



CAPITULO 7

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIÓN

El mercado de tarjetas de crédito del país consta de cuatro millones y medio de tarjetas emitidas que mantienen un crecimiento anual del 30% según la tendencia, este crecimiento a su vez ha permitido la proliferación de bandas delincuenciales dedicadas al fraude con tarjeta de crédito.

RECOMENDACIÓN

Seguricard S.A. debe fortalecer el sistema de monitoreo de riesgo de manera integral concentrándose en los procesos de análisis, de prevención, de detección y en la calidad de educación que debe entregar al cliente. Para lograr este fortalecimiento puede utilizar a la herramienta de marketing y la difusión del servicio como aliada.

CONCLUSIÓN

A pesar de que los tarjetahabientes y los establecimientos tienen conocimiento sobre el fraude con tarjeta de crédito, solo un porcentaje menor al 10% de estos ha sido debidamente informado por una institución operadora de tarjetas de crédito, mientras que el resto basa su conocimiento en notificaciones de prensa y en rumores.

RECOMENDACIÓN

Seguricard S.A. debe concentrar la difusión del servicio de monitoreo de riesgo y prevención de fraudes en adecuadas capacitaciones y estrategias de información a sus clientes tarjetahabientes y establecimientos, estas capacitaciones deben ser evaluadas sistemáticamente para poder alcanzar niveles óptimos de



conocimiento con respecto a la prevención de fraudes que tiene el usuario de la tarjeta de crédito.

CONCLUSIÓN

El país se encuentra atravesando una situación política inestable debido principalmente a la elección y formación de una nueva asamblea constituyente, esta situación conlleva un decremento en la actividad comercial del mercado y a su vez una restricción preventiva de los recursos económicos de las personas.

RECOMENDACIÓN

Seguricard S.A. debe permanecer alerta a los cambios del ambiente macroeconómico del país y tomar desde ya medidas preventivas considerando futuros escenarios pesimistas que puede conllevar la nueva asamblea.

CONCLUSIÓN

Las operadoras de tarjetas de crédito realizan sus actividades en el mercado ecuatoriano a sabiendas de que son susceptibles de ser objeto de fraude y no contar con la protección o el amparo de una ley regulatoria que contemple este delito.

RECOMENDACIÓN

Es necesario llevar al Congreso Nacional una propuesta de ley para tarjeta de crédito, que reconozca a este documento como un documento público. SEGURICARD S.A. debe ser la entidad pionera en la organización y ejecución del proceso, invitando a las demás entidades del sector y demostrando así su calidad de líder.

CONCLUSIÓN

El mercado de tarjetas de crédito del país mantiene altos niveles de competitividad entre las diferentes entidades que operan con tarjeta de crédito;



esta competitividad se ve reflejada en el continuo ofrecimiento de promociones, descuentos, convenios, y ofertas de servicios que cada una de las entidades promociona en afán de ganar más mercado

RECOMENDACIÓN

SEGURICARD S.A. debe cuidar su participación en el mercado y a la vez ganar más segmentos del mismo mediante la oferta de servicios que únicamente pueden ser ofertados por esta empresa, debido al tamaño de la misma y a la posición que actualmente tiene en el mercado; una clara opción de servicio exclusivo, diferente, y que genere valor agregado es el servicio de seguridad y prevención de fraudes, este debe ser difundido de manera adecuada por la organización.

CONCLUSIÓN

La presente propuesta ha determinado un plan operativo de difusión con un costo de \$212.900,00 USD, equivalente al 0,01% de las ventas anuales, del cual el análisis costo-beneficio da como resultado un crecimiento de las ventas del 2.6%.

RECOMENDACIÓN

El proyecto de la propuesta del plan de marketing para la difusión del servicio de monitoreo de riesgo y prevención de fraudes debe ser aplicado por SEGURICARD S.A.

