptación de pagos mixtos o combinados (parte en efectivo y parte de forma digital).	X		Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 6.

Lista de cotejo 3 Bufalo Wings.

Nombre del Restaurante:

Bufalo Wings

Ubicación:

Plaza mundo Soyapango

Fecha: 26/10/26**Hora:** 11:40

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito ya que es uno de los más utilizados por los clientes.
3	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.		X	No se observó uso de tarjetas virtuales sin embargo si aceptan pagos con este tipo de tarjetas.
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	No se observó uso de tarjetas de regalo
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito
13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay

15	Uso de Teip.	X		Si se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de Tilo Pay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.	X		Si se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR.
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.		X	No se observó uso de Bitcoin.
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de debito
24	Aceptación de pagos mixtos o combinados (parte en efectivo y parte de forma digital).		X	Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 7.

Lista de cotejo 4 McDonald's.

Nombre del Restaurante: McDonald's**Ubicación:** Plaza mundo Soyapango**Fecha:** 26/10/26**Hora:** 10:54

Nº	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito, siendo uno de los principales medios de pago.
2	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.	X		Se observó uso de tarjetas virtuales
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	No se observó uso de tarjetas de regalo
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso de transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso de transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso de transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso de Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito

13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay
15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de Tilo Pay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.	X		Si se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR.
20	Uso de Smartwatch Pay	X		Si se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.		X	No se observó uso de Bitcoin.
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de débito
24	Aceptación de pagos mixtos o combinados (parte en efectivo y parte de forma digital).	X		Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 8.

Lista de cotejo 5 Quiznos.

Nombre del Restaurante:

Quiznos

Ubicación:

Plaza mundo Soyapango

Fecha: 26/10/26**Hora:** 11:30

Nº	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito, siendo uno de los principales medios de pago.
2	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.	X		Se observó uso de tarjetas virtuales
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	No se observó uso de tarjetas de regalo
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso de transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso de transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso de transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso de Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito

13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay
15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de Tilo Pay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.	X		Si se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.	X		Se observó uso de código QR.
20	Uso de Smartwatch Pay	X		Si se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.		X	No se observó uso de Bitcoin.
22	POS para tarjeta de crédito		X	Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito		X	Si se observó que poseen POS para las tarjetas de débito
24	Aceptación de pagos mixtos o combinados (parte en efectivo y parte de forma digital).		X	Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 9.

Lista de cotejo 6 China Wock.

Nombre del Restaurante: China Wok**Ubicación:** Plaza Venecia**Fecha:** 27/10/26**Hora:** 14:02

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito, siendo uno de los principales medios de pago.
2	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.	X		Se observó uso de tarjetas virtuales
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	No se observó uso de tarjetas de regalo
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso de transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso de transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso de transferencias UNI
9	Uso de Google Pay	X		Se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay	X		Se observó uso de Apple Pay
11	Uso de PayPal	X		Se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito

13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay
15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de Tilo Pay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.	X		Si se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR.
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.	X		Si se observó uso de Bitcoin.
22	POS para tarjeta de crédito		X	Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito		X	Si se observó que poseen POS para las tarjetas de débito
24	Aceptación de pagos mixtos o combinados (parte en efectivo y parte de forma digital).		X	Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 10.

Lista de cotejo 7 Wendy's.

Nombre del Restaurante:

Wendy's

Ubicación:

Plaza Mundo Soyapango

Fecha: 27/10/2024**Hora:** 9:30am

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito ya que es uno de los más utilizados por los clientes.
3	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.		X	No se observó uso de tarjetas virtuales sin embargo si aceptan pagos con este tipo de tarjetas.
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	Se observó que aceptan certificados de regalo, estos no son plastificados, pero son aceptados como medio de pago.
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito
13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay

15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de TiloPay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.		X	No se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.	X		Si se observó uso de Bitcoin
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de debito
24	Aceptación de pagos mixtos.	X		Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 11.

Lista de cotejo 8 Pollo Campestre.

Nombre del Restaurante:

Pollo Campestre

Ubicación:

Plaza Mundo Soyapango

Fecha: 27/10/2024**Hora:** 10:45am

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito ya que es uno de los más utilizados por los clientes.
3	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.		X	No se observó uso de tarjetas virtuales
5	Uso de tarjetas de regalo.	X		Se observó que aceptan certificados de regalo, estos no son plastificados, pero son aceptados como medio de pago.
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito
13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay

15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de TiloPay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.		X	No se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.	X		Si se observó uso de Bitcoin
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de debito
24	Aceptación de pagos mixtos.	X		Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 12.

Lista de cotejo 9 Papa John's.

Nombre del Restaurante:

Papa John's

Ubicación:

Plaza Mundo Soyapango

Fecha: 27/10/2024**Hora:** 11:15am

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito
3	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.		X	No se observó uso de tarjetas virtuales
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	No se observó que aceptan certificados de regalo.
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X X	No se observó uso Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito
13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay
15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash

17	Uso de TiloPay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.		X	No se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.	X		Si se observó uso de Bitcoin
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de debito
24	Aceptación de pagos mixtos.	X		Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 13.

Lista de cotejo 10 KFC.

Nombre del Restaurante:

KFC

Ubicación:

Plaza Mundo Soyapango

Fecha: 27/10/2024**Hora:** 1:32pm

N°	Criterios	Si	No	Observaciones / comentario
1	Uso de tarjetas débito.	X		Se observó uso de tarjetas de débito ya que es uno de los más utilizados por los clientes.
3	Uso de tarjetas crédito.	X		Se observó uso de tarjetas de crédito
3	Uso de tarjetas prepago.		X	No se observó uso de tarjetas prepago
4	Uso de tarjetas virtuales.		X	No se observó uso de tarjetas virtuales sin embargo si aceptan pagos con este tipo de tarjetas.
5	Uso de tarjetas de regalo.		X	No se observó uso de tarjetas de regalo.
6	Uso de transferencias 365.		X	No se observó uso transferencias 365
7	Uso de transferencias 365 móvil.		X	No se observó uso transferencias 365 móvil
8	Uso de UNI		X	No se observó uso transferencias UNI
9	Uso de Google Pay		X	No se observó uso de google Pay
10	Uso de Apple Pay		X	No se observó uso Apple Pay
11	Uso de PayPal		X	No se observó uso Paypal
12	Uso de Pagadito.		X	No se observó uso de Pagadito
13	Uso de Wompi.		X	No se observó uso de Wompi
14	Uso de Hugo Pay.		X	No se observó uso de Hugo Pay

15	Uso de Teip.		X	No se observó uso de Teip
16	Uso de Kash.		X	No se observó uso de Kash
17	Uso de TiloPay.		X	No se observó uso de Pay
18	Uso de N1co.		X	No se observó uso de N1co
19	Uso de Código QR para transferencias electrónicas.		X	No se observó uso de código QR
20	Uso de Smartwatch Pay		X	No se observó uso de Smartwatch
21	Aceptación de pago con Bitcoin.	X		Si se observó uso de Bitcoin
22	POS para tarjeta de crédito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de Crédito
23	POS para tarjeta de débito	X		Si se observó que poseen POS para las tarjetas de debito
24	Aceptación de pagos mixtos.	X		Si aceptan pagos mixtos en el restaurante.

Anexo 14.

Entrevista 1 Pizza Hut.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: Pizza Hut

Ubicación: Plaza mundo Soyapango

Cargo del entrevistado: Supervisor

Realizado por: Elba Isabel Espinoza Chávez

Fecha: 26/10/24

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Chivo wallet, Pos credomatic, cheques, certificados de regalo, efectivo

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?

POS, Efectivo,

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales? Rapidez en los pagos, Fallos en los sistemas de los bancos

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?

No, ya que contamos descuentos fijos.

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? La mejor opción es el POS

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales? Si, Capacitamos al personal ante fallos en los sistemas, aunque es raro que esto pase.

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales?

Si, ya que está más actualizado ya que los clientes poseen sus tarjetas en sus teléfonos

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? No poseen un proceso ya que el POS es el medio más seguro de pago.

Anexo 15.

Entrevista 2 Pollo Campero.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: Pollo Campero

Ubicación: Plaza mundo Soyapango

Cargo del entrevistado: Cajero

Realizado por: Elba Isabel Espinoza Chávez

Fecha: 26/10/24

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Pagos en efectivo y POS

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?

Efectivo

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales? La ventaja como consumidor es que no llevo efectivo en mi cartera y ante robos solo llamo al banco para que bloqueen las tarjetas y desventaja problemas con los bancos, fallos de conexión

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos? NO.

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? Efectivo por el mismo motivo del problema con los bancos

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales? Si

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si.

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? No, ya que desde la pandemia se trabaja con pagos sin contacto.

Anexo 16.
Entrevista 3 Bufalo Wings.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: Bufalo Wings
Ubicación: Plaza mundo Soyapango
Cargo del entrevistado: Mesero
Realizado por: Elba Isabel Espinoza Chávez **Fecha:** 26/10/24

- 1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?**
Efectivo, POS
- 2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?** POS
- 3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales?** La ventaja es en la facilidad de pagos y la desventaja fallos en los sistemas.
- 4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?** No,
- 5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital?** POS ya que el pago es exacto.
- 6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales?** Si.
- 7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales?** Si
- 8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales?** Si.

Anexo 17.

Entrevista 4 McDonald's.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: McDonald's

Ubicación: Plaza Mundo, Soyapango

Cargo del entrevistado: Cajera

Realizado por: Glenda Ivette Marroquin Sandoval

Fecha: 26/10/2024

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Efectivo, POS

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan? Tarjeta de crédito y débito.

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales? La ventaja es la efectividad al realizar el cobro y la desventaja cuando hay fallos en el sistema.

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos? si

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? POS

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los medios digitales? No

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? No

Anexo 18.
Entrevista 5 Quiznos.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: Quiznos

Ubicación: Plaza Mundo, Soyapango

Cargo del entrevistado: Cajero

Realizado por: Glenda Ivette Marroquin Sandoval

Fecha: 26/10/2024

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Efectivo, POS, QR

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan? Efectivo

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago

digitales? La ventaja es la rapidez y la desventaja son los fallos en los sistemas.

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos? Si

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? POS

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los medios digitales? Si

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? Si

Anexo 19.

Entrevista 6 China Wock.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: China Wock

Ubicación: Plaza Venecia

Cargo del entrevistado: Supervisor

Realizado por: Glenda Ivette Marroquin Sandoval

Fecha: 27/10/2024

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Efectivo, POS, Tarjetas Virtuales

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan? POS

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales? La ventaja es que cuando no se carga efectivo las tarjetas pueden cubrir el costo, la desventaja cuando hay fallos en el sistema.

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos? No

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? POS

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los medios digitales? Si

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? Si

Anexo 20.
Entrevista 7 Wendy's.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: Wendy's

Ubicación: Plaza Mundo Soyapango

Cargo del entrevistado: Cajero

Realizado por: Sara Isabel Flamenco Márquez

Fecha: 27/10/24

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

POS Cuscatlán y efectivo.

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?

Tarjetas de débito y crédito y el efectivo.

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales?

Ventaja: La rapidez del cobro Desventaja: Fallo en el sistema POS

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos? Si

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? Por medio de tarjeta (POS)

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales? Si

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? No, no hay contacto directo.

Anexo 21.

Entrevista 8 Pollo Campestre.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: Pollo Campestre

Ubicación: Plaza Mundo Soyapango

Cargo del entrevistado: Cajero

Realizado por: Sara Isabel Flamenco Márquez

Fecha: 27/10/24

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Chivo Wallet, Tarjetas de Regalo, POS electrónico y efectivo.

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?

Efectivo y Tarjetas de Débito y crédito.

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales? Pagos más rápidos.

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?

Si, los bancos brindan esos descuentos.

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? El POS

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales? Si

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? Si

Anexo 22.

Entrevista 9 Papa John's.

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.**

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: Papa John's

Ubicación: Plaza Mundo Soyapango

Cargo del entrevistado: Cajera

Realizado por: Sara Isabel Flamenco Márquez

Fecha: 27/10/24

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Chivo Wallet, Bitcoin, POS y efectivo.

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?

POS electrónico y efectivo.

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales? Pagos más fácil y rápido.

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?

No, solo a precio regular a excepción de promociones del día que aplica cualquier forma de pago

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? POS

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales? Si

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? No, todo es cero contactos.

Anexo 23.
Entrevista 10 KFC.

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

Guía de entrevista estructurada dirigida a los empleados de los restaurantes de comida rápida que trabajan directamente en la atención de los consumidores al momento de utilizar los medios de pagos digitales

Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.

Nombre del Restaurante: KFC

Ubicación: Plaza Mundo Soyapango

Cargo del entrevistado: Cajero

Realizado por: Sara Isabel Flamenco Márquez **Fecha:** 27/10/24

1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?

Código QR, POS y Efectivo.

2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?

Tarjetas de débito y crédito.

3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales? Pagos rápidos y seguros

4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos? No

5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital? POS electrónico.

6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales? Si

7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales? Si

8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales? No

Anexo 24.

Entrevista sobre los medios de pago digitales utilizados en los restaurantes de comida rápida.

Tema de investigación: Principales medios de pago digitales utilizados por los restaurantes de comida rápida del distrito de Soyapango					
Objetivo: Conocer las opiniones y experiencias de los empleados sobre el uso de los medios de pago digitales en los restaurantes de comida rápida donde laboran, para así comprender desde su perspectiva las preferencias de los consumidores.					
Preguntas	Respuestas				
	Pollo Campero Cajero	McDonald's Cajera	China Wok Supervisor	Papa John's Cajero	Wendy's Cajera
1. ¿Cuáles son los tipos de medios de pago digitales que se aceptan en esta sucursal?	Pagos en efectivo y POS	Efectivo, POS	Efectivo, POS, Tarjetas Virtuales.	Chivo Wallet, Bitcoin, POS y efectivo.	POS Cuscatlán y efectivo.
2. ¿Cuál es el medio de pago digital más utilizado por los clientes que los visitan?	Efectivo	Tarjeta de crédito y débito.	POS.	POS electrónico y efectivo.	Tarjetas de débito y crédito y el efectivo.
3. ¿Cuáles son las ventajas y desventajas que observa al utilizar los medios de pago digitales?	La ventaja como consumidor es que no llevo efectivo en mi cartera y ante robos solo llamo al banco para que bloqueen las tarjetas y desventaja problemas con los	La ventaja es la efectividad al realizar el cobro y la desventaja cuando hay fallos en el sistema.	La ventaja es que cuando no se carga efectivo las tarjetas pueden cubrir el costo, la desventaja cuando hay fallos en el sistema.	Pagos más fácil y rápido.	Ventaja: La rapidez del cobro Desventaja: Fallo en el sistema POS desventaja fallos en los sistemas.

	bancos, fallos de conexión				
4. Al utilizar los medios de pago digitales ¿Ofrecen promociones o descuentos?	NO.	Si.	No.	No, solo a precio regular a excepción de promociones del día que aplica cualquier forma de pago	Si.
5. Desde su experiencia ¿Cuál considera que es la mejor opción para realizar los pagos de forma digital?	Efectivo por el mismo motivo del problema con los bancos.	POS.	POS	POS.	Por medio de tarjeta (POS)
6. ¿Reciben capacitación para ayudar a los clientes ante fallos de los sistemas utilizados por los medios digitales?	Si, Capacitamos al personal ante fallos en los sistemas, aunque es raro que esto pase.	No.	Si.	Si.	Si.
7. ¿Recomienda la utilización de los medios de pago digitales?	Si.	Si.	Si	Si.	Si.
8. ¿Poseen algún procedimiento de seguridad para proteger los datos de los clientes que utilizan medios de pago digitales?	No, ya que desde la pandemia se trabaja con pagos sin contacto.	No.	Si.	No, todo es cero contactos.	No, no hay contacto directo.