

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
PROGRAMA DE ESTUDIO DE CONTABILIDAD



**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PÚBLICO**

**“Fintech de medio de pago y su incidencia en los ingresos de las Mypes del Distrito
Veintiséis de Octubre-2022”**

Línea de investigación:

Finanzas

Autores:

Mendoza Arica, David Pamar.

Merino Saavedra, Carlos Antonio.

Jurado evaluador:

Presidente: Jurado Rosas Adolfo Antonor

Secretario: Navarro Curay Jossely Isabel

Vocal: Gallardo Zapata Jorge Edmundo

Asesora:

García Mandamientos, Edme Martha

Código Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-0012-652X>

Piura- Perú

2023

Fecha de sustentación:2023/12/20

Fintech de medio de pago y su incidencia en los ingresos de las Mypes del Distrito Veintiséis de Octubre-2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
2	legal.legis.com.co Fuente de Internet	1%
3	assets.ey.com Fuente de Internet	1%
4	www.acvenisproh.com Fuente de Internet	1%
5	www.comexperu.org.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%

Excluir citas Activo

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía Activo

Excluir bibliografía Activo

MG. Edme Martha Garcia Mandamientos
Asesor
ID 000270203

Declaración de Originalidad

Yo, *García Mandamientos Edme Martha* docente del Programa de Estudio de Contabilidad, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación “*Fintech de medio de pago y su incidencia en los ingresos de las Mypes del Distrito Veintiséis de Octubre-2022.*”, autores *Mendoza Arica David Pamar* y *Merino Saavedra Carlos Antonio*, dejo en constancia lo siguiente:

- *El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 7%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el (26/12/2023).*
- *He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.*
- *Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.*

Piura, 26 de diciembre del 2023

García Mandamientos Edme Martha

DNI: 02896315

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0012-652X>

FIRMA:



Merino Saavedra Carlos Antonio

DNI: 72373804

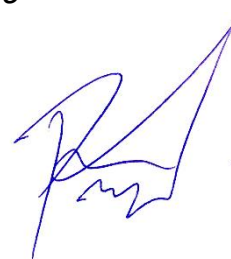
FIRMA:



Mendoza Arica David Pamar

DNI: 73198566

FIRMA:



PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grafos y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: "Fintech de medio de pago y su incidencia en los ingresos de las Mypes del Distrito Veintiséis de Octubre-2022.",

Desarrollado con el fin de obtener el título de Contador Público. El objetivo principal es Determinar la incidencia entre las Fintech de medio de pago y los ingresos de las Mypes del Distrito Veintiséis de Octubre-2022.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Mendoza Arica, David Pamar.



Br. Merino Saavedra Carlos Antonio.

DEDICATORIA

Dedico esta investigación a Dios, mis padres y mis hermanos quienes siempre me brindaron su apoyo a lo largo de mi formación profesional y personal.

Merino Saavedra Carlos Antonio

A mi abuela y a mi padre, que siempre se esforzaron por mi crecimiento personal, y ahora desde el cielo cuidan mi camino. A mi madre por su comprensión infinita.

Mendoza Arica David Pamar

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darnos las fortalezas necesarias para haber llegado hasta este momento, dándonos la sabiduría y perseverancia que nos han permitido la realización de esta investigación.

A nuestros padres por brindarnos su apoyo incondicional durante nuestra formación universitaria.

A nuestra asesora Edme García Mandamientos por guiarnos en el desarrollo de la presente tesis.

Nuestro sincero agradecimiento al profesor Adolfo Jurado Rosas por brindarnos su apoyo incondicional, dedicar su tiempo y compartir sus vastos conocimientos durante todo el proceso de investigación.

Los Autores

RESUMEN

La presente investigación se centró en estudiar la relación entre las Fintech de medio de pago y los ingresos de las MYPEs del distrito de Veintiséis de Octubre durante el año 2022. Se emplearon métodos cuantitativos para recolectar datos de una muestra representativa de MYPEs. La investigación desarrollada es de tipo básica, de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental transversal y de nivel o alcance correlacional. Empleado como técnica de recolección de datos la encuesta y como instrumento el cuestionario, realizándose sobre una muestra de 370 MYPEs del distrito de Veintiséis de Octubre. Los resultados revelaron una incidencia positiva entre los dos factores donde el coeficiente de correlación de Spearman es de 0754, lo que significa que las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las micro y pequeñas empresas. Esto demuestra cómo la adopción de tecnología digital y la innovación pueden actuar como catalizadores de cambio para las MYPEs. Incorporar fintech puede no solo potenciar la eficiencia en las operaciones cotidianas, sino también desbloquear nuevas oportunidades al facilitar el acceso a mercados inexplorados y mejorar la experiencia del cliente. Esto puede resultar en un crecimiento empresarial significativo, evidenciando así el valor inmenso que las Fintech pueden aportar a las MYPEs en la economía actual.

Palabras claves: Fintech, medio de pago, MYPEs, ingresos, clientes.

ABSTRACT

The present research focused on studying the relationship between payment medium Fintechs and the revenues of MSEs in the district of Veintiséis de Octubre during the year 2022. Quantitative methods were used to collect data from a representative sample of MSEs. The research developed is of a basic type, quantitative approach, with a non-experimental cross-sectional design and correlational level or scope. The survey was used as a data collection technique and the questionnaire as an instrument, carried out on a sample of 370 MSEs in the district of Veintiséis de Octubre. The results revealed a positive incidence between the two factors where the Spearman correlation coefficient is 0754, which means that the Fintech means of payment have an impact on the income of micro and small enterprises. This demonstrates how digital technology adoption and innovation can act as catalysts of change for MSEs. Incorporating fintech can not only boost efficiency in day-to-day operations, but also unlock new opportunities by facilitating access to unexplored markets and improving customer experience. This can result in significant business growth, evidencing the immense value that fintech can bring to MSEs in today's economy.

Keywords: Payment Fintech, MSEs, revenue, income, customers.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	ix
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
I INTRODUCCIÓN	14
1.1. Formulación del Problema	14
1.1.1. Realidad Problemática.....	14
1.1.2. Enunciado del Problema	17
1.2. Objetivos	18
1.2.1. Objetivo general.....	18
1.2.2. Objetivos Específicos.....	18
1.3. Justificación de la investigación	19
1.3.1. Teórica	19
1.3.2. Metodológica	19
1.3.3. Práctica	19
1.3.4. Social.....	20
II MARCO DE REFERENCIA	20
2.1. Antecedentes del estudio	20
2.2.1. En el Ámbito Internacional	20
2.2.2. En el Ámbito Nacional	23
2.2.3. En el Ámbito Regional	25
2.2.4. En el Ámbito Local	27
2.2. Marco teórico.....	27
2.2.1 Fintech.....	27
2.2.2. Ingresos	41
2.3 Marco Conceptual.....	55
2.4. Sistema de Hipótesis.	57
2.4.1. Hipótesis General.....	57
2.4.2. Hipótesis Específicas.....	57

2.5. Variables e indicadores.....	57
III MATERIALES Y MÉTODOS	60
3.1. Material.....	60
3.1.1. Población	60
3.1. 2. Marco de muestreo	60
3.1.3 Unidad de análisis	60
3.1.4 Muestra	60
3.2. Métodos.....	60
3.2.1. Diseño de contrastación.....	60
3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos.....	62
3.2.2.1. Técnicas	62
3.2.2.2. Instrumentos	62
3.2.3. Procesamiento y análisis de datos	63
IV. REPRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	64
4.1. Presentación de resultados.....	64
4.1.1. Resultados generales	64
4.1.2. Prueba de confiabilidad	71
4.1.3. Prueba de normalidad	72
4.1.4. Contrastación de Hipótesis	73
V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	81
5.1. Establecer de qué manera las tecnologías utilizadas por las Fintech de medio de pago indiquen en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.....	81
5.2. Determinar cómo la seguridad brindada por las Fintech de medio de pago incide en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.....	81
5.3. Determinar en qué medida la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago incide en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.....	82
5.4. Establecer como los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago indiquen en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.	82
CONCLUSIONES.....	84
RECOMENDACIONES.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Matriz Operacional de la Variable: Fintech de medio de pago.....	58
Tabla 2 Matriz Operacional de la Variable: Ingreso	59
Tabla 3 Criterios de coeficiente de Correlación de Spearman	62
Tabla 4 Criterios de Coeficiente de Correlación de Alpha de Cronbach.....	62
Tabla 5 Tecnología	64
Tabla 6 Seguridad.....	65
Tabla 7 Experiencia de Uso	66
Tabla 8 Costos	67
Tabla 9 Control.....	68
Tabla 10 Crecimiento	70
Tabla 11 Prueba de Confiabilidad de la Variable Fintech de medio de pago	71
Tabla 12 Prueba de Confiabilidad de la Variable Ingresos	71
Tabla 13 Prueba de Normalidad.....	72
Tabla 14 Rho de Spearman: Fintech de medio de pago e Ingresos.....	73
Tabla 15 Rho de Spearman: Tecnología e Ingresos.....	74
Tabla 16 Rho de Spearman: Seguridad e Ingresos.....	76
Tabla 17 Rho de Spearman: Experiencia de uso e Ingresos.....	77
Tabla 18 Rho de Spearman: Costos e Ingresos.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Tecnología	64
Figura 2 Seguridad.....	65
Figura 3 Experiencia de Uso.....	66
Figura 4 Costos.....	67
Figura 5 Control	69
Figura 6 Crecimiento.....	70
Figura 7 Correlación lineal de Fintech de medio de pago e Ingresos	73
Figura 8 Correlación lineal de Tecnologías e Ingresos	75
Figura 9 Correlación lineal de Seguridad e Ingresos.....	76
Figura 10 Correlación lineal de Experiencia de uso e Ingresos.....	78
Figura 11 Correlación lineal de Costos e Ingresos	79

I INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad Problemática

El avance de la tecnología en el mundo es cada vez mayor, impactando en los diferentes sectores y obligando a estos a adaptarse y cambiar. La industria financiera y bancaria no ha sido ajena a estos cambios. Es en este contexto que surgen las Fintech, conjunto de empresas que emplean la tecnología para optimizar y automatizar los productos y servicios financieros, como por ejemplo la banca digital, asesoramiento financiero, billeteras digitales y todo lo relacionado con páginas web, aplicativos móviles en el entorno tecnológico. De esta forma, su valor radica que sus servicios son más económicos y eficientes a los que brindan los bancos tradicionales (Flores, 2021).

Este tipo de empresas apareció en el año 2008, pero no fue hasta 2010 que experimento un impulso y desarrollo significativo, principalmente en Estados Unidos y Gran Bretaña (Iguar, 2016) . Para Cassinello et ál. (2017) este fenómeno es resultado de la crisis económica que afecto al mundo en el año 2008, ocasionando la incapacidad de la banca tradicional para ofrecer financiación, casos de administración fraudulenta y una pérdida de confianza por parte de los clientes. Además, de la tardía reacción de los supervisores y bancos centrales que contribuyeron a la desacreditación de los bancos. Por otra parte, el dinámico desarrollo de las tecnologías, la aparición de la inteligencia artificial y de plataformas de negociación multilateral en red influenciaron en el auge de las Fintech. Las personas encontraron en el sector Fintech la solución a sus necesidades, con precios razonables y mentalidad colaborativa que otorgo confianza, sin necesidad de poseer un conocimiento profundo entre las partes. Sin embargo, esto no quiere decir que la banca tradicional se haya quedado fuera de este desarrollo. Al contrario, muchos bancos han incorporado e invertido en Fintech para ir transformando sus servicios y adecuarlos a los nuevos hábitos tecnológicos de los consumidores.

El crecimiento del mercado Fintech en el Perú ha sido constante. En los últimos siete años el crecimiento anual promedio fue del 20 %, pasando de 50 empresas Fintech operando en el año 2014 a 171 en la actualidad. Estas se encuentran repartidas en los diferentes tipos como son los medios pagos o billeteras digitales, prestamos, casas de cambio, Insurtech, criptomonedas, crowdfunding, entre otros (Ernst & Young, 2021). Las Fintech dentro del mercado peruano, no sólo han crecido en cantidad, sino que además han venido creciendo en el número de transacciones que realizan. Es así, que, según Roberto Vargas, presidente de la Asociación Fintech Perú, las Fintech durante el 2022 se espera que muevan más de 40 mil millones de dólares (Ernst & Young, 2021).

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2022), en nuestro país el ecosistema Fintech está basado en seis grandes rubros los cuales son de depósitos y créditos, de capital, de asesoría financiera, de pagos compensaciones y liquidaciones, seguros y criptoactivos. Definiendo a las Fintech de pagos, compensaciones y liquidaciones como aquellas que principalmente se encargan de emitir dinero electrónico y proveer servicios de pagos digitales. También mencionan que éstas son las segundas que están experimentando un mayor crecimiento dentro del mercado nacional, y es que se ven impulsadas tanto por startups como empresas del sistema financiero que brindan este servicio (Yape, Plin, Tunki).

En el país, los clientes que hacen mayor uso de las Fintech son las MYPEs, consumidores que se encuentran descontentos con la banca tradicional y las personas excluidas del sistema financiero. Según la asociación de Fintech en el Perú, el 67% de los clientes están formalizados, así pues, se deduce que las Fintech permiten el crecimiento de la bancarización de la economía peruana (Mendiola , 2020).

Las micro y pequeñas empresas actualmente son el motor de la economía del país, pues proporcionan un 12 % del Producto Bruto Interno (COMEX, 2021). Estas, surgen como ideas de negocio de los emprendedores que buscan encontrar nuevas fuentes de ingreso que les permita cubrir sus necesidades y generar una estabilidad económica. Las MYPEs van desde una pequeña bodega hasta un negocio comercial o de

servicios; y en los últimos veinte años se han ido incrementando y gestionando de manera desordenada; lo que ha contribuido a que muchas se encuentren dentro de la informalidad, sobre endeudadas, con problemas de rentabilidad y liquidez.

Los ingresos generados por la MYPEs por lo general son en base a las ventas diarias que éstas obtienen. Y son estos ingresos, en su gran mayoría, los que sirven para solventar la economía familiar de los dueños. De acuerdo con cifras de la Encuesta Nacional de Hogares, las ventas totales realizadas por las MYPEs en 2021 alcanzaron aproximadamente S/ 107,945 millones, lo que significó un incremento del 78.5% frente a lo reportado en 2020 (COMEX, 2021).

Si bien es cierto en la actualidad se viene registrando un incremento en los ingresos de las MYPEs frente a lo reportado en años anteriores, este todavía se encuentra por debajo del nivel previo a la pandemia. Igualmente, dicho efecto muestra que el incremento en la generación de ingresos por parte de las MYPEs ha sido por el aumento en la cantidad de negocios y a las variaciones en los productos que estas ofrecen, mejorando la producción nacional. Esto sugiere una expansión en sus ventas promedio ligadas a una mayor productividad y demanda (COMEX, 2021).

A nivel regional, Piura es una de las ciudades que cuenta con una gran participación de MYPEs dentro del mercado, y los ingresos que éstas generan por lo general provienen del rubro comercio, seguido por servicios y finalmente en producción. Sin embargo, aún existe un bajo índice de capacidad formal en la región, lo que conlleva a que mucho de estos negocios sean informales. Según La Sociedad de Comercio Exterior del Perú COMEX (2021) Piura es uno de los departamentos que registra una relación de las más bajas en el país entre el índice de capacidad formal y el desempeño financiero, lo que conlleva a que muchas de las empresas tiendan a realizar menores ventas y por ende generan menores ingresos. Además, la provincia es una de las que menos invierte en la promoción de la formalización de las empresas, así como en la emisión de licencia de funcionamiento otorgadas a las MYPEs, afectando el desarrollo de las mismas en su objetivo por cumplir con los requisitos de la formalización.

Dentro de la provincia de Piura, el distrito más poblado es el distrito de Veintiséis de Octubre (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2021) el cual es un distrito relativamente nuevo, pues recién cuenta con ocho años de fundación. La actividad económica principal del distrito es el de servicios, seguidos por el de comercio (Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo de Desastres CENEPRED, 2017). Estas actividades económicas del distrito en su gran mayoría son generadas por MYPEs, que tienen como característica principal ser informales. Los ingresos generados por estos negocios dentro del distrito, son los que permiten en su mayoría solventar los gastos de la canasta familiar, generando que estos negocios no puedan desarrollarse en el tiempo, al no poder reinvertir los ingresos generados.

Dentro de Veintiséis de Octubre gran porcentaje de la población cuenta con un servicio financiero, ya sea una cuenta de ahorros o una tarjeta de crédito, sin embargo, dentro del distrito no existe ninguna sucursal bancaria; lo que ha conllevado a la población al uso de agentes bancarios o realizar pagos de servicios de manera digital. Por ende, muchos negocios han comenzado por emplear estas nuevas formas de pago (Luna Consultores, 2022).

Ante esta realidad, la presente investigación tiene como finalidad demostrar cómo las Fintech de medio de pago pueden ser un factor positivo en los ingresos de las micro y pequeñas empresas que se encuentran activas dentro del mercado del distrito Veintiséis de Octubre, el cual cada día se vuelve más dinámico y competitivo.

1.1.2. Enunciado del Problema

¿De qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las MYPEs del Distrito Veintiséis de Octubre en 2022?

Problemas Específicos

- ¿De qué manera las tecnologías empleadas por las Fintech de medio de pago permiten una mayor recaudación de ingresos para las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre?

- ¿Cómo las medidas de seguridad empleadas por las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre?
- ¿En qué medida la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago influye en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre?
- ¿Cómo los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago indican en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar de qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre durante el año 2022.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Establecer de qué manera las tecnologías empleadas por las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.
- Determinar cómo las medidas de seguridad empleadas por las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.
- Determinar en qué medida la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago influye en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.
- Establecer como los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago indican en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

1.3. Justificación de la investigación

1.3.1. Teórica

La presente investigación se fundamenta en la teoría de la innovación disruptiva de Christensen, explorando cómo las Fintech, como innovaciones disruptivas, pueden alterar la dinámica financiera de las micro y pequeñas empresas (Mypes). Al utilizar tecnología digital para proporcionar servicios financieros más eficientes y accesibles, las Fintech pueden mejorar los ingresos de las Mypes reduciendo los costos operativos y permitiendo transacciones más rápidas y accesibles. Este cambio llevó a una reestructuración del mercado, potencialmente desfavoreciendo a las empresas que no adoptaron estas innovaciones. La investigación, por consiguiente, ayudó a tener mayor conocimiento sobre las Fintech de medio de pago permitiendo a las Mypes mejorar sus ingresos, tomar mejores decisiones, entre otros.

1.3.2. Metodológica

En la investigación fue de tipo básica y de nivel correlacional pues se buscó determinar de qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre durante el año 2022 y dar respuesta a la interrogante planteada. Para lo cual, se empleó como técnica de recolección de datos la encuesta e instrumento el cuestionario. Así mismo, servirán como antecedente o consulta de estudio para futuras investigaciones.

1.3.3. Práctica

Se justifica de manera práctica pues buscó examinar cómo el uso de tecnologías financieras puede mejorar significativamente la eficiencia operativa y los resultados financieros de las micro y pequeñas empresas. Los hallazgos de la investigación ayudaron a las Mypes a comprender y aprovechar los beneficios que las Fintech de medios de pago pueden brindar, tales como transacciones más rápidas, reducción de costos operativos, acceso a nuevos mercados y mejora en el flujo de caja. Este conocimiento puede permitirles a estas empresas incrementar sus ingresos y competitividad en el mercado, fomentando a la inclusión y la innovación financieras en el Distrito Veintiséis de Octubre.

1.3.4. Social

Se justifica de manera social ya que exploró cómo la implementación de Fintech fomenta el desarrollo económico local y la inclusión financiera. Al permitir transacciones más accesibles y rentables, las Fintech de medios de pago abrieron nuevas oportunidades para las Mypes que anteriormente tenían acceso limitado a servicios financieros tradicionales. Esto puede contribuir a la formación de nuevas empresas, generando nuevos empleos, estimulando la innovación y la diversidad en el sector empresarial local. Por lo tanto, esta investigación informa las políticas y estrategias para fomentar la inclusión financiera y el emprendimiento en el Distrito Veintiséis de Octubre.

II MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del estudio

2.2.1. En el Ámbito Internacional

Fülöp et ál (2022) en su artículo de investigación titulado Fintech accounting and industry 4.0: Future-Proofing or threats to the accounting profession? presentado en la revista Business Economics and Management. Tuvieron como objetivo examinar la situación actual y las tendencias de progreso de la digitalización en la contabilidad, además de las responsabilidades que conlleva su implementación. La investigación fue de tipo empírica y se empleó como instrumento de recolección de datos el cuestionario, siendo la muestra de 246 personas. Los resultados indican que no existe una relación significativa entre las variables riesgo percibido y utilidad percibida, además la utilidad percibida no influye en las intenciones de uso pues sus significancias fueron mayores a 0.05. Por otro lado, se observa una correlación significativa entre la confianza y la utilidad percibida, además la facilidad de uso percibida de usar las aplicaciones digitales que ofrece la industria 4.0 afecta a la utilidad y las actitudes hacia el uso de los servicios. Concluyendo tres contribuciones principales: Primero, la digitalización y su impacto en la contabilidad, se observa que existe una lenta adaptación la digitalización esto debido a la alta regulación

existente en la profesión y al razonamiento profesional que no puede ser reemplazado, además de la capacidad de evaluar la confiabilidad. Segundo, la confianza y factores de riesgo, se encontró que la confianza y la utilidad percibida tienen una influencia positiva en la intención de uso de las Fintech. Y, por último, relación causal entre la industria 4.0 y la contabilidad, la información adicional de alta calidad y los servicios al cliente reducen de manera inmediata los riesgos percibidos.

Xia et al (2023) en su artículo de investigación titulado “Understanding the adoption context of China’s digital currency electronic payment”, presentado en la revista Financial Innovation. El objetivo fue medir la disposición de los usuarios para utilizar el sistema de pago electrónico de moneda digital (DCEP) en China. Cuya metodología fue de tipo descriptiva y correlacional, empleando un cuestionario a una muestra válida de 372 encuestados. Los resultados indican que la inquietud por la privacidad relacionada con los métodos de pago tradicionales y el grado de adaptación entre la tecnología y las tareas del DCEP contribuyen positivamente a la disposición de los usuarios para adoptar el DCEP. Concluyeron que la percepción de los usuarios sobre la tecnología aplicada a las tareas tiene un efecto significativamente positivo en la intención de cambio, mientras que el costo asociado al cambio tiene un impacto notablemente negativo en la intención de migrar.

Nugraha et al (2022) en su artículo de investigación titulado Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia, presentado en Journal of Open innovation: Technology, Market, and Complexity. Tuvieron como objetivo explorar los factores que impulsan la adopción de las Fintech por parte de las PYMEs de Indonesia durante la pandemia de COVID19. Cuya metodología fue de tipo cuantitativa con enfoque PLS-SEM, empleando un cuestionario a 415 propietarios de PYME familiarizados con los servicios Fintech. Cuyos resultados muestran que la utilidad percibida, la facilidad de uso, el apoyo del gobierno, la confianza y la innovación tienen un efecto positivo en la intención de emplear las Fintech por parte de las PYMEs. Por otro lado, la educación financiera se correlaciona indirectamente con la adopción de las Fintech a través de la capacidad de

innovación de los usuarios. Esto sugiere que las Fintechs pueden ayudar a promover la inclusión financiera, ya que las PYME con menor conocimiento financiero pueden acceder a productos y servicios financieros a través de estas tecnologías. Concluyendo que el comprender los factores determinantes en la adopción de los servicios financieros digitales tiene implicaciones importantes para las PYMEs y crecimiento del sistema financiero. Las Fintech reducen la brecha de acceso de los servicios financieros para sociedad y las empresas, permitiendo el aumento de sus ingresos y desarrollo financiero. Así mismo, la innovación en las Fintech acelera la adopción de las tecnologías en Indonesia, brinda mayor seguridad y privacidad a los usuarios.

Coffie et al (2022) en su artículo de investigación titulado COVID-19 and Mobile Payment Diffusion: Lessons for Future Mass Diffusion and Continual Usage, presentado en Journal of Innovation Management. Tuvieron como finalidad investigar los elementos que influyen en la tasa de adopción de los servicios de pago móviles durante la pandemia. Empleando una metodología con enfoque cuantitativo, además de una técnica de muestreo no probabilística, siendo una muestra de 3539 usuarios de Facebook, Instagram y Twitter. Obteniendo como resultado que la difusión de los servicios de medio de pago ha aumentado en todo el mundo. Esto debido a la comodidad, disponibilidad y el costo. Además, los factores tecnológicos, no tecnológicos y ambientales contribuyen positivamente a la alta difusión. Concluyendo que los servicios de pagos móviles han presentado el mayor nivel de difusión de productos y servicios Fintech, siendo factores tecnológicos como el costo, la accesibilidad y la facilidad, los que permitieron este alto nivel de difusión. Además, de factores no tecnológicos como la participación de los bancos tradicionales, el miedo al contagio y el nivel de conocimiento contribuyen a la difusión de los servicios de medio de pago durante el COVID 19; llevando incluso a las instituciones financieras tradicionales a integrar sus sistemas con los proveedores de los servicios de medio de pago.

Werth et al (2023) en su artículo de investigación titulado "What determines FinTech success? —A taxonomy-based analysis of FinTech

success factors”, tuvo como mejorar el entendimiento de los elementos que propician el éxito de las Fintech. La metodología empleada está basada en taxonomía y cuya muestra estuvo constituida por 231 artículos de investigación. Los resultados indican que el aspecto económico es crucial para el éxito de las empresas Fintech. Sin embargo, los elevados costos de infraestructura de hardware y el consumo de energía pueden impactar de forma adversa la diferenciación económica de los costos de las Fintech. Se concluye que características tecnológicas como la seguridad, privacidad, transparencia y adopción de tecnología, junto con factores del usuario como la confianza, calidad percibida y factores operativos como la relación costo-beneficio, son esenciales para el éxito de las Fintech.

2.2.2. En el Ámbito Nacional

Rojas (2022) en su tesis para optar el título profesional de licenciado en Administración, denominada: Las empresas Fintech como fuente alternativa de financiamiento para las Mypes del sector textil confecciones del distrito de San Luis en los años 2018-2019. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú. Teniendo como objetivo demostrar que el uso de las Fintech como fuente de financiamiento de las Mypes del sector textil permite un crecimiento de estas empresas. Siendo la metodología empleada de tipo cualitativa y básica, con diseño correlacional y aplicándose como técnica de recolección de datos la encuesta, a una muestra de 41 Mypes del sector de confecciones en San Luis. Obteniendo como resultado que emplear los servicios de las Fintech como fuente de financiamiento, si produce un crecimiento empresarial. Concluyendo que las Fintech representan una forma de financiamiento confiable que permite a las empresas desarrollar sus actividades de forma óptima y facilitando la gestión de sus finanzas.

Dolores y Vásquez (2022) en su tesis para obtener el título profesional de licenciado en gestión con mención en gestión empresarial, titulada: Identificación de los factores que influyen en la intención de uso de Fintech de financiamiento alternativo por parte de pequeñas empresas del sector servicios en Lima Metropolitana. Lima, Perú. Tuvo como objetivo identificar los factores que inciden en la intención de las pequeñas empresas del sector

servicio de lima metropolitana de utilizar Fintech para alternativa de financiamiento. Siendo su metodología de enfoque mixto con inclinación cuantitativa y aplicando encuestas a 55 pequeñas empresas del sector servicio en Lima Metropolitana. Obteniendo como resultado que el factor utilidad percibida, influye en mayor medida en el deseo de uso de Fintech por parte de las pequeñas empresas del sector servicios en Lima Metropolitana. Concluyendo que el ecosistema Fintech es nuevo en el país, pero las empresas sí están dispuestas a emplearlas, sobre todo a las Fintech de préstamos. Además, el factor de utilidad percibida tiene una influencia positiva en la decisión de las empresas y el factor de percepción de riesgo no influye en la decisión.

Campos et ál. (2021) en su trabajo de investigación para obtener el grado de magíster en gestión empresarial, denominada: La percepción de las Mypes con respecto a las Fintech como forma de financiamiento y medios de pago en Lima metropolitana. Cuyo objetivo fue determinar la percepción de las Mypes sobre las Fintech como forma de financiamiento y medio de pago en Lima Metropolitana. Aplicando una investigación de tipo aplicada y diseño no experimental. Para lo cual se realizaron encuestas a negocios que utilizan Fintech, entrevistas a Mypes en Lima Metropolitana y expertos en las Fintech en el Perú. Se obtuvo como resultado que la mayoría de Mypes entrevistadas no han tenido experiencia con las Fintech de financiamiento esto debido a la desconfianza y la falta de educación financiera. Mientras que las Fintech de medio de pago son más usadas por la Mypes ya que facilitan las operaciones y son alternativa de solución a la falta de sencillo y otorgan más opciones de pago al cliente. Concluyendo que en Lima metropolitana las Fintech de medio de pago han tenido percepción positiva y acogida amplia. Por el contrario, las Fintech de financiamiento no son consideradas o percibidas de buena manera por las Mypes de Lima metropolitana, en mayor parte por el desconocimiento de estas tecnologías y a la desconfianza de exhibir su información a estas entidades.

Barrenechea (2022) en su tesis para optar el grado académico de maestría en Contabilidad y Finanzas con mención en Dirección financiera titulada “La prevención del lavado de activos como estrategia de

transparencia en la gestión de las empresas de servicios financieros tecnológicos (FINTECH) en el Perú, 2107-2018”, tuvo como objetivo evaluar si las medidas de prevención contra el lavado de dinero, implementadas como parte de una estrategia de transparencia, tienen un impacto en la administración de las empresas de tecnología financiera (Fintech) en Perú durante los años 2017 y 2018. Cuya metodología fue de tipo aplicada y de nivel descriptivo. Se obtuvo como resultado que los protocolos de ciberseguridad tienen un impacto en el desempeño operativo de las Fintech. Se ha concluido que las prácticas de ciberseguridad, dirigidas a prevenir el fraude de identidad en las operaciones realizadas por las Fintech, junto con la presencia de un oficial de cumplimiento certificado en este campo, contribuyen a reducir el riesgo operativo y aseguran el desempeño eficiente de estas entidades financieras.

2.2.3. En el Ámbito Regional

Ramírez (2021) en su tesis para optar el título de contador público titulado “Alternativas de inversión en Fintech frente al sistema financiero y su contribución a la planificación financiera personal”, presentado en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Tuvo como objetivo examinar las Fintech centradas en la planificación financiera personal, que son esenciales ya que se presentan como una nueva opción de inversión que desafía el paradigma del Sistema Financiero, mostrando una rentabilidad superior a los servicios bancarios convencionales. La metodología empleada fue de tipo mixta, con un nivel descriptivo-exploratoria. Los resultados muestran que la principal diferencia entre las Fintech y el sistema financiero es el uso de las tecnologías y la rapidez de sus servicios, además de comparar el rendimiento de las Fintech y el sistema financiero, mostrando las Fintech un mayor rendimiento de la inversión. Concluyendo que la diferencia entre las Fintech y el sistema financiero, es la utilización de la tecnología para dar mayor rapidez y flexibilidad a los productos y servicios ofrecidos.

Merino y Llatas (2021) en su artículo de investigación titulado “Factores determinantes de la intención de adopción de servicios Fintech por parte de micro y pequeños empresarios de Chiclayo, Perú”, tuvieron como objetivo identificar los elementos que influyen en la intención de los micro y pequeños empresarios de Chiclayo de adoptar servicios Fintech. Se llevó a cabo un estudio cuantitativo práctico donde se empleó el modelo de aceptación de tecnología ampliado propuesto por Hu, Ding, Li, Chen y Yang (2019) para el análisis de nueve variables asociadas con la adopción de estas tecnologías. Los resultados indican una relación causal entre la actitud de los usuarios y la intención de adoptar, que resultó ser bastante fuerte, demostrando que factores como la confianza, la imagen de marca y la utilidad percibida tienen un impacto positivo y significativo en la actitud de los microempresarios. Concluyendo que aspectos como la confianza, la reputación de la marca, la utilidad que se percibe, así como los riesgos potenciales, juegan un papel relevante en la actitud hacia la adopción de servicios Fintech.

Soto y Chávez (2023) en su tesis para obtener el título profesional de licenciado en administración titulado “La Fintech Yape y su relación con el comportamiento de compra del consumidor en la ciudad de Chiclayo”, tuvieron como objetivo establecer la conexión entre el uso de la Fintech Yape y el comportamiento de compra de los clientes en la ciudad de Chiclayo. La metodología empleada fue tipo básica, enfoque cuantitativo y de diseño no experimental, cuya muestra fue de 384 ciudadanos de la ciudad de Chiclayo usuarios de yape, a quienes se les aplicó un cuestionario. Obteniendo como resultado que el uso de la Fintech yape se relaciona significativamente con el comportamiento de compra de los clientes de la ciudad de Chiclayo. Concluyendo que existe un vínculo sumamente positivo entre la Fintech Yape y el comportamiento de compra de los clientes de Chiclayo, con un coeficiente de correlación de 0,708.

2.2.4. En el Ámbito Local

Cáceres y Durand (2020) en su trabajo de investigación denominado “Plan de negocio de una Fintech intermediaria entre el banco y los clientes que desean mejorar las condiciones crediticias de sus créditos hipotecarios”. Universidad de Piura. Teniendo como objetivo relevar la alternativa de negocio existente en la relación entre los clientes de créditos hipotecarios y los bancos. La metodología empleada es de tipo aplicada y diseño experimental. Obteniendo como resultado que la propuesta de plan de negocios es factible en un periodo de cinco años. Concluyendo que las Fintech son ampliamente aceptadas por los bancos pues ayudan a dar solución a los diferentes problemas que estos enfrentan.

Garrido (2023) en su investigación titulada “Desarrollo de propuesta crediticia, para empresa exportadora que solo trabajaba Factoring Internacional con Fintech”, presentado en la Universidad de Piura. Tuvo como objetivo desarrollar una propuesta de crédito de una empresa exportadora que obtenía financiamiento directamente de una Fintech. La metodología empleada es de tipo aplicada. Teniendo Tuvieron como resultado la creación de la propuesta de crédito que les permite trabajar a través de un producto acorde a su ciclo de negocio (financiamiento Pos Embarque) y a través de las Fintech. Concluyendo que el mercado financiero se afectado por los cambios en las tecnologías y el desarrollo de las Fintech.

2.2. Marco teórico

2.2.1 Fintech

2.2.1.1 Teorías relacionadas al fenómeno Fintech

Teoría de la innovación disruptiva

Esta teoría, aparece por primera vez en 1995, como una forma de representar el desarrollo promovido por la innovación tecnológica. Christensen et ál. (2015) exponen que la disrupción describe el proceso en el cual una empresa pequeña y con menos recursos es capaz de competir con éxito contra otras de mayor tamaño y establecidas en el mercado. En concreto, los

negocios más grandes se centran en sus clientes más exigente y rentables llegando a ignorar a los demás. Los nuevos participantes del mercado, los que se consideran disruptivos, centran su actividad a los segmentos menos atendidos o ignorados. Esto les permite ingresar en el mercado al ofrecer productos o servicios más baratos y adecuados a las necesidades de los clientes. Las empresas arraigadas tienden a no responder de forma firme ante esta nueva competencia. En consecuencia, las nuevas empresas crecen en el mercado y desarrollan sus productos a tal punto que puedan satisfacer las necesidades de estos clientes exigentes a la vez que mantienen sus ventajas que los llevaron a la aceptación inicial. La disrupción se produce cuando los clientes adoptan las ofertas de los entrantes al mercado de manera masiva.

2.2.1.2 Definición

Chakraborty (2018) define a las Fintech como el conjunto de tecnologías financieras (procesos en nube, internet, la informática móvil, entre otros), plataformas, herramientas y ecosistemas que hacen de los productos y servicios financieros (ejemplo, prestamos, divisas, transferencias, inversión, financiamiento) elementos más accesibles y eficientes. Por otra parte, Rojas (2016) define a las Fintech como el conjunto de instituciones no financieras que hacen uso de la tecnología y herramientas relacionadas para prestar servicios financieros a las personas o empresas de una forma novedosa y bajo nuevas formas de negocio. El sistema financiero puede verse transformado por este nuevo sector, pues el sector Fintech permite que grupos sociales y empresas que habitualmente no eran atendidos por los bancos ahora cuentan con diferentes proveedores y opciones de productos financieros.

Asimismo, Nicoletti (2017) define la palabra Fintech nace de la unión de dos grandes campos: los servicios financieros y la tecnología. Son nuevas e innovadoras empresas que a través del uso de tecnología buscan ofertar servicios financieros permitiéndoles un gran impacto en el mercado. Incluso empresas ya establecidas se han visto atraídas a transformar sus negocios a través del uso de la tecnología como los teléfonos y servicios en línea.

En otras palabras, se define a las Fintech como empresas que usan la tecnología para ofrecer productos y servicios financieros; haciendo a estos más eficientes y accesibles a las personas.

2.2.1.3 Beneficios de las Fintech

La implementación y desarrollo de tecnología en el sistema financieros trae ventajas o benéficos, según Céspedes (2021) entre estos destacan: (a) las empresas Fintech en comparación con la banca tradicional ofrecen sus servicios a menores precios y costos. Dado que, al emplear la tecnología, reducen la inversión en infraestructura y materiales de oficina. Además, esto les permite generar una gran cantidad de datos, que luego pueden utilizarse para automatizar los procesos, (b) genera mayor confianza en los usuarios, pues no existe intervención de terceros en las operaciones, los usuarios conocen exactamente que se realiza con su dinero y que comisiones se les cobran; y, (c) permite el acceso a los servicios financieros a usuarios anteriormente no atendidos, abriéndoles la puerta de este modo a nuevos servicios o productos financieros.

2.2.1.4 Áreas de aplicación de las Fintech

Bancos digitales: se distinguen por realizar las mismas operaciones que los bancos tradicionales, pero a través de la tecnología, como son plataformas digitales, teléfonos móviles y ordenadores que permite prestar los servicios de forma remota y sin tener un establecimiento físico (Ernst & Young, 2021).

Pagos Digitales: ofrecen la realización de operaciones de pagos electrónicos, transferencias entre cuentas e intercambio de divisas, entre los diferentes agentes económicos; evitando el empleo de dinero físico o las tarjetas plásticas y la participación de entidades bancarias.

Préstamos: este segmento se caracteriza por emplear las plataformas digitales y otras tecnologías en las fases del proceso de otorgar créditos a personas y empresas (Ernst & Young, 2021).

Gestión de finanzas personales: plataformas digitales que ofrecen herramientas que ayudan a los usuarios a tomar decisiones de ahorro, inversión y presupuestos (Rubini, 2017).

Gestión de finanzas empresariales: Comprende las plataformas que brindan asesoramiento en la inversión del mercado de capitales y en gestión financiera a empresas o proyectos de inversión, haciendo uso de herramientas tecnológicas, como la big data y la inteligencia artificial.

Crowdfunding (Financiamiento Participativo Financiero): se define como financiamiento colectivo, en el cual un grupo de personas aporta económicamente, para el desarrollo de un proyecto. Las plataformas de crowdfunding intervienen como enlace entre los diferentes usuarios. Existen tres clases de crowdfunding diferenciados por el beneficio obtenido; crowdfunding de recompensa, los aportantes reciben productos o servicios; crowdfunding de acciones, los aportantes obtienen acciones del proyecto; crowdfunding de deuda, los aportantes reciben reembolsos financieros del proyecto como prestamistas (Gupta & Tham, 2018).

Insurtech: es el uso de tecnología innovadora en el sector de los seguros y su influencia en las prácticas reguladoras de los mercados de seguros. Las actividades de Insurtech busca principalmente aplicar la tecnología en el ecosistema de seguros, procesos de las aseguradoras y en actividades como la automatización de registros, venta automatizada de pólizas, análisis de riesgos y el filtrado de documentos (Ernst & Young, 2021).

2.2.1.5 Regulación Fintech en el Perú

Actualmente en el Perú no existe una ley integral que regule a las Fintech, pero las regulaciones de diversos organismos de control del sistema financiero impactan en los modelos en los que estas se dividen. Para ello se ha considerado varios reglamentos que ayudan a entender mejor dicha situación:

Reglamento del Sistema nacional de transformación digital (D.S N° 157-2021-PCM)

El propósito de esta norma es impulsar el gobierno digital, el emprendimiento digital, la transformación de las pequeñas y medianas y el aprovechamiento de las tecnologías.

Reglamento crowdfunding (Resolución 045-2021-SMV/02)

Toda empresa que desee realizar este tipo de negocio debe contar con un permiso otorgado por la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV). Dentro de esta normativa se regulan dos categorías: FPF de acciones o valores y el FPF de deuda.

Reglamento Sandbox

Mediante la Resolución SBS N° 2429-2021, la cual aprueba el Reglamento para la realización temporal de actividades en modelos novedosos, se busca regular la realización temporal de actividades en modelos novedosos. La búsqueda de estos modelos novedosos trae consigo la realización de pruebas piloto, durante las cuales la empresa se hacen cargo de los daños y perjuicios que puedan ocasionar a los usuarios.

Ciberseguridad (Resolución SBS N° 504-2021)

La norma establece disposiciones mínimas para la ciberseguridad y el uso de interfaces de programación de aplicaciones (APIs). Además, prevé condiciones especiales para la celebración de contratos con terceros (Vodanovic,2021).

Reglamento de Interoperabilidad de los Servicios de Pago provistos por los Proveedores, Acuerdos y Sistemas de Pagos

Define las condiciones y oportunidades para la interoperabilidad de los servicios de pago proporcionados por las organizaciones reguladas, compuesto por los proveedores de servicios de pago, acuerdos de pago y sistemas de pagos.

Reglamento de las empresas emisoras de dinero electrónico (Resolución SBS N° 6584-2013)

Establece las reglas que se aplican a las empresas que emiten y brindan servicios utilizando dinero electrónico, quienes deben tener licencia para operar y cumplir con otras reglas del sector regulado.

Reglamento de servicios de pago con códigos de respuesta rápido QR (Circular N° 000.-2022-BCRP)

Establece normas para los proveedores de billeteras digitales y proveedores de servicios con código QR, los cuales deben estar registrados en el BCRP y deben cumplir ciertos estándares de códigos QR para pagos.

2.2.1.6. Fintech de medio de pago (billeteras digitales)

Los medios pago es el segmento del sistema financiero en el que más impacto ha tenido la tecnología, pues hoy en día existe tendencia hacia evitar el uso de billetes y el contacto físico. Las billeteras digitales son plataformas o aplicativos que permiten la realización de transferencias de fondos desde el celular. Estas pueden estar asociadas a cuentas bancarias, en el cual una transferencia desde una billetera electrónica conlleva a una transferencia desde la cuenta bancaria vinculada a estas plataformas. También es posible encontrar este tipo de plataformas que consistan en cuentas de dinero electrónico o e-money. Uno de los principales retos que enfrenta este modelo de negocios es lograr la interoperabilidad entre las diferentes plataformas, es decir, la realización de operaciones entre usuarios de diferentes billeteras digitales. El dinero electrónico puede ser emitido por entidades financieras o por Empresas emisoras de dinero electrónico (EEDÉ). Estas últimas son empresas de servicios complementarios, cuyo objetivo principal es la emisión de dinero electrónico, pero no pueden otorgar créditos con los fondos recibidos (Ernst & Young, 2021).

El contexto de aislamiento social producto del COVID 19 impulsó el desarrollo de los pagos sin contacto directo. Los contactless o pagos sin contacto se refiere a las soluciones de pago con tarjetas en las que solo es necesario acercar estas a los terminales POS. Haciendo estos procesos más rápidos y seguros, evitando la entrega de las tarjetas y disminuyendo la posibilidad de fraudes. El crecimiento constante de este sector está atrayendo la atención de nuevos competidores como son las Big techs, es decir, empresas que se han apartado de su actividad principal para ofrecer productos y servicios financieros, aprovechando la confianza con sus clientes y la gran cantidad de datos que poseen sobre estos (Ernst & Young, 2021).

2.2.1.7. Fintech de medio de pago vigentes en Perú

Yape

En el año 2017 nació Yape, la billetera móvil perteneciente al Banco Central de Reserva del Perú, que permite recibir y enviar dinero en cualquier momento y lugar sin conocer el número de cuenta de destino y solo usando el número de teléfono o escaneando el código QR de yape.

Para poder usar este aplicativo los usuarios deben: poseer un celular con Android 5.0 o IOS 11, documento nacional de identidad (RUC), tener una tarjeta de débito en soles en: Banco de Crédito del Perú, Banco de la nación, Caja Piura, Caja Huancayo, Caja Tacna, Caja Sullana, Caja Cusco, Mi banco y Caja Trujillo y poseer conexión a internet (Yape, 2022).

Plin

Es la plataforma de envío y recepción de dinero en soles, entre cuentas de BBVA, Interbank, Scotiabank, BanBif, Caja Arequipa, Caja Municipal de Ica y Caja Sullana; usando el número de teléfono de tu contacto o con su código QR.

Trae como beneficios a sus usuarios: el envío de dinero entre diferentes entidades bancarias, solo es necesario el número de teléfono del contacto, transferencias de forma inmediatas, las 24 horas del día y los 7 días de la semana, el servicio es gratuito y permite transferir desde 1 sol hasta 500 soles por operación y hasta 1500 al día (Plin, 2022).

BIM

BIM es la iniciativa del sector privado, operada por Pagos Digitales Peruanos S.A., que une a más de treinta empresas que son emisores de dinero electrónico, las cuales se organizaron para lanzar una plataforma tecnológica, que permite la interoperabilidad entre empresas del sector, desarrollando un innovador medio de pago más eficiente, rápido y seguro.

Requisitos para tu negocio: tener documento nacional de identidad, contar con un negocio, contar con equipos telefónicos, tener acceso a internet y capital de transacciones de agente mayor a S/500.00.

Permite realizar operaciones como: poner dinero, mandar dinero, pagar servicios, recargas de celular, pago de préstamos, pago a proveedores, pago

de compras en comercio, pagar en la red Izipay, Bikers y Red digital y pago de trámites del estado en Págalo.pe (Bim, 2022).

IZIPAY

Empresa que presta el servicio de procesamiento de pagos con tarjeta y billeteras electrónicas en el Perú.

Izipay ofrece diferentes servicios como son: (a) POS: equipos que permiten recibir pagos con tarjetas de débito y tarjeta de crédito, además de imprimir el comprobante, (b) E-commerce: posibilita el desarrollo de una página web que integra la pasarela de pagos, permitiendo el cobro a los clientes de forma rápida y sencilla, (c) APP-Izipay: aplicativo móvil que permite cobrar con tarjetas, código QR, cobro con izi jr, cobró con link y cobro con *pago efectivo* (Izipay, 2022).

NIUBIZ

Empresa especializada en brindar servicios de medio de pago de forma física y online. Niubiz ofrece diferentes soluciones como: (a) Pago Web: Permite incorporar a tu página web la posibilidad de realizar pagos con todas las tarjetas, (b) Pago link: Permite la venta online sin poseer una página web, transformando tus redes sociales en puntos de venta. Consiste en generar un link por cada compra en el cual se especifica el monto a pagar. El link debe ser enviado al cliente, quien rellena con sus datos y los de su tarjeta, (c) Pago programado: esta plataforma permite el cobro a los clientes de forma automática, afiliando una tarjeta de crédito. Garantizando el control de las cuentas por cobrar y su cobro de forma periódica, (d) Pago App: Permite recibir pagos desde el aplicativo móvil con tarjetas Visa y MasterCard, (e) POS fijo e Inalámbricos: puntos de venta inalámbricos que permiten la recepción de pagos de tarjetas de débito, crédito y billeteras electrónicas, (f) Vende más: Permite realizar cobros de formas diferentes: cobros por links, cobro con DNI, QR, pagos con billeteras digitales y más. Además, permite la recarga de celulares, pagos de servicios, entre otros (Niubiz, 2022).

2.2.1.8 Dimensiones de las Fintech de Medio de pago

Tecnologías

Las tecnologías que vienen empleando las Fintech de medio de pago, son aquellas que hoy en día están tomando mayor relevancia en cuanto al avance tecnológico. Ello ha conllevado a una retroalimentación entre el ecosistema Fintech y el avance tecnológico, permitiendo evolucionar y tomar relevancia a ambas. Algunas de estas son el Blockchain, la Big Data, la inteligencia artificial y las plataformas digitales.

Como se mencionó la tecnología Blockchain está tomando cada vez más importancia por su impacto en el sector bancario y los servicios financieros, además de otros sectores y áreas industriales. Esta tecnología es descentralizada, transparente y anónima. Emplea tecnología de cifrado para formar monedas digitales, un medio de intercambio novedoso y seguro que el dinero físico. Pudiendo reducir los problemas y contratiempos en muchos aspectos de los servicios financieros (Kumari & Devi, 2022).

El Big Data es una herramienta que permite gran cantidad de procesamiento de datos, y se ha vuelto un instrumento clave hoy en día para que las empresas puedan competir y tener éxito en un mercado cada vez más competitivo. Pues, esta herramienta permite no sólo procesa sino gestiona datos de empresas de diversos sectores como finanzas, salud, transporte, comercios minoristas y otro; permitiéndoles mejorar sus procesos y obtener resultados excepcionales. Es importante detallar, que existen algunos patrones comunes entre las empresas que han utilizado el Big Data de manera efectiva, como la capacidad de utilizar los datos para tomar decisiones informadas, la capacidad de integrar los datos en sus procesos empresariales existentes y la capacidad de adaptarse y evolucionar en función de los datos (Marr, 2016).

Para Khatri et ál. (2021) el uso del Big Data dentro de las Fintech, han permitido mejorar su capacidad para la toma de decisiones y reducir costos. Y es que el ecosistema Fintech, adopta el uso del big data con otros recursos como son la minería de datos y la inteligencia artificial para analizar riesgos crediticios, la detección de fraudes, la evaluación de la satisfacción del cliente y la personalización de productos y servicios financieros.

También dentro de las tecnologías que están empleando la Fintech de medio de pago son la inteligencia artificial. Para Cao (2020) el uso cada vez más generalizado de la inteligencia artificial en el ecosistema Fintech está reflejando el progreso significativo que se ha logrado en esta área y el potencial que tiene la inteligencia artificial para hacer que la economía, las finanzas y la sociedad en general sean más inteligentes. La inteligencia artificial está permitiendo el impulso de las Fintech Smart, Fintech que cada día son más autónomas y seguras. La inteligencia artificial, el aprendizaje automático y la ciencia de datos están permitiendo la creación de productos, modelos, servicios y aplicaciones financieras más avanzados, personalizados y seguros

Toda esta tecnología empleada ha venido de las manos de las plataformas operativas donde las Fintech viene utilizando para llegar a sus usuarios y brindar servicios financieros de manera digital. Un ejemplo de ello es lo que describe Arner et ál. (2016) en su investigación donde destaca las aplicaciones móviles las cuales son una forma popular de ofrecer servicios financieros a través de dispositivos móviles. Desde la aparición de los teléfonos celulares por los años ochenta, y su auge en los noventa dentro de los países desarrollados, han permitido el desarrollo de los servicios financieros digitales. Estos servicios usan los teléfonos móviles u otras plataformas digitales para aumentar el acceso a la financiación. Un claro ejemplo de ello, es el éxito de la inclusión financiera que ha tenido África al emplear este tipo de plataformas móviles para que la población acceda a los servicios financieros.

Para Prasad (2021) las Fintech también utilizan plataformas en línea como son las páginas web, que les permite, a través de una computadora ya sea portátil o de escritorio, ofrecer servicios financieros de manera accesible y conveniente.

Como se observa, las Fintech son soluciones digitales integradas que permiten a las empresas financieras brindar servicios financieros de manera más eficiente y efectiva. Estas soluciones se basan en el uso de tecnologías avanzadas, como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y el análisis de datos, para mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del

cliente. Además, estas plataformas pueden conectar a diferentes actores financieros, como bancos y empresas de seguros, para brindar servicios financieros más amplios y complejos. En general, las plataformas operativas Fintech están revolucionando la forma en que se brindan y se acceden a los servicios financieros, lo que representa un cambio significativo en el sector financiero (Zeidy, 2022).

Seguridad

Según Saluja (2022) las medidas de prevención de fraude son una combinación de estrategias y herramientas que ayudan a prevenir y mitigar el riesgo de fraude en organizaciones y empresas. Estas medidas incluyen la verificación de identidad, la monitorización de transacciones sospechosas, la implementación de controles internos y políticas de seguridad, así como la capacitación del personal y la colaboración con organismos reguladores y autoridades encargadas de la aplicación de la ley.

Para Cumming et ál. (2023) las medidas de prevención de fraude son sistemas y procedimientos que se implementan para evitar o reducir el riesgo de actividades fraudulentas, incluyendo la autenticación de la identidad, la validación de la transacción, la verificación de la fuente de financiamiento, la evaluación de riesgos y la monitorización continua. Estas medidas pueden ser manuales o automatizadas, y se basan en la detección temprana y la respuesta rápida a posibles actividades fraudulentas.

Como se menciona anteriormente la prevención de fraudes en Fintech se refiere a las medidas y estrategias utilizadas por las empresas de tecnología financiera para prevenir y detectar actividades fraudulentas en sus plataformas y sistemas. Según un estudio de Rehman et ál. (2023), estas medidas incluyen la verificación de identidad, el monitoreo de transacciones sospechosas, el uso de análisis de datos y tecnologías de inteligencia artificial para detectar patrones de comportamiento fraudulentos, la implementación de controles internos y políticas de seguridad, y la capacitación del personal para reconocer y reportar posibles actividades fraudulentas. En resumen, la prevención de fraudes en Fintech es una parte integral de la seguridad financiera en la industria tecnológica.

Experiencia de uso

La experiencia de uso se refiere a la percepción subjetiva del cliente durante su interacción con una tecnología y se compone de aspectos emocionales, cognitivos y conductuales. Se puede considerar que una experiencia de uso positiva está asociada con la satisfacción del usuario, la lealtad a la marca y la intención de uso continuo. (Hassenzahl & Tractinsky, 2006).

En el contexto de las Fintech, existen teorías que son importantes porque ayudan a entender cómo los usuarios interactúan con las aplicaciones y servicios financieros en línea, y cómo se pueden mejorar para aumentar la satisfacción del usuario y el uso continuo del producto, estas son la teoría de la experiencia del usuario, la teoría de la disonancia cognitiva, teoría de la adaptación del usuario y la teoría del flujo.

- Teoría de la experiencia de usuario: Según Hassenzahl y Tractinsky (2006), la experiencia del usuario se refiere a la experiencia afectiva y significativa del usuario con un producto, más allá de la eficiencia y eficacia percibidas. Esta teoría sostiene que la satisfacción del usuario con un producto no solo depende de su funcionalidad y eficacia, sino también de factores emocionales y subjetivos, como la estética, la usabilidad y el significado personal que el usuario atribuye al producto.

Asu vez, International Organization for Standardization refiere que la teoría de la experiencia del usuario es: "la percepción y respuesta de una persona que resulta de la utilización anticipada, durante el uso o después del uso de un producto, sistema o servicio" (ISO, 2022, p. 3). Esta teoría se enfoca en la comprensión de las necesidades, expectativas y comportamientos de los usuarios para diseñar productos y servicios que brinden una experiencia satisfactoria.

- Teoría de la disonancia cognitiva: La teoría de la disonancia cognitiva sostiene que las personas tienen una motivación interna

para mantener la coherencia entre sus cogniciones o creencias y sus acciones. Cuando existe una inconsistencia entre estas cogniciones y acciones, se produce una sensación de incomodidad conocida como disonancia cognitiva. Esta disonancia puede ser reducida a través de cambios en las cogniciones o acciones. (Harmon-Jones, 2019). En el contexto de las Fintech, la disonancia cognitiva puede surgir cuando los usuarios perciben que una plataforma financiera no cumple con las expectativas que tenían en ella, lo que puede llevar a una disminución en su confianza y lealtad hacia la plataforma (Kumar, Nim, & Agarwal, 2021)

- Teoría de la adaptación del usuario: La teoría de la adaptación del usuario se enfoca en cómo las interacciones repetitivas de los usuarios con una tecnología pueden llevar a la adaptación y al desarrollo de hábitos en su uso. En el contexto de las Fintech, esta teoría se aplica a la medida en que los usuarios se acostumbran a las funcionalidades y procesos de una plataforma Fintech, y cómo su adaptación influye en su percepción de la calidad del servicio y su lealtad hacia la empresa (Mihail Barbu, Florea, Dabija , & Barbu, 2021)
- Teoría del flujo: La teoría del flujo se puede aplicar en el diseño de las interfaces de las aplicaciones Fintech para mejorar la experiencia del usuario y fomentar su involucramiento con la plataforma. Los elementos clave del diseño de la interfaz que influyen en el flujo son la claridad de los objetivos, la retroalimentación inmediata, la facilidad de uso, la capacidad de personalización y el nivel de desafío. Cuando se logra un estado de flujo en el usuario, éste experimenta un alto grado de disfrute y compromiso, lo que puede mejorar su lealtad y uso continuo de la aplicación (Kadam & R, 2023).

Estás teorías permiten demostrar que es de gran importancia medir la experiencia que tiene el usuario con las Fintech de medio de pago. Logrando

analizar indicadores como la satisfacción de pago, la facilidad de uso, y la navegación dentro de las plataformas de medio de pago existentes.

Costos

También es importante considerar los costos que conlleva, el uso de estas herramientas digitales como las Fintech de medio de pago, tanto para los desarrolladores, los usuarios y los clientes finales. Los costos son los desembolsos económicos y recursos que emplea toda empresa para llevar a cabo sus actividades productivas y alcanzar sus objetivos. Estos costos incluyen el valor monetario de los insumos, como materiales, mano de obra, maquinaria y otros recursos necesarios para la producción de bienes o servicios. Los costos son fundamentales para la toma de decisiones empresariales, ya que influyen en la determinación del precio de venta, la rentabilidad y la eficiencia de la empresa (Horngren, Datar, & Rajan, 2018).

Además, la "Norma Internacional de Información Financiera para Pequeñas y Medianas Entidades (NIIF para las PYMES)" define los costos como el importe de efectivo o equivalentes de efectivo pagado o el valor razonable de la contraprestación entregada para adquirir bienes o servicios en el curso de las actividades de la entidad (IASB, 2023).

En resumen, los costos representan los desembolsos en los que incurre una empresa para llevar a cabo su actividad productiva y están relacionados con la adquisición, producción o construcción de bienes y servicios necesarios para el funcionamiento del negocio. Por ello muchas de las Mypes que utilizan las Fintech de medio de pago, como billeteras digitales, Yape, Plin, Izipay tienen que considerar los costos que incurren estos tipos de servicios como son las comisiones por transacciones, costos de integración y mantenimiento, capacitación y entrenamiento, hasta costos de seguridad.

Según Tamames y Gallego (2006) las comisiones son cargos o montos adicionales que se cobran por la prestación de un servicio o la realización de una transacción financiera. Estas comisiones pueden ser aplicadas por instituciones financieras, intermediarios, proveedores de servicios o plataformas comerciales. Generalmente, se establecen como una compensación por los costos operativos, la gestión del servicio o el riesgo

asociado. La cantidad y tipo de comisiones varían según la institución o el servicio específico.

Al utilizar las Fintech de medio de pago, las Mypes suelen incurrir en costos asociados a comisiones por cada transacción realizada. Estas comisiones pueden variar según el volumen de transacciones o el monto de cada operación. Los empresarios deben considerar estos costos al evaluar la conveniencia de utilizar una Fintech específica como su medio de pago.

También al implementar una Fintech como medio de pago, las empresas pueden enfrentar costos asociados con la integración de la plataforma de la Fintech con sus sistemas internos. Esto puede implicar la contratación de servicios de desarrollo o la adquisición de software específico. Además, pueden existir costos de mantenimiento para garantizar el correcto funcionamiento y actualización de la integración.

Según Idemudía (2018) los costos de integración de desarrollo tecnológico se refieren a los desembolsos asociados con la implementación y configuración de soluciones tecnológicas dentro de una organización. Estos costos incluyen actividades como el diseño, desarrollo, personalización, prueba e integración de sistemas y aplicaciones informáticas para satisfacer las necesidades específicas de la empresa.

En la actualidad muchas de las Fintech de medio de pago incurren en cobros de comisiones, suscripciones y mantenimiento; sin embargo, el dinamismo del mercado ha hecho que estos cobros sean cada día más bajos hasta en algunos casos no tener ningún recargo o costo por su uso, sobre todo dentro de las billeteras digitales como Yape y Plin. Por ello, los costos en que incurren las Fintech de medio de pago determinan la frecuencia de uso de estas herramientas tecnológicas.

2.2.2. Ingresos

2.2.2.1. Teorías de ingreso

Teoría de Costos de transacción

Esta teoría plantea que las empresas existen y pueden obtener ingresos porque pueden llevar a cabo ciertas transacciones de manera más eficiente

que los mercados. Según esta teoría, las transacciones involucran ciertos costos, como el tiempo y los recursos necesarios para encontrar y negociar con otras partes, redactar contratos y garantizar que se cumplan los acuerdos. Si los costos de realizar estas actividades a través del mercado son altos, puede ser más eficiente realizar estas transacciones dentro de una empresa (Menard & Shirley, 2008).

Teoría de la Ventaja Competitiva Sostenible:

Esta teoría sostiene que, para generar y mantener ingresos, una empresa necesita desarrollar y sostener ventajas competitivas, características únicas que la diferencian de sus competidores y que no pueden ser fácilmente copiadas o igualadas. Estas ventajas pueden venir en muchas formas, como tecnología superior, habilidades de gestión superiores, acceso a recursos únicos, o una marca fuerte y reconocible. Estas ventajas competitivas permiten a las empresas cobrar precios más altos o vender más unidades, lo que lleva a mayores ingresos (Porter, 1985).

2.2.2.2. Definición de Ingresos

Según el Ministerio de Economía y Finanzas (2001) define los ingresos cómo el incremento de beneficios económicos producidos por las actividades ordinarias, ya sean las ventas, alquileres, regalías, intereses, honorarios y dividendos. Además de las ganancias no surgidas de las actividades ordinarias de la empresa. Todo esto dentro de un periodo determinado.

Asimismo, se destaca a la NIC 18 Ingreso de actividades ordinarias (2004), la cual estuvo vigente en nuestro país hasta el 2016, esta NIC menciona que los ingresos son la entrada bruta de beneficios económicos en un periodo determinado que permiten el incremento del patrimonio de una empresa, el cual no está relacionado con las aportaciones de los propietarios de ese patrimonio. Estos ingresos provienen de la venta de bienes, prestación de servicios o intereses, regalías o dividendos provenientes del uso de activos de la empresa por parte de terceros. La venta de bienes o productos toma en consideración no sólo a los bienes producidos por la empresa, sino también a los adquiridos para su reventa como son las mercaderías. La prestación de

servicios se basa en la ejecución de tareas acordadas entre una empresa y su cliente. Los servicios pueden prestarse a lo largo de distintos periodos o en un solo período contable (Miniterio de Economía y Finanzas, 2001).

La contrapartida en la mayoría de los casos se da en efectivo y equivalente de efectivo, por lo tanto, el ingreso se mide por la cantidad de efectivo y equivalente de efectivo recibos o por recibir. También los ingresos se pueden dar por la permuta de bienes y servicios, sin embargo, estos intercambios no tienen que ser productos o servicios de naturaleza similar, para que puedan ser reconocidos como ingresos.

Para Mankiw (2012) los ingresos son la cantidad de beneficios que percibe una empresa por vender un producto o servicio. Siendo el objetivo de la empresa la maximización de estos beneficios, el cual se logra a través de la medición de los ingresos totales que genera la empresa. A nivel económico estos ingresos totales al ser restados con sus costos de oportunidad (costos explícitos e implícitos) generan los beneficios económicos de la empresa. Acota que a nivel contable sólo se toma en cuenta los costos explícitos para poder hallar la utilidad contable. También hace referencia a que una forma de medir los ingresos es a través de comparando los ingresos promedio de cada periodo. Siendo estos los ingresos totales divididos entre la cantidad de productos o servicios vendidos.

Según Guajardo y Andrade (2008) establecen que los ingresos son el resultado de la venta de servicios y/o productos los cuales generan una retribución ya sea a valor dinerario o a crédito. Y estos valores son los recursos más importantes de toda entidad. Por ende, son estos ingresos los que aumenta el capital de la empresa. Se puede tomar como ejemplo de ingreso las ventas de algún bien, es decir, la acción de ofrecer un producto a cambio de valor dinerario o a crédito percibido. Al igual que los ingresos por servicios realizados, tal como son los honorarios percibidos a cambio de ofrecer alguna clase de servicio como de seguridad, limpieza, enseñanza, etcétera. La NIC 18 (2004) hace referencia sobre las actividades ordinarias que realiza la empresa como aquellas que generan ingresos, existiendo también operaciones comerciales inusuales las cuales generan ganancias. Concluyendo que los ingresos son la entrada bruta de dinero, los cuales

proviene por vender bienes y/o servicios ofertados por la empresa, produciendo dentro de un periodo determinado un incremento en los beneficios económicos, los cuales se ocasionan en el rubro de las operaciones comerciales de la empresa, generando que aumenten los activos de la empresa y que estas no se relacionen con el patrimonio aportado los accionistas y socios.

Para Herrera (2011) los ingresos son un criterio cuantitativo al momento de clasificar las empresas. Pues estos, ya sean ingresos brutos o netos, permiten conocer la capacidad que posee una empresa para interactuar dentro de un mercado. Además, hace conocer que las regulaciones que se han ido implementado en el país para clasificar la microempresa, pequeña empresa, mediana y gran empresa, han tomado como indicador fundamental la capacidad de ingresos que genera una empresa dentro de un periodo para su clasificación. Conllevando a que el ente tributario pase de tomar como indicadores para la clasificación de empresas y regímenes empresariales los ingresos que éstas perciben dentro de un periodo fiscal.

Además de ello, es importante resaltar que la NIIF 15 (2017) delimita que los ingresos son incrementos de beneficios económicos, generados durante un periodo contable, en forma de entradas o incrementos de valor de los activos, o bien como disminución de los pasivos, que dan como resultado incrementos en el patrimonio de una empresa, pero estos no están relacionados con las aportaciones de los propietarios. Así mismo, Garrison et ál. (2023) define a los ingresos como los flujos de dinero o valor económico que una empresa o individuo recibe como resultado de sus actividades comerciales, como la venta de bienes o servicios, la renta de propiedades, los intereses sobre inversiones u otras fuentes de generación de ingresos

2.2.2.3. Fuentes de ingresos ordinarios

Como se ha mencionado los ingresos se pueden generar por distintas fuentes, pero existen una concepción de acuerdo al Marco Conceptual para la Presentación de los Estados Financieros, la NIC18, la NIIF 15 y distintos autores, siendo las siguientes:

Venta de bienes

Los ingresos de actividades ordinarias los cuales proviene de la venta de bienes serán reconocidos siempre que cumplan con estos requisitos: (a) la empresa al momento de la venta debe haber transferido al cliente los beneficios y riesgos sustanciales relacionados con el bien o propiedad adquirido; (b) la entidad no cuente con ningún control, gestión o retención sobre los bienes o propiedades que hayan sido vendidos. Todos esto de acuerdo al grado de proporcionalidad de propiedad, (c) el monto de los ingresos generados por las actividades del giro de la entidad, es decir la venta del bien o propiedad, se puede estimar de forma confiable, (d) sea posible que las entidades puedan percibir todos los beneficios económicos asociados a la venta realizada, (e) Se pueda calcular con seguridad los costos adicionales que se puedan generar al proceso de venta del bien o propiedad (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2004).

Venta de servicios

Se consideran ingresos por prestación y/o venta de servicios aquellos que puedan ser estimados con fiabilidad. Dichos servicios deben estar dentro de las actividades ordinarias de la empresa para poder reconocerse como ingresos de actividades ordinarias y estar dentro de un periodo determinado. La NIC 18 establece que una transacción puede ser estimado con fiabilidad cuando cumpla con los siguientes requisitos:

(a) Se pueda establecer el cálculo de los ingresos provenientes de las actividades comunes de la entidad con fiabilidad; (b) los beneficios económicos generados por la venta de servicios puedan ser retribuidos a la entidad, (c) durante el periodo que se informa, sea posible que el grado de realización pueda ser calculado con veracidad, (d) aquellos costos adicionales que se puedan generar durante la realización del servicio, puedan ser medidos con fiabilidad (Comité de Normas Internacionales de Contabilidad, 2004).

Intereses, regalías y dividendos

Para aquellos ingresos de actividades ordinarias provenientes, por parte de terceros, por el uso de activos de la entidad, los cuales generan intereses, regalías y dividendos, según la NIC 18 (2004) establece que deben ser reconocidos de acuerdo con las bases del párrafo 30, siempre que:

(a) sea posible que la entidad pueda recibir los beneficios económicos generados por la transacción; y (b) se pueda medir de forma confiable el importe de los ingresos percibidos por las actividades ordinarias de la entidad.

2.2.2.4. Ventas

Según Amtrong y Kotler (2013) las ventas son el acto y efecto de vender, es decir, después de cancelar el precio pactado, la propiedad de algo se transfiere a otros.

Para De la Parra y Madero (2003) afirman el objetivo principal que mantienen todas las empresas, personas o instituciones que ofrecen un determinado producto en el mercado es la acción de vender. Ya que esto les permite impregnarse en el mercado objetivo conllevando al éxito de la misma. Esto se logra en cuántas veces se realizó la venta, en qué tan bien la completaron y qué tan útiles fueron.

De acuerdo al entorno tributario según el TUO de La Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo D.S. N°055-99-EF (2011) definen a las ventas como el acto por el que se transfieren bienes a título oneroso, libremente de la designación que se dé a los contratos o convenios que se originen en la transferencia y de las condiciones pactadas por ambas partes.

Para Homburg et ál. (2012) las ventas se refieren al proceso de persuadir y convencer a los clientes potenciales para que adquieran un producto o servicio ofrecido por una empresa, a través de la identificación de sus necesidades, la presentación de una propuesta de valor y el cierre exitoso de la transacción. Así mismo, López y Lobato (2006), establecen que las ventas son la acción que permite ser fundamental en las operaciones que realiza una empresa. Es decir, las ventas son la función dentro de la empresa que permite generar mayor cantidad de recursos económicos permitiendo el desarrollo de la función comercial de la empresa. Precisando, que está resalta por ser una de las operaciones más importantes para una empresa, ya que del número de ventas generadas por la empresa depende el éxito de la misma. Así mismo, Indacochea (2012), establece que las ventas incluyen procesos que necesitan

cuidadosa planificación y ejecución. Mencionando que muchos de los procesos de venta son diferentes, requiriendo diferentes estrategias.

De igual manera, Ongallo (2013), menciona que para las empresas es importante la obtención de un cierre de venta. Y esto sólo se logra a través de una serie de pasos, dentro los cuales establece las opciones de pago, que permiten al cliente diversificar las formas de pago. El objetivo principal de concretar una venta es la ejecución constante de cada acción o procedimiento ordenado. Y finalmente, Johnson y Marshall (2009), mencionan que es importante llevar un correcto control de ventas pues permite a la entidad conocer el volumen diario, semanal, mensual y anual de las ventas generadas. Ayudando a segmentar las ventas por clientes, vendedor, región o productos o servicios, lo cual permite identificar los errores de cada segmento, buscando establecer propuesta de mejora. Vale mencionar, que mantener un control de ventas hoy en día es de vital importancia para toda empresa o negocio, debido a que logra generar un análisis más profundo de los procedimientos de ventas, zonas geográficas objetivas, desempeño de vendedores, estrategias de venta, potencialidad de clientes; y con esto asegurar y maximizar los ingresos propuestos como objetivo de la empresa.

En conclusión, el objetivo financiero y contable de toda empresa o negocio, es lograr vender la mayor cantidad de su mercadería generando a mayor proporción de ingreso posible, para ello, es importante implementar un registro de ventas, a través del registro documentario del control de operaciones.

2.2.2.5. Dimensiones de la variable ingreso

Control

Según Daft (2022) el control se refiere al proceso de supervisar, regular y dirigir las actividades de una organización para asegurar que se alcancen los objetivos establecidos. Implica la implementación de políticas, procedimientos y sistemas para monitorear el desempeño, evaluar el cumplimiento de metas y corregir desviaciones cuando sea necesario. Asu vez, Hitt et al (2020) mencionan que el control estratégico en el entorno empresarial es un proceso mediante el cual una organización monitorea y evalúa el progreso hacia el

logro de sus objetivos estratégicos. Implica el análisis de los resultados actuales y la comparación con los objetivos establecidos, así como la implementación de medidas correctivas o ajustes estratégicos para garantizar que la organización esté en camino de cumplir su visión y misión a largo plazo.

Cómo se puede inferir el control dentro de una empresa es fundamental para poder analizar los resultados y procesos que realiza la empresa, sin embargo, también es clave conocer el control de ingresos de todas empresas. Según Stickney et al (2010) el control de ingresos se refiere al conjunto de procedimientos y medidas implementadas por una organización para gestionar y supervisar eficientemente los ingresos generados por sus operaciones comerciales. Implica el seguimiento y la verificación de los flujos de ingresos, la implementación de controles internos para garantizar la precisión y la integridad de los registros financieros, y la adopción de medidas para prevenir fraudes y errores en el reconocimiento y registro de los ingresos.

Así mismo, Horngren et al (2018) establecen que el objetivo principal del control de ingresos es asegurar que los ingresos se registren adecuadamente y se maximicen de manera efectiva, contribuyendo así al logro de los objetivos financieros y estratégicos de la organización. Además, el control de ingresos también implica la adopción de medidas para prevenir y detectar posibles fraudes relacionados con los ingresos.

Por ello, es conveniente, analizar los procesos dónde se logran la recaudación de ingresos, que por lo general son las ventas. Según Chase et al (2006) las operaciones comerciales se refieren a todas las actividades y procesos involucrados en la gestión de una empresa para llevar a cabo sus transacciones comerciales. Esto incluye la planificación, adquisición, producción, distribución y venta de bienes o servicios, así como la gestión de inventarios, la logística, el control de calidad y otras funciones necesarias para satisfacer las demandas del mercado y alcanzar los objetivos comerciales.

Así mismo, Wisner et all (2019) las operaciones comerciales se refieren a los procesos necesarios para llevar a cabo la compra, producción, distribución y venta de bienes y servicios en una organización. Estas operaciones involucran la gestión eficiente de recursos, el control de calidad, la

optimización de procesos, la logística, la gestión de inventarios y la satisfacción del cliente, con el objetivo de generar ingresos y obtener una ventaja competitiva en el mercado. Como menciona, las operaciones comerciales permiten obtener ventajas competitivas que acceden a generar mayor proporción de ingresos. Sin embargo, estos procesos deben ir de la mano con una correcta gestión empresarial – para la toma de decisiones – y un correcto control de las mismas. Como mencionaba Horngren, el correcto control de estos ingresos permitirá su maximización.

Por eso, la gestión empresarial implica el liderazgo y la coordinación de todos los elementos y recursos de una organización para maximizar su rendimiento, eficiencia y rentabilidad. Se enfoca en el análisis de datos, la toma de decisiones basada en información, la asignación efectiva de recursos y la implementación de estrategias para lograr una ventaja competitiva en el mercado. (Homburg y otros, 2012).

Para Robbins et al (2013) la gestión empresarial es el conjunto de actividades, procesos y prácticas utilizadas para dirigir y administrar eficazmente una organización con el fin de lograr sus objetivos estratégicos. Incluye la toma de decisiones, la planificación y ejecución de estrategias, la gestión de recursos humanos, la gestión financiera, la gestión de operaciones y otros aspectos clave necesarios para el funcionamiento y crecimiento de la empresa.

Es importante destacar que una correcta gestión empresarial implica la implementación de estrategias y prácticas que optimizan el uso de los recursos, mejoran la eficiencia operativa y fomentan la innovación. Esto implica una adecuada planificación, toma de decisiones informadas, asignación efectiva de recursos y gestión de riesgos. Al gestionar eficientemente los aspectos clave de una empresa, como la estrategia, las operaciones, los recursos humanos y las finanzas, se crea una base sólida para el éxito y se maximiza el valor generado (Hitt, Ireland, & Hoskisson, 2020).

Como menciona Kaplan y Norton (1996) una buena gestión y control son esenciales para generar valor agregado en una organización. Mediante una

gestión eficiente, se optimizan los recursos y se mejora la eficiencia operativa, lo que conduce a una mayor productividad y calidad. El control proporciona información precisa para tomar decisiones informadas y estratégicas, así como para fomentar la innovación y la adaptabilidad. Ambos aspectos permiten identificar oportunidades, ajustarse a las demandas del mercado y desarrollar productos o servicios que generen un mayor valor percibido por los clientes.

Además, (Armstrong & Kotler, 2013) definen el valor agregado como la diferencia entre el valor total de los productos o servicios que una empresa ofrece y el costo de los insumos utilizados para producirlos. Va más allá de los aspectos puramente tangibles y monetarios, y engloba factores intangibles como la calidad, la innovación, la experiencia del cliente y la diferenciación en el mercado. El valor agregado se crea al satisfacer las necesidades y deseos de los clientes de una manera única y superior, superando así la oferta de la competencia y generando un impacto positivo en la percepción y la satisfacción del cliente.

Tanto Kaplan como Kotler, hacen referencia que para la generación de valor agregado es importante la innovación. Dentro de ese contexto, es importante tener en cuenta las tecnologías que hoy en día permiten mejorar los procesos de las empresas.

La capacidad de las empresas para aprovechar las últimas innovaciones tecnológicas y aplicarlas de manera efectiva en sus operaciones, productos o servicios es relevante hoy en día. Esto implica el uso estratégico de tecnologías como inteligencia artificial, big data, internet de las cosas, realidad virtual, entre otras, para mejorar la eficiencia, la calidad, la personalización, la experiencia del cliente y la toma de decisiones. Al adoptar y utilizar estas tecnologías de manera innovadora, las empresas pueden generar un valor adicional, diferenciarse de la competencia y mejorar su posición en el mercado (Westerman, Bonnet, & McAfee, 2014).

Es importante analizar la gestión y control establecidos en toda empresa para conocer la realidad de la misma. Esta, se ve complementada que, si

existe un buen control y gestión de la misma, permite la generación de valor agregado, conllevando a la generación de mayores ingresos.

Crecimiento

El crecimiento, es uno de los objetivos fundamentales de toda empresa. Dentro de la teoría clásica el objetivo principal de todo negocio es la generación de utilidades, siguiendo por la de crecimiento. Para Davidsson (2015) el crecimiento empresarial es el proceso mediante el cual una empresa amplía su capacidad, alcance y recursos para generar mayores ingresos y rentabilidad a largo plazo. Esta definición destaca la importancia de desarrollar capacidades y recursos internos, así como la generación de mayores resultados financieros a medida que la empresa se expande y se fortalece.

Sin embargo, Daza (2016) hace mención que no siempre el crecimiento empresarial está relacionado positivamente con la rentabilidad de la empresa. Que la teoría clásica tomaba como base que las empresas más rentables son las que más crecen. En contraste, las teorías de gerenciales sostienen que existe una asociación negativa entre el crecimiento y la rentabilidad, lo cual puede deberse a dos posibles escenarios: el primero es que la rentabilidad tenga un impacto negativo en el crecimiento, y el segundo es que el crecimiento afecte negativamente a la rentabilidad.

Considerando la primera explicación, esto puede atribuirse al hecho de que la inversión activa es crucial para el crecimiento empresarial. Sin embargo, el efecto positivo de la rentabilidad en el crecimiento solo se observa en un entorno propicio para la inversión y el crecimiento. De acuerdo con Lee (2014), en países donde no existe un sólido marco institucional para proteger a los inversores, como es el caso de los países latinoamericanos como el nuestro, la relación entre la rentabilidad y el crecimiento puede ser poco significativa.

Dentro del segundo escenario, se puede considerar lo mencionado por Steffens et ál. (2009) que las empresas inicialmente se enfocan en proyectos más rentables y luego continúan expandiéndose con proyectos menos rentables, lo que resulta en una disminución de la rentabilidad debido al

crecimiento. Concluyendo que un crecimiento acelerado de las empresas puede tener un impacto negativo en su rentabilidad, puesto que un aumento excesivo en tamaño puede generar complejidad en la organización y gestión, lo que a su vez puede dificultar el desempeño rentable de las empresas.

Ahora bien, dentro de las teorías económicas que estudian el crecimiento empresarial, se ha mencionado la teoría clásica, la teoría gerencial, pero también es importante tomar en cuenta la teoría estocástica argumentada por Gibrat, y que hoy en día sigue siendo de estudio, sobre todo, dentro de los mercados emergentes y los pequeños negocios como lo son las Mypes.

Ley del efecto proporcional: Fue establecida por Robert Gibrat en 1931. Esta ley postula que el crecimiento de una empresa es un proceso estocástico y aleatorio, independiente de su tamaño inicial. Según esta ley, el crecimiento de una empresa en un período de tiempo dado es proporcional a su tamaño en ese mismo período, es decir, las tasas de crecimiento son independientes del tamaño inicial de la empresa. (Daza Izquierdo, 2016).

En otras palabras, sostiene que el crecimiento de una empresa no está influenciado por su tamaño previo ni por factores externos. Implica que tanto una empresa pequeña como una empresa grande tienen la misma probabilidad de experimentar un crecimiento proporcional en un período determinado.

Para Kotler y Keller (2021) el crecimiento empresarial, enfocado en los ingresos, se puede definir como el proceso de aumentar de manera sostenida los ingresos generados por una empresa a través del incremento de las ventas, la captación de nuevos clientes y la maximización de las oportunidades de ingresos existentes. Este enfoque pone énfasis en la generación de ingresos como medida clave del crecimiento empresarial y destaca la importancia de estrategias efectivas de ventas y marketing para impulsar el crecimiento de la empresa.

El incremento de transacciones comerciales se refiere al aumento en la cantidad o valor de los productos o servicios vendidos por una empresa durante un período de tiempo específico. Es una métrica importante que indica

la capacidad de una empresa para aumentar sus ingresos y expandir su participación en el mercado (Kotler & Keller, Marketing Management, Global Edition, 2021).

Así mismo, Anderson et ál. (2006) refieren que el incremento de transacciones o de ventas es el aumento en la cantidad o valor de los productos o servicios vendidos por una empresa en comparación con un período anterior. Es una medida importante del desempeño comercial y puede indicar el éxito en la generación de ingresos y la expansión del negocio.

Como se menciona en párrafos antecedentes el incremento de transacciones o también conocido como incremento de ventas, es un indicador fundamental pues permite generar una medición de desempeño de la empresa, permite conocer oportunidades y tendencias, evaluar la competitividad, pero sobre todo permite el crecimiento o expansión de la empresa.

Todo este proceso, de las operaciones comerciales de la empresa, tiene que ir de la mano como una buena gestión de registro y recaudación de ingresos. Según Horngren et ál. (2017) la recaudación de ingresos es fundamental para evaluar la capacidad de una empresa para generar ingresos y mantener su liquidez.

Dentro del contexto contable y financiero la recaudación de ingresos se refiere al proceso de obtención y registro de los ingresos generados por una empresa a través de la venta de productos, prestación de servicios u otras fuentes de ingresos. Es el flujo de dinero que ingresa a la empresa como resultado de sus actividades comerciales. (Horngren et al., 2017).

Asu vez, Warren (2016) establece que la recaudación de ingresos son los procesos de obtención y registro de los ingresos generados por una entidad, ya sea una empresa, organización sin fines de lucro o entidad gubernamental. Implica la recepción y contabilización de los flujos de dinero provenientes de la venta de bienes, prestación de servicios, inversiones, donaciones u otras fuentes de ingresos.

Según Kieso (2016) la recaudación de ingresos se refiere al proceso de obtención y registro de los flujos de dinero generados por una entidad a través de la venta de bienes, la prestación de servicios u otras fuentes de ingresos. Este proceso implica la recepción de pagos de los clientes, la emisión de facturas, el seguimiento de cuentas por cobrar y la contabilización adecuada de los ingresos

Como se determina, es importante la gestión de los ingresos de toda empresa, esto incluye el correcto registro de los ingresos, aplicación de políticas y procedimientos adecuados de facturación y cobro, y control de los flujos de efectivo entrantes. Además, es importante tener una correcta y continua medición de los ingresos, reconocimiento de ingresos en diferentes situaciones y el impacto de la recaudación de ingresos en la rentabilidad y solvencia de la empresa.

Otro aspecto fundamental dentro del crecimiento de una empresa, es la capacidad que tiene la empresa para establecer las relaciones con sus clientes y la captación de nuevos clientes. Según Kotler y Armstrong (2016) *los clientes* son individuos, empresas u organizaciones que adquieren bienes o servicios de una empresa con el propósito de satisfacer sus necesidades o deseos. En el contexto empresarial, los clientes son considerados como la base de la demanda y constituyen una parte fundamental del proceso de generación de ingresos de una empresa.

Para Dimitriadis et ál. (2018) un cliente es una persona, organización o entidad que interactúa con una empresa o proveedor para obtener productos, servicios o soluciones que satisfagan sus necesidades, deseos o problemas específicos. Según Epriliyana et ál. (2022) los clientes son la fuente principal de ingresos para las empresas. Cuantos más clientes tenga una empresa, mayores serán las oportunidades de ventas y mayores serán los ingresos generados. El aumento de clientes contribuye directamente al crecimiento de la empresa. Cuantos más clientes se adquieran, mayor será la base de clientes de la empresa, lo que puede llevar a un aumento en la participación de mercado, la expansión geográfica y el desarrollo de nuevas líneas de productos o servicios.

2.3 Marco Conceptual

E-commerce: Comercio electrónico hace referencia a la adaptación de operaciones normales, comerciales, gubernamentales o personales a medios tecnológicos (Somalo, 2017).

Fintech: es una abreviatura de tecnología financiera y engloba una amplia gama de actividades, incluyendo pagos electrónicos, préstamos, gestión de inversiones, criptomonedas, crowdfunding y muchas otras soluciones financieras basadas en tecnología. (Demirguc-Kunt et al., 2019).

Empresas emisoras de dinero electrónico: son aquellas empresas cuyo objetivo principal es la emisión de dinero electrónico y otras operaciones relacionadas con este. No obstante, no pueden conceder préstamos (Vega, 2013).

POS: dispositivos utilizados para capturar datos de operaciones de pago. Puede ser físico o virtual (Nicoletti, 2017).

Ingreso: son todo tipo de beneficio económico producto de una transacción dentro de un periodo determinado entre una empresa con un cliente el cual incrementa el patrimonio de una empresa, sin contar las aportaciones de los propietarios (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad [IASB], 2001).

Ventas: Es una transferencia de propiedad de dinero o crédito. Contablemente dentro de la partida doble las ventas de mercaderías se registran en el diario como un débito de efectivo o cuentas por cobrar y un crédito en la cuenta venta (Meigs, y otros, 2000).

MYPES: Persona natural o jurídica que realizan actividades de extracción, producción, comercialización, transformación de bienes y prestación de servicios. Dentro del marco de la ley laboral las microempresas poseen máximo diez trabajadores y las pequeñas empresas hasta 100 trabajadores (Mares, 2017).

Inteligencia artificial: Es la capacidad de las máquinas de emplear algoritmos, aprender de los datos y emplear todo lo aprendido para tomar decisiones, así como lo realiza una persona (Rouhiainen , 2018).

Interoperabilidad: es la capacidad que tiene 2 o más sistemas de intercambiar datos e información, además de tener la capacidad de emplear dicha información (Palfrey & Gasser, 2012).

Innovación: el proceso de generar y aplicar nuevas ideas, productos, servicios, procesos o modelos de negocio que resultan en mejoras significativas, cambios disruptivos o la creación de valor para las organizaciones y la sociedad en general (OECD, 2018)

Tecnología: es la técnica que utiliza el conocimiento científico para controlar, transformar las cosas o procesos (Bunge, 2002).

Blockchain: es una tecnología de registro distribuido que permite la creación de un registro inmutable y transparente de transacciones o datos, compartido entre múltiples participantes, sin la necesidad de un intermediario centralizado. (Amuial et al., 2016).

Clientes: personas, organizaciones o entidades que adquieren bienes, servicios o soluciones ofrecidos por una empresa, con el objetivo de satisfacer sus necesidades, deseos o resolver un problema específico. (Kotler & Keller, 2021).

Costos: Los costos se refieren a los desembolsos en los que incurre una empresa para producir bienes o servicios, incluyendo tanto los costos directos asociados con la producción en sí, como los costos indirectos relacionados con la administración y el soporte de la operación. (Tayles & Drury, 2020).

Capacidad innovadora: habilidad de una organización para estimular y mantener la generación de nuevas ideas, la experimentación y la implementación de nuevos métodos, lo cual conduce al desarrollo de productos, servicios o tecnología novedosos. (Becerra et al., 2023).

Valor agregado: son los atributos, características o beneficios adicionales que se incorporan a un producto para diferenciarlo de los competidores y proporcionar mayor satisfacción al cliente. (Kotler & Armstrong, 2016).

2.4. Sistema de Hipótesis.

2.4.1. Hipótesis General.

- Las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

2.4.2. Hipótesis Específicas.

- La tecnología utilizada en las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.
- La seguridad brindada por las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.
- La experiencia de uso brindada por las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.
- Los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

2.5. Variables e indicadores

Fintech de medio de pago: Son nuevas e innovadoras empresas que a través del uso de tecnología buscan ofertar servicios financieros permitiéndoles un gran impacto en el mercado (Nicoletti, 2017).

Ingresos: Beneficio económico producto de una transacción dentro de un periodo determinado entre una empresa con un cliente el cual incrementa el patrimonio de una empresa, sin contar las aportaciones de los propietarios (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad [IASB], 2001).

Tabla 1

Matriz Operacional de la Variable: Fintech de medio de pago

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Variable1: Fintech medio de pago	Son nuevas e innovadoras empresas que a través del uso de tecnología buscan ofrecer servicios financieros permitiéndoles un gran impacto en el mercado (Nicoletti, 2017).	Aplicativos móviles que permite la transacción de dinero entre personas.	Tecnologías	Funcionamiento de las tecnologías Porcentaje de transacciones procesadas sin errores	Cuestionario
			Seguridad	Medidas de prevención de fraude Prevención de fraudes	
			Experiencia de uso	Satisfacción con la experiencia de pago Facilidad de uso y navegación de la plataforma de pagos.	
			Costos	Tarifas y comisiones cobradas por la Fintech. Recargo clientes	

Tabla 2

Matriz Operacional de la Variable: Ingreso

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Variable 2: Ingresos	Beneficio económico producto de una transacción dentro de un periodo determinado entre una empresa con un cliente el cual incrementa el patrimonio de una empresa, sin contar las aportaciones de los propietarios (Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad [IASB], 2001).	Beneficios económicos que perciben los negocios por las actividades u operaciones que realizan.	Control	Operaciones	Cuestionario
				Gestión y control	
				Valor agregado o competitividad	
			Crecimiento	Incremento de transacciones	
				Recaudación de Ingreso	
				Clientes	

III MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. Material

3.1.1. Población

La población estuvo constituida por 9,644 micro y pequeñas empresas (pertenecientes a los Regímenes tributarios Nrus, Régimen especial y MYPE tributario) del distrito de Veintiséis de Octubre en el año 2022

3.1.2. Marco de muestreo

Conformado la lista de Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre en el año 2022.

3.1.3 Unidad de análisis

Una MYPE del distrito Veintiséis de Octubre - Piura

3.1.4 Muestra

Se aplicó la formula del muestreo probabilístico:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_a^2 * p * q}$$

Donde:

N=tamaño de muestra

Z= nivel de confianza 1.96 (95%)

p=0.5

q=0.5

e= error, 0.05(5%)

n= tamaño de muestra.

$$n = \frac{9644 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (9644 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

La muestra calculada fue de 370 Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre, en el año 2022

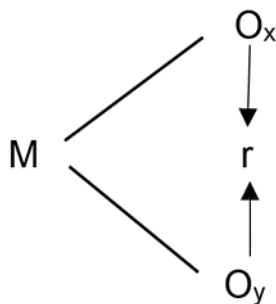
3.2. Métodos

3.2.1. Diseño de contrastación

La presente investigación es una investigación básica pues permitió mejorar la comprensión de un fenómeno, estudio o ley natural. Busco examinar el funcionamiento de los procesos para ampliar el conocimiento y hacer predicciones (Arias et al, 2022). Se empleó el enfoque cuantitativo, el

cual constituye un método de estudio que se focaliza en la recopilación y análisis de información numérica y estadística con el propósito de describir, explicar o predecir diversos fenómenos (Ñaupas et al, 2013).

De diseño no experimental, de acuerdo con Hernández et al (2014) la investigación no experimental es aquellas que se realiza sin manipular las variables. Lo que se realiza en la investigación no experimental es observar los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Además, de transversal pues el análisis y registro de datos se da en un momento dado. Y de nivel o alcance correlacional dado que posibilita al investigador examinar la conexión entre los eventos de la realidad (variables) con el objetivo de comprender su nivel de impacto, con el fin de establecer el nivel de relación existente entre las variables (Hernández et al, 2014). Presentando el siguiente esquema:



Donde:

Ox= Primera variable: Fintech de medio de pago.

Oy= Segunda variable: Ingreso.

M= muestra representada por 370 Mypes del distrito de Veintiséis de octubre en Piura.

r= relación entre las variables de estudio.

También se empleó el coeficiente de correlación de Spearman, el cual se distribuye en los siguientes valores

Tabla 3*Crterios de coeficiente de Correlación de Spearman*

Valor	Criterio	
$r = 1.00$	Correlación perfecta y positiva.	Fuente
$0.90 \leq r < 1.00$	Correlación muy alta.	
$0.70 \leq r < 0.90$	Correlación alta.	
$0.40 \leq r < 0.70$	Correlación moderada.	
$0.20 \leq r < 0.40$	Correlación muy baja.	
$r = 0.00$	Correlación nula.	
$r = -1.00$	Correlación perfecta y negativa.	
elaboración propia		

3.2.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

3.2.2.1. Técnicas

Se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta, la cual estuvo dirigida a los gerentes y representantes legales de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre. Esta herramienta permitirá identificar las variables y sus relaciones, de la cual se obtendrán los instrumentos de la investigación (Rodríguez, 2010).

3.2.2.2. Instrumentos

Se empleó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de preguntas cerradas, en el cual se añadieron dimensiones y características de las variables de estudio. Para medir la fiabilidad de los instrumentos se utilizó el coeficiente de alfa de Cronbach:

*Tabla 4**Crterios de Coeficiente de Correlación de Alpha de Cronbach.*

Valor	Criterio
--------------	-----------------

$0.90 \leq \alpha < 1.00$	Confiabilidad muy alta.
$0.70 \leq \alpha < 0.90$	Confiabilidad alta.
$0.40 \leq \alpha < 0.70$	Confiabilidad moderada.
$0.20 \leq \alpha < 0.40$	Confiabilidad muy baja.
$\alpha = 0.00$	Confiabilidad nula.

Fuente: elaboración propia.

3.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Los resultados de la presente investigación se procesaron haciendo uso del programa SPSS versión 27, realizando las siguientes pruebas estadísticas:

- Prueba de confiabilidad por cada instrumento
- Prueba de normalidad Kolmogorov -Smirnov
- Prueba de correlación, utilizando el coeficiente de correlación de Spearman.
- Tabulaciones correspondientes a cada pregunta.

Además, se emplearon las herramientas de Microsoft Office como es la hoja de cálculo Excel y gráficos de barras que permitieran una mejor interpretación de los resultados.

IV. REPRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados

Se analizó la incidencia de las Fintech de medio pago en los ingresos de las Mypes, para lo cual se empleó un cuestionario.

4.1.1. Resultados generales

a) Dimensión tecnología

Tabla 5 Tecnología

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
1. Estoy familiarizado con el funcionamiento de las Fintech de medio de pago (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.)	14	60	74	170	52	370
2. La mayoría de las transacciones procesadas a través de Fintech de medio de pago (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.) se realizan sin errores.	21	88	104	135	22	370

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

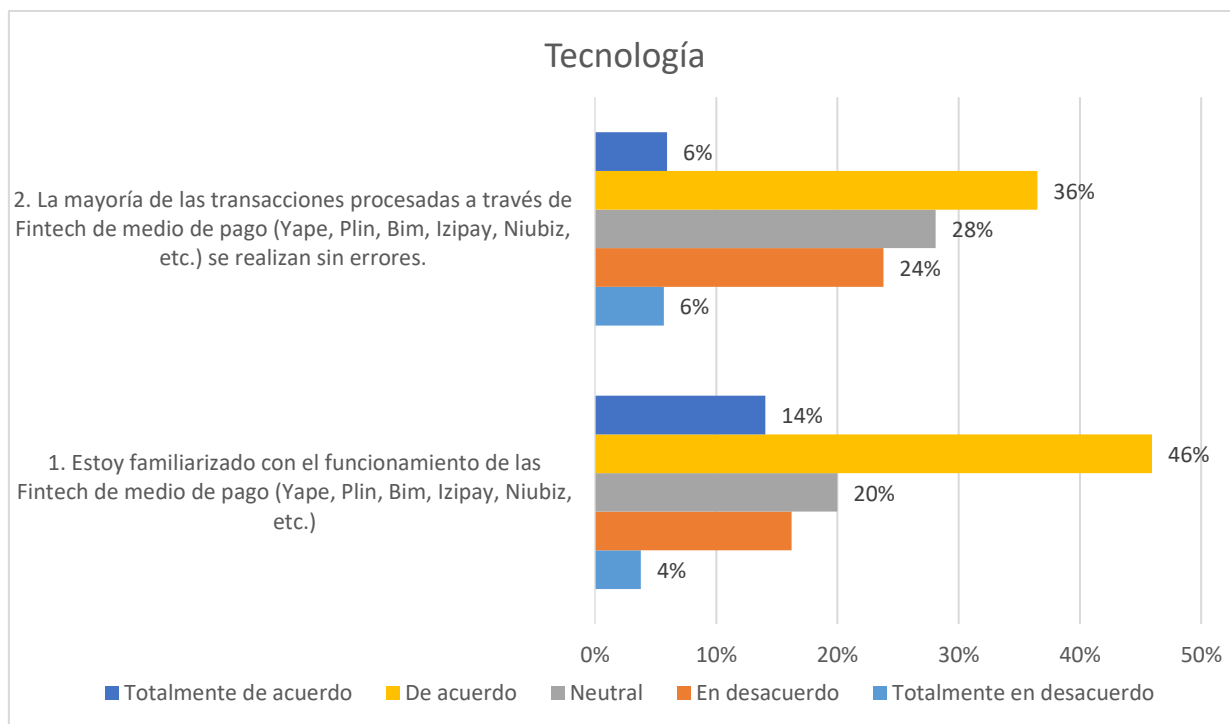


Figura 1 Tecnología

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e Interpretación

En la tabla 5 y la Figura 9, muestra que el 46% de los gerentes y representantes legales de las MYPEs del distrito de Veintiséis de Octubre se encuentran familiarizados con el funcionamiento de las Fintech de medio de pago. Además, el 36% consideran que la mayoría de las transacciones procesadas a través de Fintech de medio de pago se realizan sin errores.

b) Seguridad

Tabla 6 Seguridad

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
3. Tomo medidas para prevenir fraudes al usar Fintech de medio de pago.	7	68	87	194	14	370
4. Las Mypes se sienten seguras cuando utilizan Fintech de medio de pago.	21	45	223	60	21	370
5. Los fraudes se dan de forma constante al utilizar las Fintech de medio de pago (yape, plin, niubiz, Izipay)	14	125	173	51	7	370

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Fuente: Investigación propia

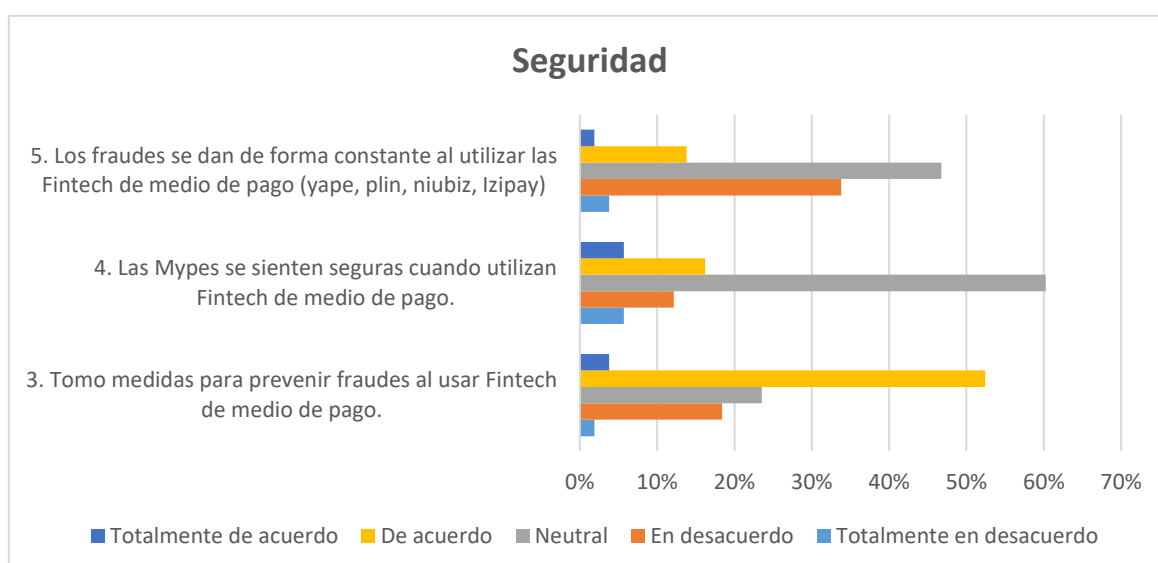


Figura 2 Seguridad

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e interpretación

La tabla 6 y la figura 2, muestran que el 52% de los gerentes y representantes legales de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre están de acuerdo con tomar medidas para prevenir fraudes al usar Fintech de medio de pago. Además, 60% de los encuestados tienen una opinión neutral sobre sentirse seguras cuando utilizan Fintech de medio de pago y el 47% tiene una posición neutral sobre la constancia de los fraudes que se dan al utilizar las Fintech de medio de pago.

c) Experiencia de uso

Tabla 7 Experiencia de Uso

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
6. Los clientes de las Mypes se sienten familiarizados con el uso de Fintech de medio de pago (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.).	7	45	81	163	74	370
7. Las plataformas de Fintech de Medio de Pago son fáciles de utilizar (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.).	7	37	83	148	95	370
8. En la mayoría de las transacciones no he tenido problemas con el cobro por fallos del aplicativo	21	74	179	66	30	370

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

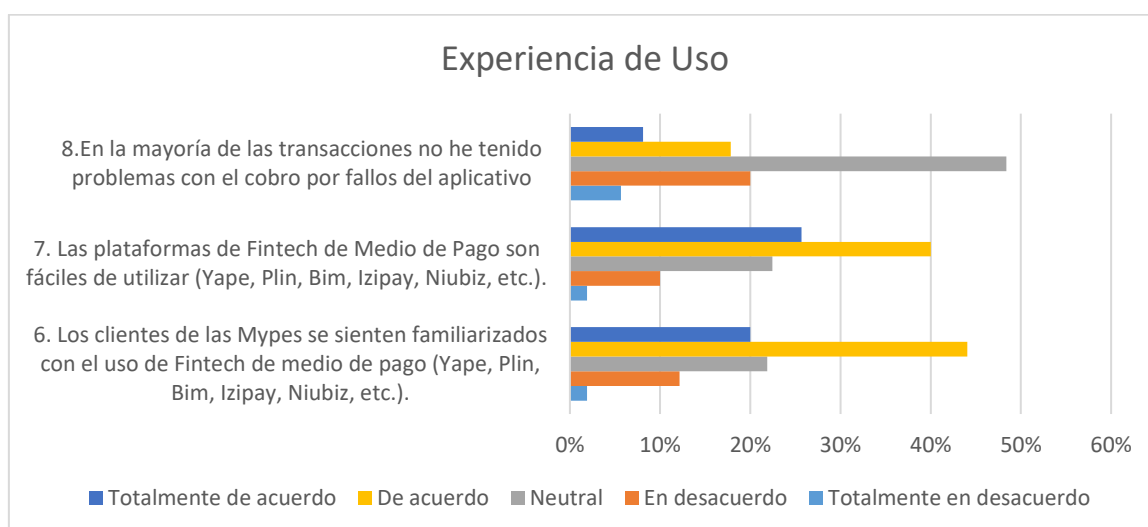


Figura 3 Experiencia de Uso

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e Interpretación

La tabla 7 y la Figura 3, muestran que el 44% de los gerentes y representantes legales de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre encuestados están de acuerdo con la afirmación de que sus clientes se sienten familiarizados con el uso de Fintech de medio de pago. Además, el 40% de los encuestados consideran que las plataformas de Fintech de medio de pago son fáciles de utilizar y el 48% menciona sentirse neutral ante la afirmación que en la mayoría de las transacciones no ha tenido problemas con el cobro por fallos del aplicativo.

d) Costos

Tabla 8 Costos

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
9. Prefiero usar Yape, Plim y Bim por ser gratuito.	14	39	140	96	81	370
10. Cobro un porcentaje adicional por transferencia con Fintech de medio de pago no gratuito (Izipay y Niubiz).	14	44	158	132	22	370
11. Estoy de acuerdo con que la norma me prohíba recargar comisiones a mis clientes.	110	119	141	0	0	370

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

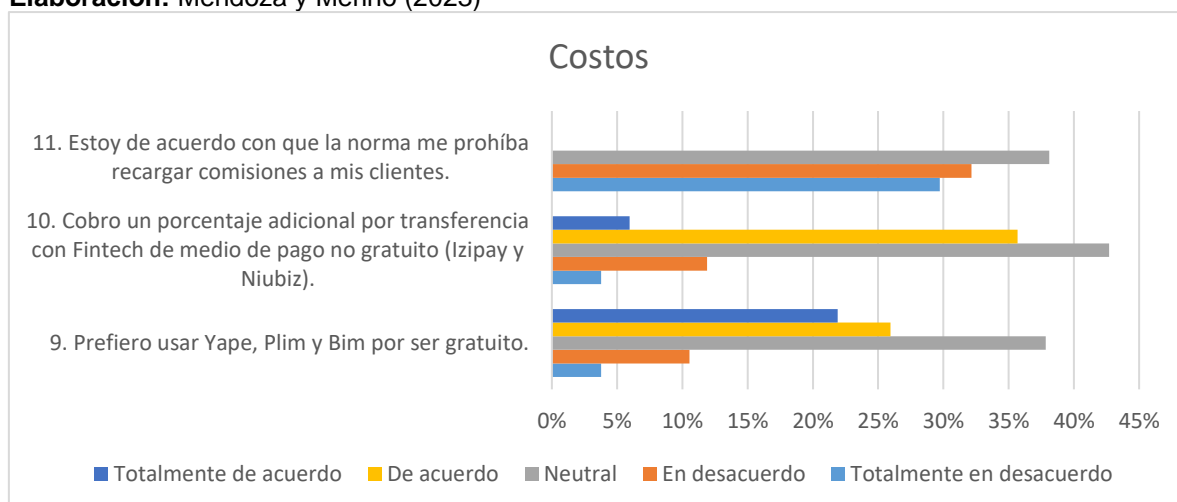


Figura 4 Costos

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e Interpretación

La tabla 8 y la Figura 4, muestran que el 38% de los gerentes y representantes legales de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre encuestados tienen una opinión neutral ante la preferencia de uso de Yape, Plin y Bim. Así mismo el 43% y 38 % de los encuestados tienen una posición neutral ante la afirmación de cobrar un porcentaje adicional por transferencia con Fintech de medio de pago no gratuito y sobre estar de acuerdo con que la norma prohíba recargar comisiones a mis clientes.

e) Control

Tabla 9 Control

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
12. Los ingresos de mi negocio provienen en gran medida de operaciones con Fintech de medio de pago (yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz).	0	7	58	245	60	370
13. Las transacciones por medio de aplicativos facilitan la gestión y control de los ingresos de mi negocio.	0	36	132	165	37	370
14. Los negocios que implementen diferentes medios de pago poseen un valor agregado.	8	57	111	76	118	370

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

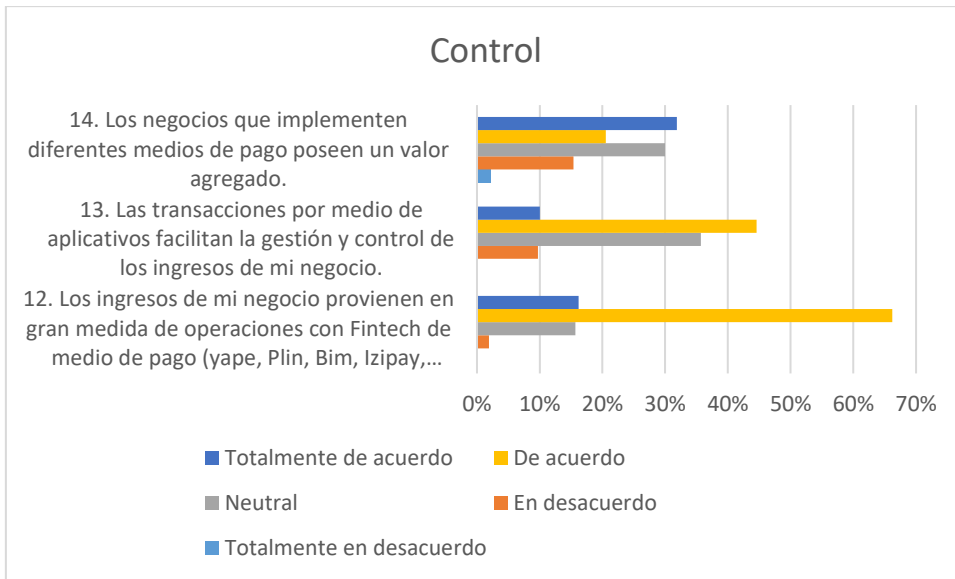


Figura 5 Control

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e interpretación

La tabla 9 y la Figura 5, muestran que el 66% de los gerentes y representantes legales de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre encuestados están de acuerdo con que los ingresos de sus negocios provienen en gran medida de operaciones con Fintech de medio de pago. Así mismo, el 45% de los encuestados están de acuerdo con la afirmación que las transacciones por medio de aplicativos facilitan la gestión y control de los ingresos de sus negocios. Además, el 32% dice estar totalmente de acuerdo con la afirmación que los negocios que implementen diferentes medios de pagos poseen un valor agregado.

f) Crecimiento

Tabla 10 Crecimiento

Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
15. Las Fintech de medio de pago han permitido aumentar la cantidad de transacciones realizadas.	0	8	74	124	164	370
16. Las Fintech de medio de pago han contribuido al aumento de la recaudación de ingresos de mi negocio.	0	36	104	170	60	370
17. Tener diferentes opciones de pago mejora la satisfacción de los clientes, aumentando su preferencia por la empresa.	0	52	111	131	76	370

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

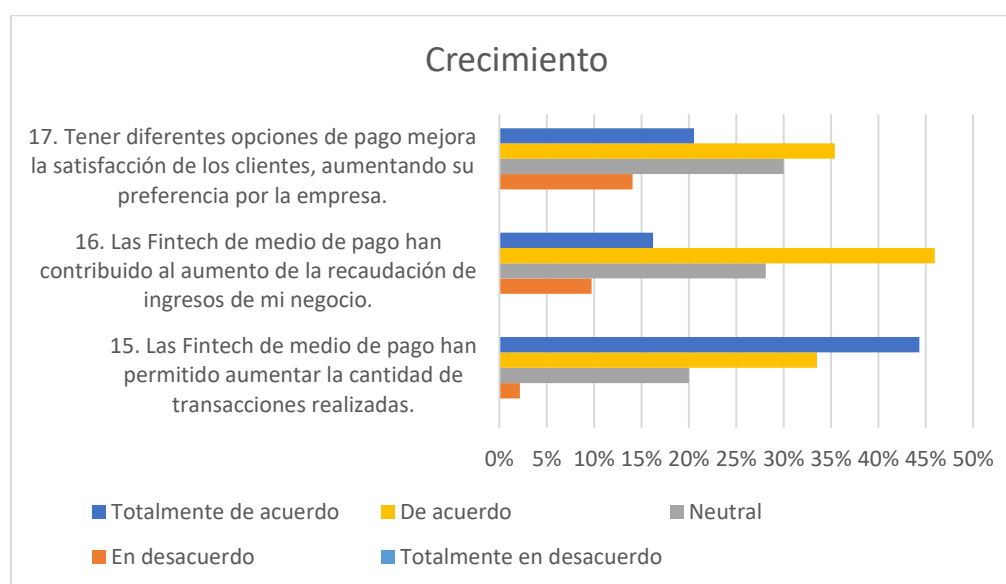


Figura 6 Crecimiento

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e interpretación

En la tabla 10 y la Figura 6, muestran que el 44% de los gerentes y representantes legales de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre encuestados están

totalmente de acuerdo con la afirmación que las Fintech de medio de pago han permitido aumentar la cantidad de transacciones realizadas. Además, el 46% de los encuestados dicen estar de acuerdo con la afirmación que las Fintech de medio de pago han contribuido al aumento de la recaudación de ingresos de mi negocio. Así mismo, el 35% menciona estar de acuerdo con la afirmación sobre tener diferentes opciones de pago mejora la satisfacción de los clientes, aumentando su preferencia por la empresa.

4.1.2. Prueba de confiabilidad

Fintech de medio de pago

Tabla 11

Prueba de Confiabilidad de la Variable Fintech de medio de pago

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,933	11

Fuente: elaboración propia

En la Tabla 11 se observa que el índice de Alpha es de 0.933, por lo tanto, se concluye que el instrumento propuesto para medir la variable: Fintech de medio de pago tiene una alta confiabilidad estadística.

Tabla 12

Prueba de Confiabilidad de la Variable Ingresos

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,914	6

Fuente: elaboración propia

En la tabla 12 se observa que el índice de Alpha es de 0.914, por lo tanto, se concluye que el instrumento propuesto para medir la variable: Ingresos tiene una alta confiabilidad estadística.

4.1.3. Prueba de normalidad

H1 = Los datos de las variables Fintech de medio de pago e ingreso indican la aplicación de una prueba paramétrica.

H0 = Los datos de las variables Fintech de medio de pago e ingreso indican la aplicación de una prueba no paramétrica.

La regla de decisión a considerar es:

- Sig. < 0.05 se acepta la H0 y se rechaza H1.
- Sig. > 0.05 se rechaza la H0 y se acepta H1.

Tabla 13

Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Tecnología	,286	370	,000
Seguridad	,310	370	,000
Experiencia de uso	,293	370	,000
Costos	,240	370	,000
Control	,340	370	,000
Crecimiento	,232	370	,000

Fuente: elaboración propia

Los resultados de la Prueba de Normalidad (Tabla 13), indican que para la variable Fintech de medio de pago y sus dimensiones (Tecnología, Seguridad, Experiencia de Uso, Costos), el sistema SPSS proyecta una significancia de 0.000, llegándose a concluir que la significancia es menor a 0.05, aceptándose H₀, por lo tanto, se sugiere aplicar una prueba no paramétrica. Para la variable Ingresos y sus dimensiones (Control y crecimiento) el sistema SPSS proyecta una significancia de 0.000, llegándose a concluir que la significancia es menor a 0.05, aceptándose H₀, por lo tanto, se sugiere aplicar una prueba no paramétrica.

4.1.4. Contrastación de Hipótesis

Hipótesis general

H₁= Las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

H₀ = Las Fintech de medio de pago no inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Tabla 14
Rho de Spearman: Fintech de medio de pago e Ingresos

		Fintech de medio de pago	Ingresos
Rho de Spearman	Fintech de medio de pago	Coefficiente de correlación	,839**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	370
	Ingresos	Coefficiente de correlación	,839**
		Sig. (bilateral)	,000
		N	370

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

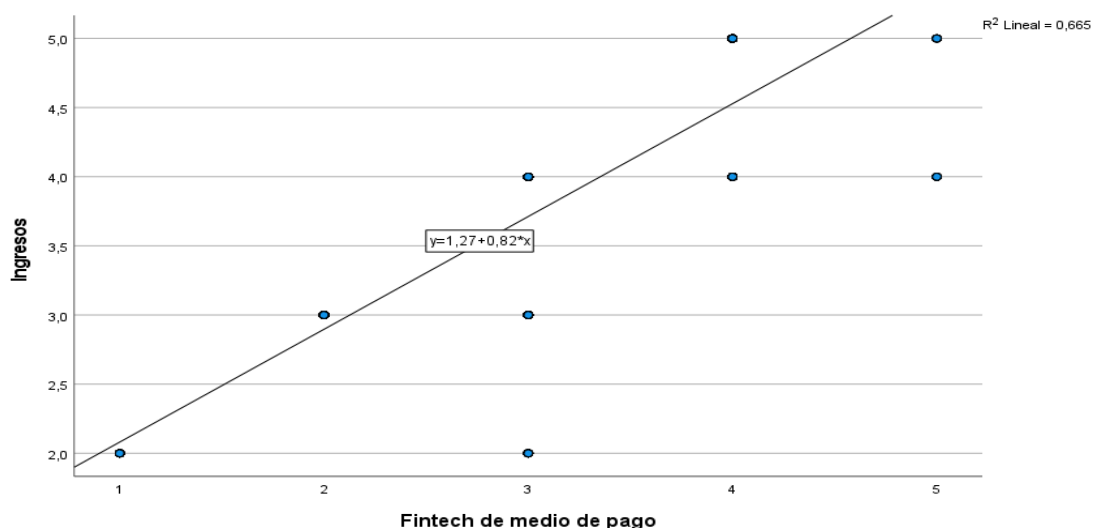


Figura 7 Correlación lineal de Fintech de medio de pago e Ingresos

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e interpretación

Los resultados de la Prueba Rho de Spearman mostrados en la Tabla 14 y la Figura 7, indican que existe un coeficiente de correlación de 0.839 (correlación alta), con una significancia bilateral de 0, lo que indica que en la presente investigación se acepta la H_1 la cual afirma Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Esto se debe a que estas tecnologías mejoran la eficiencia operativa, facilitan el acceso a nuevos mercados, proporcionan ahorro en los costos y mejoran la experiencia del cliente.

Hipótesis Especifica

Como hipótesis específica 1 se propuso:

H_1 = La tecnología utilizada en las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

H_0 = La tecnología utilizada en las Fintech de medio de pago no incide en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Tabla 15
Rho de Spearman: Tecnología e Ingresos.

		Tecnología	Ingresos
Rho de Spearman	Tecnología	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,754**
		N	. 370
	Ingresos	Coeficiente de correlación	,754**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000 370

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia.

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

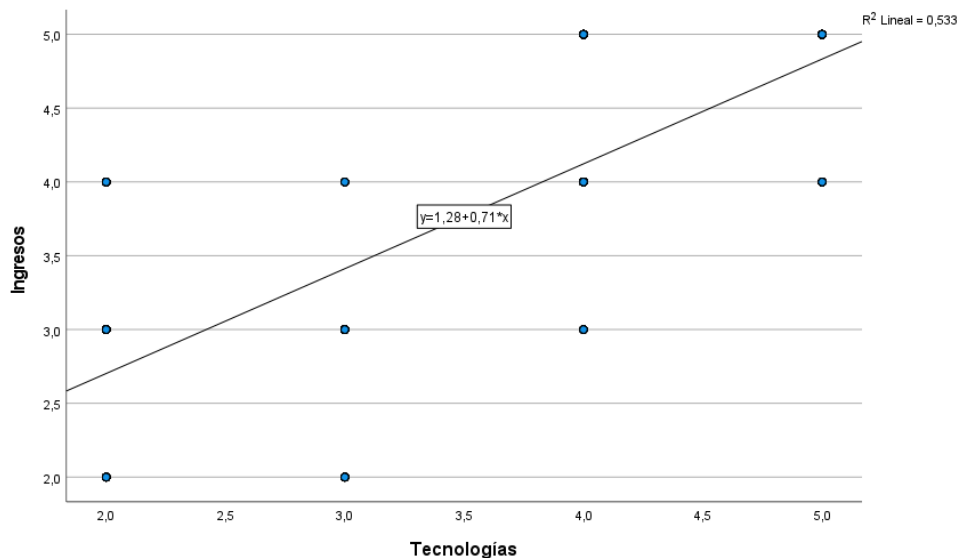


Figura 8 Correlación lineal de Tecnologías e Ingresos

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e interpretación

Los resultados de la Prueba Rho de Spearman mostrados en la Tabla 15 y la Figura 8 indican que existe un coeficiente de correlación de 0.754 (Correlación alta), con una significancia bilateral de 0, lo que indica que en la presente investigación se acepta H_1 la cual afirma que existe relación entre la Tecnología y los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Esto se debe a que las tecnologías empleadas por las Fintech de medio de pago mejoran la eficiencia operativa, lo que aumenta la productividad y reduce los costos. Además, puede mejorar la experiencia del cliente al ofrecer servicios más rápidos, personalizados y convenientes.

Como hipótesis específica 2 se propuso:

H_1 = La seguridad brindada por las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

H_0 = La seguridad brindada por las Fintech de medio de pago no tiene una incidencia en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Tabla 16
Rho de Spearman: Seguridad e Ingresos

			Seguridad	Ingresos
Rho de Spearman	Seguridad	Coefficiente de correlación	1,000	,611**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N		370	370
	Ingresos	Coefficiente de correlación	,611**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
N		370	370	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración Propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

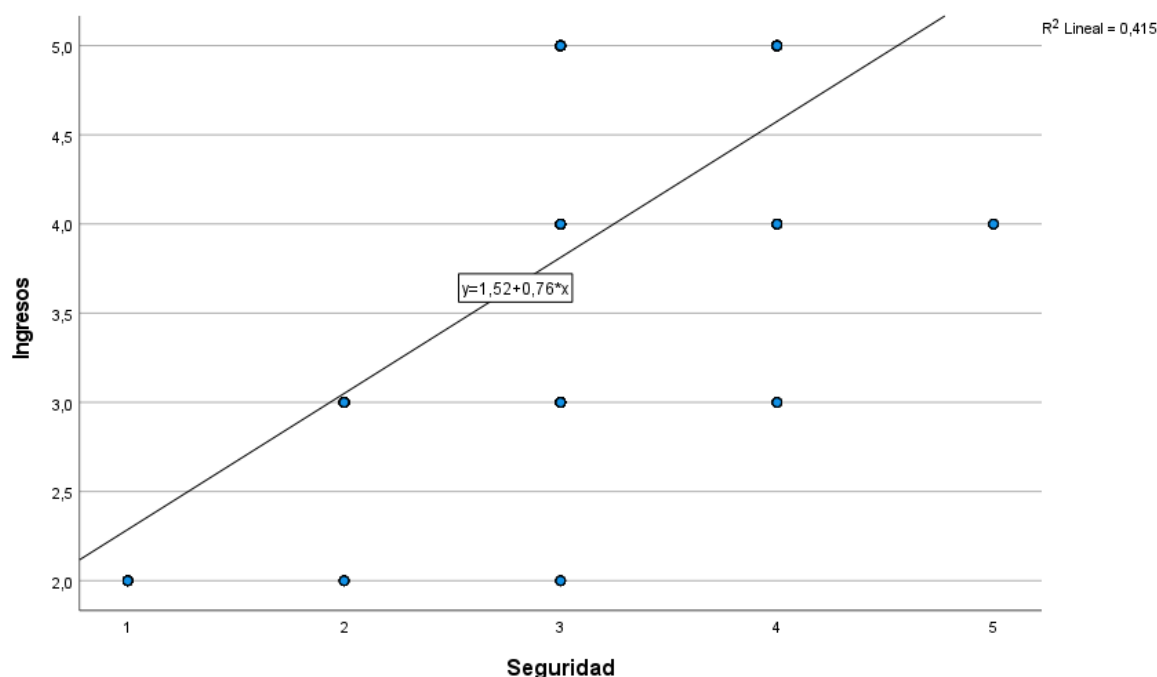


Figura 9 Correlación lineal de Seguridad e Ingresos

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e interpretación

Los resultados de la prueba de Rho de Spearman mostrados en la Tabla 16 y la Figura 9, indican que existe un coeficiente de correlación de 0.611 (correlación moderada), con una significancia bilateral de 0, lo que indica que en la presente

investigación se acepta H_1 la cual afirma que existe relación entre la Seguridad y los ingresos en las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Esto se debe a que una mayor seguridad brindada por los medios de pago puede generar confianza y tranquilidad a los clientes y a las empresas que las emplean. Los clientes se sienten más seguros de realizar transacciones, lo que lleva al aumento en las ventas. Además, una mayor seguridad llevara a la disminución de fraudes y actividades delictivas, lo que protege a las empresas de pérdidas financieras y a ver perjudicada su reputación.

Como hipótesis específica 3 se propuso:

H_1 = La experiencia de uso brindada por las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

H_0 = La experiencia de uso brindada por las Fintech de medio de pago no tiene incidencia en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Tabla 17
Rho de Spearman: Experiencia de uso e Ingresos

			Experiencia de uso	Ingresos
Rho de Spearman	Experiencia de uso	Coefficiente de correlación	1,000	,788**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Ingresos	N	370	370
		Coefficiente de correlación	,788**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	370	370

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

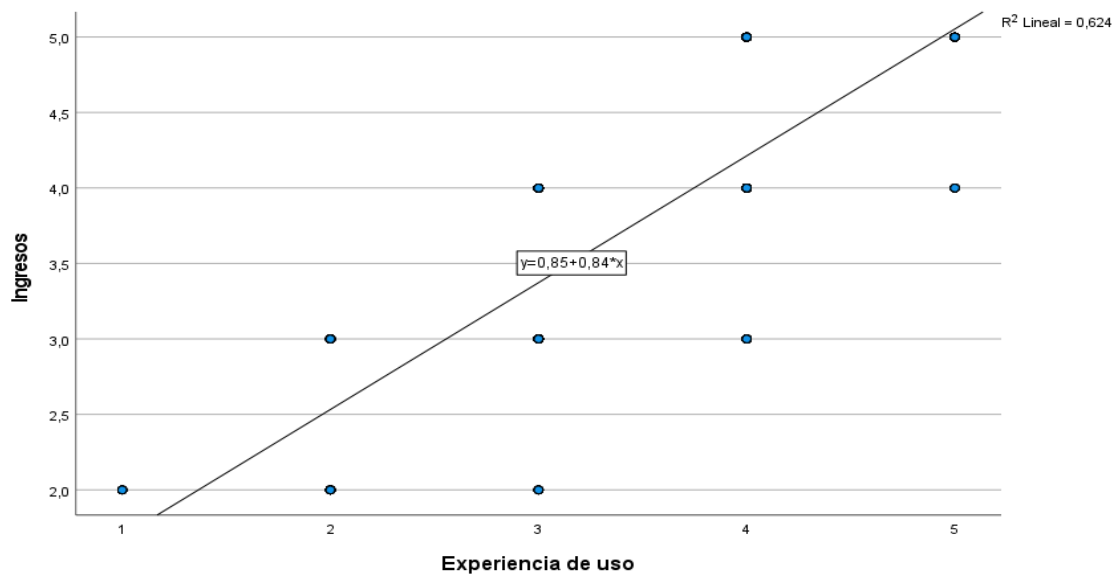


Figura 10 Correlación lineal de Experiencia de uso e Ingresos

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e Interpretación

Los resultados de la Prueba Rho de Spearman mostrados en la Tabla 17 y la Figura 10, indican que existe un coeficiente de correlación de 0.788 (Correlación Alta), con una significancia bilateral de 0, lo que indica que en la presente investigación se acepta H_1 la cual afirma que existe relación entre la Experiencia de Uso y los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Esto se debe a que una experiencia de uso positiva de las Fintech de medio de pago puede generar una mayor satisfacción, confianza y lealtad en los clientes. Cuando los clientes tienen una experiencia fluida, segura y fácil de usar, es más probable que utilicen frecuentemente los servicios Fintech, lo que se traduce en un mayor volumen de transacciones y, por lo tanto, en mayores ingresos.

Como hipótesis específica 4 se propuso:

H_1 = Los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

H_0 = Los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago no inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Tabla 18
Rho de Spearman: Costos e Ingresos.

			Costos	Ingresos
Rho de Spearman	Costos	Coefficiente de correlación	1,000	,759**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	370	370
	Ingresos	Coefficiente de correlación	,759**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	370	370

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: elaboración propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

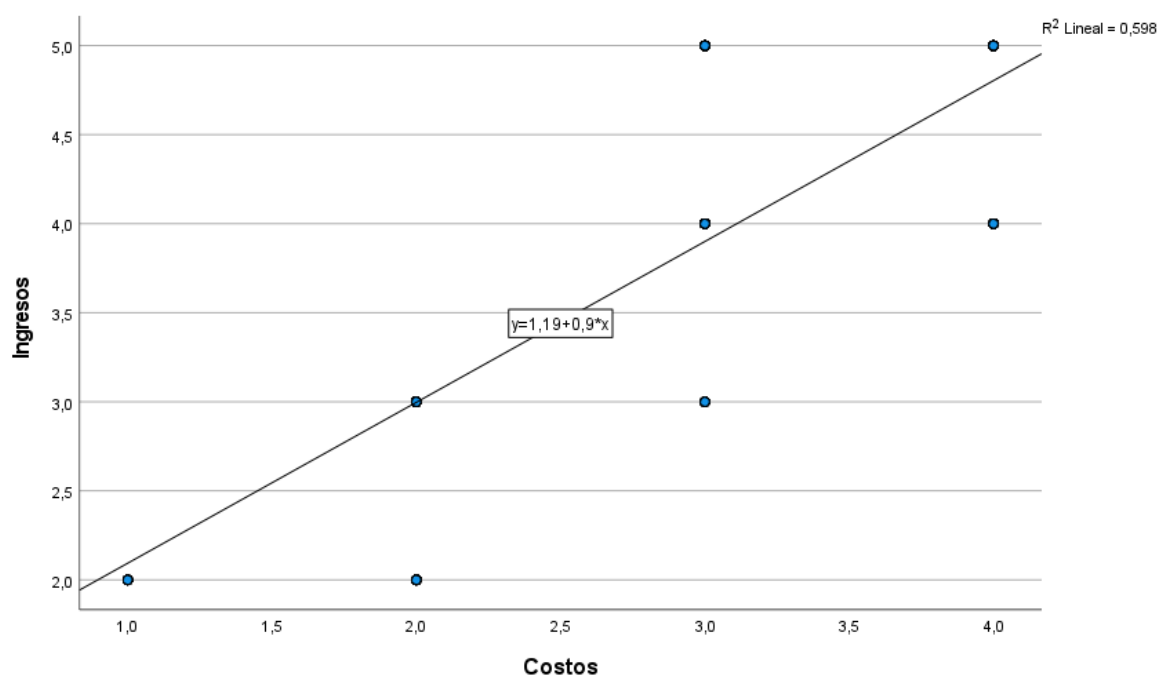


Figura 11 Correlación lineal de Costos e Ingresos

Fuente: Investigación propia

Elaboración: Mendoza y Merino (2023)

Análisis e interpretación

Los resultados de la Prueba Rho de Spearman mostrados en la Tabla 18 y la Figura 11, indican que existe un coeficiente de correlación de 0.759 (Correlación alta), con

una significancia bilateral de 0, lo que indica que en la presente investigación se acepta H_1 la cual afirma que existe relación entre los Costos y los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Esto se debe a que las Fintech de medio de pago ofrecen servicios más económicos o a costo cero en comparación con los métodos de pago tradicionales, como las transferencias bancarias o cheques. Además, los bajos costos de las Fintech de medio de pago pueden hacer más atractivos los productos o servicios de las empresas lo que lleva a un aumento de las ventas.

V. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Establecer de qué manera las tecnologías utilizadas por las Fintech de medio de pago indiquen en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.

Los resultados muestran que existe una correlación de 0.754 (75%) la cual es considerado de alto grado con una significancia de 0, esto indica que se acepta H_1 la cual menciona que las tecnologías utilizadas por las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre, 2022.

Los resultados muestran que el 46.2% de los encuestados están de acuerdo con las tecnologías utilizadas por las Fintech de medio de pago, el 19.7% de los encuestados están en desacuerdo, el 18.1% tiene una posición neutral, y el 15.9% restante menciona estar totalmente de acuerdo con la tecnología utilizada por las Fintech de medio de pago.

Estos resultados se asemejan a la investigación elaborada por Xia et al (2023) en la cual las características que poseen las tecnologías y el grado de adaptación de la tecnología a las tareas en el contexto de los pagos influyen positivamente en el sistema de pago electrónico de moneda digital implementado en china, teniendo una correlación de 0.875 y 0.895 respectivamente.

5.2. Determinar cómo la seguridad brindada por las Fintech de medio de pago incide en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.

Los resultados muestran que existe una correlación de 0.611 (61.1%) la cual es considerado de un grado moderado con una significancia de 0, esto indica que se acepta H_1 la cual menciona que la seguridad brindada por las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre durante el año 2022.

Los resultados muestran que el 58.1% de los encuestados tienen una posición neutral con la seguridad brindada por las Fintech de medio de pago, el 21.9% está de acuerdo, el 12.4% está en desacuerdo, el 5.7% está totalmente en desacuerdo y el 1.9% de los encuestados menciona estar totalmente de acuerdo con la seguridad brindada por las Fintech de medio de pago.

Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Barrenechea (2022) en cual se muestra que los procedimientos de ciberseguridad inciden en la ejecución de operatividad de las Fintech, teniendo una probabilidad asociada a Z es $p=0.001 < 0.05$. En cuanto sus resultados el 70% de los encuestados considera que se deben establecer mecanismos de ciberseguridad centrados a prevenir fraudes de identidad.

5.3. Determinar en qué medida la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago incide en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre.

Los resultados muestran que existe una correlación de 0.788 (78.8%) la cual es considerado de alto grado con una significancia de 0, esto indica que se acepta H_1 la cual menciona que la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre durante el año 2022.

Los resultados muestran que el 49.7% de los encuestados está de acuerdo con la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago, el 26.5% tiene una posición neutral, el 11.9% está en desacuerdo, el 10% está totalmente de acuerdo y el 1.9% de los encuestados está totalmente en desacuerdo con la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago.

Estos resultados se asemejan a la investigación realizada por Nugraha et ál (2022), en la cual demuestra que la facilidad de uso percibida (servicios fáciles de usar, interfaz amigable y comprensible, disposición en diferentes dispositivos) tienen un efecto significativo y positivo en las pymes de indonesia en la adopción de las Fintech (H_{1a} ; $\beta = 0.34$). En cuanto a sus resultados hace referencia que la facilidad de uso, la utilidad percibida, entre otros; explican el 51.8% de la variación en la adopción de Fintech.

5.4. Establecer como los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago indican en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

Los resultados muestran que existe una correlación de 0.759 (75.9%) la cual es considerado de alto grado con una significancia de 0, esto indica que se acepta H_1 la cual menciona que los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de

pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre durante el año 2022.

Los resultados muestran que el 44.3% de los encuestados tiene una posición neutral con los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago, el 26.2% está en desacuerdo, el 25.7% está de acuerdo, el 3.8% está totalmente en desacuerdo con los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago. Estos resultados coinciden con la investigación realizada por Werth et al (2023) ,en la cual señalan que el factor económico es relevante para el éxito de los negocios Fintech, por el contrario, los altos costos de infraestructura hardware y el consumo de energía pueden afectar negativamente la diferenciación económica de los costos de las Fintech. Además, Soto y Chávez (2023) en su investigación hallaron que la dimensión de costos gratuito de la Fintech Yape se relaciona con los comportamientos de compra, con un coeficiente de correlación moderada de 0.455 y un 63% de los encuestados están totalmente de acuerdo con el no cobro de comisiones al realizarse transacciones.

CONCLUSIONES

1. Los resultados de esta investigación demostraron que existe una correlación significativa de 83.9% entre las Fintech de medio de pago y los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiseises de Octubre en el año 2022. Estos hallazgos respaldan investigaciones anteriores y resaltan la importancia de emplear Fintech de medio de pago como un factor importante en el aumento de la recaudación de ingresos de este tipo de empresas. Esto muestra como la digitalización y la innovación tecnológica pueden ser un factor transformador para las Mypes. La adopción de Fintech no sólo puede aumentar la eficiencia de las operaciones diarias, sino que también abre nuevas oportunidades para las empresas al permitirles acceder a nuevos mercados y ofrecer una mejor experiencia a los clientes. En última instancia, esto lleva a un crecimiento empresarial más grande, demostrando cómo las Fintech representan un activo valioso para las Mypes en la economía moderna.
2. Se encontró una correlación significativa de 75,4% entre las tecnologías empleadas por las Fintech de medio de pago y los ingresos de la Mypes del Distrito de Veintiséis de Octubre en año 2022. La implementación de estas tecnologías permite a las Mypes manejar un mayor volumen de transacciones de manera eficiente, lo que a su vez conduce a un incremento en los ingresos. Además, las soluciones Fintech están abriendo nuevas oportunidades comerciales al permitir transacciones más rápidas, seguras y confiables, así como la posibilidad de acceder a nuevos mercados.
3. Se encontró una correlación moderada de 61.1% entre las medidas de seguridad empleadas por las Fintech de medio de pago y los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre en el año 2022. Estos hallazgos respaldan la hipótesis de una relación directa y significativamente entre las medidas de seguridad empleadas por las Fintech de medio de pago. Destacando que una mayor seguridad en las transacciones financieras digitalizadas contribuye a un aumento en la confianza y adopción de estas

tecnologías por parte de las Mypes, lo que a su vez puede conducir a un incremento en sus ingresos.

4. Se encontró una correlación alta de 78.8% entre la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago y los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre en el año 2022. Estos hallazgos respaldan la relación directa y significativa entre ambos factores, coincidiendo con investigaciones anteriores. El proporcionar una buena experiencia de uso de las Fintech implica familiaridad y destreza con estas herramientas. Una adopción efectiva de las Fintech permite a las Mypes agilizar sus procesos, acceder a mercados más amplios y a manejar sus finanzas de una manera más eficiente.

5. Se encontró una correlación significativa de 75.9% entre los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago y los ingresos de Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre en el año 2022. Estos hallazgos respaldan la relación directa y significativa entre ambos factores, coincidiendo con investigaciones anteriores. Esto se atribuye a la adopción de Fintech de medio de pago que ofrecen servicios económicos o gratuitos, en comparación con los métodos de pago tradicionales, potencialmente aumentando las ventas al hacer que los productos o servicios de las empresas sean más atractivos para los clientes.

RECOMENDACIONES

- Las Mypes deberían priorizar la incorporación de Fintech de medios de pago en sus operaciones comerciales. Estas herramientas no solo ofrecen oportunidades para mejorar la eficiencia de las transacciones, sino que también pueden resultar en un aumento significativo en la recaudación de ingresos. La adopción proactiva de Fintech puede proporcionar un impulso competitivo vital en el mercado actual.
- Se recomienda a las micro y pequeñas empresas seguir empleando y aumentar la variedad de este tipo aplicativos, pues esto permitirá que las empresas se mantengan al día de las tendencias digitales, sino que también creara una ventaja competitiva ante un mercado empresarial moderno.
- Las Mypes deben priorizar la adopción de Fintech de medios de pago que enfatizan la seguridad robusta en sus operaciones. Esta inversión en seguridad digital no solo incrementará la confianza en las transacciones, sino que también puede impulsar una mayor adopción de estas tecnologías y, en última instancia, potenciar los ingresos. La seguridad, por tanto, debe ser un factor crítico en la selección y adopción de soluciones Fintech.
- Las Mypes deben dedicar tiempo y recursos para familiarizarse y adquirir habilidades en el uso de tecnologías Fintech. Esta adopción efectiva no solo agilizará sus operaciones y mejorará la gestión financiera, sino que también abrirá las puertas a mercados más amplios. Por lo tanto, una buena experiencia de uso es esencial y las Mypes deben hacer todo lo posible para garantizarla.
- Las Mypes deben continuar adoptando y promoviendo el uso de Fintech de medio de pago que ofrecen servicios más económicos o gratuitos. Al reducir los costos de las transacciones, estas tecnologías pueden hacer que los productos o servicios de las empresas sean más atractivos para los clientes, potencialmente aumentando las ventas e impulsando los ingresos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amuial, S., Dewey, J. N., & Seul, J. (2016). *The Blockchain: A Guide for Legal and Business Professionals*. LegalWorks. doi:https://www.amazon.com/Blockchain-Guide-Legal-Business-Professionals/dp/0314876111#detailBullets_feature_div
- Anderson, J. C., Narus, J. A., & Van Rossum, W. (2006). Customer Value Propositions in Business Markets. *Harvard Business Review*, 84(3), 90-99. doi:<https://hbr.org/2006/03/customer-value-propositions-in-business-markets>
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. (2016). FinTech, RegTech and the Reconceptualization of Financial Regulation. *Northwestern Journal of International Law & Business*, Forthcoming. doi:<https://ssrn.com/abstract=2847806>
- Barranechea, C. (2022). *La prevención del lavado de Activos como estrategia de transparencia en la gestión de las empresas de servicios financieros tecnológicos (Fintech) en el Perú, 2017-2018*. Universidad de San Martín de Porres, Lima-Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/9992>
- Becerra, R., Ruiz, D., León, A., & Santo, J. M. (2023). The Relationship between Innovation and the Performance of Small and Medium-Sized Businesses in the Industrial Sector: The Mediating Role of CSR. *Economies*, 11(3), 92. doi:<https://doi.org/10.3390/economies11030092>
- Bim. (23 de 10 de 2022). *Bim*. Obtenido de Bim: <https://mibim.pe/>
- Bunge, M. (2002). *Concepto de tecnología*. Young Nelson.
- Cáceres, A., & Durand, A. (2020). *Plan de negocio de una Fintech intermediaria entre el banco y los clientes que desean mejorar las condiciones crediticias de sus créditos hipotecarios*. Universidad de Piura.
- Campos, J., Chuquipoma, C., Igrada, K., & Ugarte, J. (2021). *La percepción de las MYPEs con respecto a las Fintech como forma de financiamiento y medios de pago en Lima Metropolitana*. Universidad ESAN.
- Cao, L. (2020). AI in Finance: A Review. *University of Technology Sydne*. doi:<https://doi.org/10.2139/ssrn.3647625>
- Cassinello, N., Cervera, I., Ibañez, J., & Lopez, C. (2017). El desarrollo de las soluciones Fintech en España. *Revista cuatrimestral de las Facultades de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales*. Obtenido de <https://revistas.comillas.edu/index.php/revistaicade/article/view/8406/8412>

- Centro Nacional de Estimación, Prevención y Reducción del Riesgo de Desastres CENEPRED. (2017). *Informe de Evaluación de riesgo por inundación pluvial en el área de influencia del distrito de Veintiséis de Octubre, provincia y departamento de Piura*. CENEPRED. Obtenido de http://sigrid.cenepred.gob.pe/sigridv3/storage/biblioteca//3951_informe-de-evaluacion-de-riesgo-por-inundacion-pluvial-en-el-area-de-influencia-del-distrito-de-veintiseis-de-octubre-provincia-y-departamento-de-piura.pdf
- Céspedes, A. (2021). Análisis del crecimiento de las Fintech en los países de la alianza del Pacífico. *Universidad Cooperativa de Colombia*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12494/34930>
- Chakraborty, S. (2018). *FINTECH : Evolution or Revolution*. Human Resources Management Humanities. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Sumit-Chakraborty-3/publication/328333395_FINTECH_Evolution_or_Revolution/links/5bc6c7e0a6fdcc03c78953b4/FINTECH-Evolution-or-Revolution.pdf
- Chase, R., Jacobs, R., & Nicholas, A. (2006). *Operations Management For Competitive Advantage* (11 th ed.). Universidad de Indiana: McGraw-Hill/Irwin. Obtenido de <https://www.amazon.com/Operations-Management-Competitive-Richard-Chase/dp/0073121665>
- Christensen, C., McDonald, R., & Raynor, M. (2015). What Is Disruptive Innovation? *Harvard Business Review*. Retrieved from <https://hbr.org/2015/12/what-is-disruptive-innovation>
- Coffie, C., Tetteh, E., Emuron, A., & Darwah , J. (2022). COVID-19 and Mobile Payment Diffusion:Lessons for Future Mass Diffusion and Continual Usage. *Journal of Innovation Management*, 10(1), 20-41. Obtenido de https://doi.org/10.24840/2183-0606_010.001_0002
- COMEX. (2021). *Las micro y pequeñas empresas en el Perú Resultados en 2021. Informe anual de diagnóstico y evaluación acerca de la actividad empresarial de las micro y pequeñas empresas en el Perú, y los determinantes de su capacidad formal*. COMEX. Obtenido de <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/reportes/reporte-comexperu-001.pdf>
- Comité de Normas Internacionales de Contabilidad. (2004). *Norma internacional de Contabilidad 18. Ingresos de Actividades Ordinarias*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/18_NIC.pdf
- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad [IASB]. (2001). *Marco conceptual para la preparación y presentación de los Estados financieros*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/PR_EFACIO_A_LOS_PRONUNCIAMIENTOS_SOBRE_NICS.pdf

- Consejo de Normas Internacionales de Contabilidad. (2017). *Norma Internacional de Información Financiera 15 Ingresos de Actividades Ordinarias Procedentes de Contratos con Clientes*. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/niif/NII F15_2014_v12112014.pdf
- Cumming, D., Hornuf, L., Moein, K., & Schweizer, D. (2023). Disentangling Crowdfunding from Fraudfunding. *Bus Ethics* 182, 1103–1128 . doi:<https://doi.org/10.1007/s10551-021-04942-w>
- Daft, R. D. (2022). *Management*. Cengage Learning. doi:<https://www.cengagebrain.com.mx/shop/isbn/9780357139752>
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 674-695. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.01.002>
- Daza Izquierdo, J. (2016). Firm growth and profitability for the industrial sector in Brazil. *Contaduría y Administración*, 61(2), 266 - 282. doi:<https://doi.org/10.1016/j.cya.2015.12.001>
- De la Parra, E., & Madero, M. (2003). *Estrategias de Ventas y Negociación con técnicas de Programación Neurolingüística (PNL) y Tecnología Colinde*. Panorama Editorial. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=HGpXazBqgh0C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2019). *Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*. World Bank. doi:<http://hdl.handle.net/10986/29510>
- Dimitriadis, N., Dimitriadis, N. J., & Ney, J. (2018). *Advanced Marketing Management*. Kogan Page. doi:<https://www.amazon.com/-/es/Dr-Nikolaos-Dimitriadis/dp/0749480378>
- Dolores, A., & Vásquez, C. (2022). *Identificación de los factores que influyen en la intención de uso de Fintech de financiamiento alternativo por parte de pequeñas empresas del sector servicios en Lima Metropolitana*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/21838>
- Epriliyana, N. N., Tohari, N., & Lesteri, H. B. (2022). IMPLEMENTATION OF PROMOTIONAL MIX TO INCREASE THE NUMBER OF CUSTOMERS AND HOME BUSINESS INCOME DURING PANDEMIC COVID 19. *MBA - Journal of Management and Business Application*, 5(2), 588 - 601. doi:10.31967/mba.v5i2.600
- Ernst & Young. (2021). *Guía de Negocios FinTech 2021/2022*. Ernst & Young Law S. Civil de R.L. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/rree/colecciones/146>

- Flores, J. (2021). Transformación contable de lo tradicional a lo digital. El reto del contador público, nueva mentalidad y oportunidades. *Instituto Pacífico*. Obtenido de <https://actualidadempresarial.pe/revista/edicion/actualidadempresarial-504/innovacion-financiera-a-proposito-de-las-fintech>
- Fulop, M., Topor, D., Ionescu, C., Capusneanu, S., Breaz, T., & Stanescu, s. (2022). Fintech accounting and industry 4.0: Future-Proofing or threats to the accounting profession? *Journal of Business Economics and Management*. doi:<https://doi.org/10.3846/jbem.2022.17695>
- Garrido, F. (2023). *Desarrollo de propuesta crediticia, para empresa exportadora que solo trabajaba Factoring Internacional con Fintech*. Universidad de Piura, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/6016/TSP_AE_2311.pdf?sequence=1
- Garrison, R., Noreen, E., & Brewer, P. (2023). *Managerial Accounting*. Mc Graw Hill. doi:<https://www.mheducation.com/highered/product/managerial-accounting-garrison-noreen/M9781266634505.html>
- Guajardo, G., & Andrade, N. (2008). *Contabilidad Financiera*. (5ta ed. ed.). Mexico D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V. Obtenido de <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/e23f70cdbc8ebb07228b167f869c522d.pdf>
- Gupta, P., & Tham, M. (2018). *Fintech: The New DNA of Financial Services*. De Gruyter.
- Harmon-Jones, E. (2019). *Cognitive dissonance: Reexamining a pivotal theory in psychology, 2nd ed.* American Psychological Association. doi:<https://doi.org/10.1037/0000135-000>
- Hassenzahl, M., & Tractinsky, N. (2006). User experience - a research agenda. *ehaviour & Information Technology*, 25:2, 91-97. doi:<https://doi.org/10.1080/01449290500330331>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de Investigación* (sexta edición ed.). Mc Graw-Hill. Recuperado el 22 de 02 de 2021, de <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Herrera, J. (15 de 03 de 2011). <https://colaboracion.uv.mx/rept/files/2014-02/044/CONAC-UV/19-UV.pdf>. Obtenido de <https://colaboracion.uv.mx/rept/files/2014-02/044/CONAC-UV/19-UV.pdf>: <https://colaboracion.uv.mx/rept/files/2014-02/044/CONAC-UV/19-UV.pdf>
- Hitt, M., Ireland, D., & Hoskisson, R. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization (MindTap Course List)*. Cengage. Obtenido de <https://www.cengagebrain.com.mx/shop/isbn/9780357033838>

- Hitt, M., Ireland, R., & Hoskisson, R. (2020). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization*. Boston, MA: Cengage Learning. Obtenido de 9780357033838 | CengageLTAM (cengagebrain.com.mx).
- Homburg, C., Kuester, S., & Krohmer, H. (2012). *Marketing Management*. Mc Graw Hill. doi:<https://www.mheducation.co.uk/marketing-management-9780077146047-emea-group>
- Hornigren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2017). *Cost Accounting. A Managerial Emphasis* (16° ed.). Pearson. doi:<https://profefily.com/wp-content/uploads/2017/12/Contabilidad-de-costos-Charles-T.-Hornigren.pdf>
- Hornigren, C. T., Datar, S. M., & Rajan, M. V. (2018). *Cost Accounting. A Managerial Emphasis*. Pearson. doi:<https://vera.staff.unri.ac.id/files/2015/11/Cost-Accounting-A-Managerial-Emphasis-by-Hornigren-Datar-Rajan-14th-Global-Edition.pdf>
- IASB. (20 de 01 de 2023). https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/niif/NII_F_PYMES.pdf. Obtenido de https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/niif/NII_F_PYMES.pdf
- Idemudia, E. C. (2018). *Handbook of Research on Technology Integration in the Global World*. IGI Global. doi:<https://www.igi-global.com/book/handbook-research-technology-integration-global/199853#table-of-contents>
- Igual, D. (2016). *Fintech: Lo que la tecnología hace por las finanzas* (1ra ed., Vol. 1). Barcelona: Profit Editorial. Obtenido de <https://bit.ly/3NjyutA>
- Indacochea, A. (2012). *El proceso de compra venta de empresas*. Revista Pontificia Universidad Católica de Perú. Obtenido de <https://revistas.pucp.edu.pe/index.php/strategia/article/view/3954>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2021). *Piura Compendio Estadístico 2021*. Instituto Nacional de Estadística e Informática. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/munichulucanas/informes-publicaciones/2771195-piura-compendio-estadistico-2021>
- ISO. (2022, 10 20). *Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems*. Retrieved from <https://www.iso.org/standard/52075.html>
- Izipay. (23 de 10 de 2022). *Izipay*. Obtenido de Izipay: <https://www.izipay.pe/>
- Johnston, M., & Marshall, G. (2009). *Administración de Ventas*. México D.F.: McGraw-Hill/Interamericana Editores,S.A. de C.V.
- Kadam, D. S., & R, D. (2023). AN EMPIRICAL STUDY ON THE AWARENESS OF FINTECH AND ITS. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*. doi:<https://www.doi.org/10.56726/IRJMETS35720>

- Kaplan, R., & Norton, D. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Khatri, A., Pal Singh, N., & Gupta, N. (2021). Big data analytics: direction and impact on financial technology. *Pressacademia*. doi:<https://doi.org/10.17261/pressacademia.2021.1529>
- Kieso, D., Weygandt, J., & Warfield, T. (2016). *Contabilidad Intermedia*. Wiley.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Fundamentos del Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing Management, Global Edition* (16 ed.). Pearson. doi:<https://www.pearson.com/se/Nordics-Higher-Education/subject-catalogue/marketing/Kotler-Keller-Marketing-Management-Global-Edition-16e.html>
- Kumar, V., Nim, N., & Agarwal, A. (2021). Platform-based mobile payments adoption in emerging and developed countries: Role of country-level heterogeneity and network effects. *Journal of International Business Studies* volume 52, pages 1529–1558. doi:<https://doi.org/10.1057/s41267-020-00346-6>
- Kumari, A., & Devi, C. (2022). The Impact of FinTech and Blockchain Technologies on Banking and Financial Services. *Technology Innovation Management Review*, 12(1/2). doi:<http://doi.org/10.22215/timreview/1481>
- Lee, S. (2014). The relationship between growth and profit: evidence from firm-level panel data. *Structural Change and Economic Dynamics*, 28, 1 - 11. doi:<https://doi.org/10.1016/j.strueco.2013.08.002>
- López, A., & Lobato, F. (2006). *Operaciones de Venta*. Thompson Ediciones Spain Paraninfo. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=Mn86kxWxq3sC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Luna Consultores. (2022). *Distrito de veintiséis de octubre- Marca ciudad*. MDVO.
- Mankiw, G. (2012). *Principles of Economics, Sixth Edition*.
- Mares, C. (2017). *Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú*. ECB Ediciones. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/4711>
- Marr, B. (2016). *Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results*. Wiley. doi:<https://doi.org/10.1002/9781119278825.index>
- Meigs, R., Williams, J., Haka, S., Bettner, M., Arango, G., & Cardona, J. (2000). *Contabilidad : la base para decisiones gerenciales* (11va ed ed.). McGraw-Hill.
- Menard, C., & Shirley, M. (2008). *Handbook of New Institutional Economics*. Springer.

- Mendiola , A. (25 de febrero de 2020). *El fenómeno Fintech y sus desafíos a nivel nacional*. Recuperado el 2022 de noviembre de 2022, de <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-fenomeno-fintech-y-sus-desafios-a-nivel-local>
- Merino, J., & Llatas, Á. (2021). Determining Factors of the Intention to Adopt Fintech Services by Micro and Small Business Owners from Chiclayo, Peru. *Journal of Business Universidad del Pacífico*, 19-43. doi:<https://doi.org/10.21678/jb.2021.1650>
- Mihail Barbu, C., Florea, D., Dabija , D.-C., & Barbu, M. (2021). Customer Experience in Fintech. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research* 16(5):1415-1433. doi:10.3390/jtaer16050080
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2001). *Marco Conceptual para la Preparación y Presentación de los Estados Financieros* . Obtenido de MEF: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/PR EFACIO_A_LOS_PRONUNCIAMIENTOS_SOBRE_NICS.pdf
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2001). *MEF*. (N. 1. Ordinarios, Productor) Recuperado el 20 de 10 de 2022, de MEF: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/con_nor_co/vigentes/nic/18_NIC.pdf
- Nicoletti, B. (2017). *The Future of Fintech. Integrating Finance and Technology in Financial Service* (1. Macmillan. doi:10.1007/978-3-319-51415-4
- Niubiz. (23 de 10 de 2022). *Niubiz*. Obtenido de Niubiz: <https://www.niubiz.com.pe/>
- Nugraha, D., Setiawan , B., Nathan, R., & Fekete-Farkas, M. (2022). Fintech Adoption Drivers for Innovation for SMEs in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. doi:<https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2013). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (4 Edición ed.). Bogotá, Colombia: Ediciones de la U. Obtenido de https://www.lopezgalvezasesores.com/descargas/metodologia_investigacion.pdf
- OECD. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation*. OECD. doi:<https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Ongallo, C. (2013). *El proceso de Ventas*. Ediciones Diaz de Santos. Obtenido de https://books.google.co.ve/books?id=vw57Q_Fj6DIC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false
- Palfrey, J., & Gasser, U. (2012). *Interop. The Promise and Perils of Highly Interconnected Systems*. Basic Books. Obtenido de <https://www.hachettebookgroup.com/titles/john-palfrey/interop/9780465029334/>

- Plin. (23 de 10 de 2022). *Plin*. Obtenido de Plin: <https://plin.pe/>
- Porter, M. (1985). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prasad, E. (2021). The Case for Central Bank. *Cato Journal*, Vol. 41, No. 2 (Spring/Summer 2021). doi:10.36009/CJ.41.2.5.
- Presidencia de la República del Perú. (2011). *Decreto Supremo N° 055-99-EF. Texto Único Ordenado de la Ley del Impuesto General a las Ventas e Impuesto Selectivo al Consumo*. Diario Oficial el peruano. Obtenido de <https://www.gob.pe/institucion/mef/normas-legales/225875-055-99-ef>
- Ramirez, A. (2021). *Alternativas de inversión en Fintech frente al sistema financiero y su contribución a la planificación financiera personal*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Facultad de ciencias empresariales. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/4292>
- Rehman, F., Attaullah, H. M., Ahmed, F., & Ali, S. (2023). Data Defense: Examining Fintech's Security and Privacy Strategies. *Engineering Proceedings* 32, no. 1: 3. doi:<https://doi.org/10.3390/engproc2023032003>
- Robbins, S., Decenzo, D., & Coulter, M. (2013). *Fundamentals of Management Essential Concepts and Applications*. Pearson. Obtenido de <http://www.mim.ac.mw/books/Fundamentals%20of%20Management.pdf>
- Rodríguez, M. (19 de 10 de 2010). *Metodologías de la Investigación*. Obtenido de La Técnica de la Encuesta : <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2010/11/19/la-tecnica-de-la-encuesta/>
- Rojas, F. S. (2022). *Las empresas Fintech como fuente alternativa de financiación para las Mypes del sector textil confecciones del distrito de San Luis en los años 2018- 2019*. Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12672/17602>
- Rojas, L. (2016). N° 24. La revolución de las empresas FinTech y el futuro de la Banca. Disrupción tecnológica en el sector financiero. *Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva*, 24(24), 43. Obtenido de <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/976>
- Rouhiainen , L. (2018). *Inteligencia Artificial. 101 cosas que debes saber hoy sobre nuestro futuro* (1ra ed ed.). Editorial el planeta.
- Rubini, A. (2017). *Fintech in a Flash: Financial Technology Made Easy*. De Gruyter.
- Saluja, S. (2022). Identity theft fraud- major loophole for FinTech industry in India. *Journal of Financial Crime*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. doi: <https://doi.org/10.1108/JFC-08-2022-0211>
- Somalo, I. (2017). *El Comercio electrónico. Una guía completa para gestionar la venta online*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

- Soto, E., & Chávez, R. (2023). *La Fintech Yape y su relación con el comportamiento de compra del consumidor en la ciudad de Chiclayo*. Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, Lambayeque-Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12893/11052>
- Steffens, P., Davidsson, P., & Fitzsimmons, J. (2009). Performance Configurations over Time: Implications for Growth– and Profit–Oriented Strategies. *Sage Journals*, 33(1), 125 - 148. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00283.x>
- Stickney, C., Weil, R., Schipper, K., & Francis, J. (2010). *Financical Accounting. An Introduction to concepts, Methods and Uses*. south-Western CENGAGE Learning.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (11 de Marzo de 2022). *Ecosistema Fintech: promoviendo la innovación para*. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/Archivos/2022/Ecosistema%20Fintech-2022.06.02.pdf>
- Tamames, R., & Gallego, S. (2006). *Diccionario de Economía y Finanzas*. Alianza Editorial. doi:<https://www.alianzaeditorial.es/libro/alianza-diccionarios-ad/diccionario-de-economia-y-finanzas-ramon-tamames-gomez-9788420648637/>
- Tayles, M., & Drury, C. (2020). *Management and Cost Accounting*. Cengage Learning EMEA. doi:<https://www.amazon.com/Management-and-Cost-Accounting/dp/147377361X>
- Vega, M. (2013). *Dinero electrónico: innovación en pagos al por menor para Promover la Inclusión*. Revista Moneda. Banco Central de Reserva del Perú. Obtenido de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-153/moneda-153-04.pdf>
- Warren, C., Reeve, J., & Duchac, J. (2016). *Contabilidad Financiera*. Cengage. doi:<https://latam.cengage.com/libros/contabilidad-financiera-2/>
- Werth, O., Cardona, D., Tomo, A., Breitner, M., & Muntermann, J. (2023). What determines FinTech success?—A taxonomy-based analysis of FinTech success factors. *Electronic Markets*. doi:<https://doi.org/10.1007/s12525-023-00626-7>
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Review Press.
- Wisner, J., Choon Tan, K., & Leong, K. (2019). *Principles of Supply Chain Management: A Balanced Approach* (5th Edición ed.). Obtenido de <https://www.cengagebrain.com.mx/shop/isbn/9781337406499>
- Xia, H., Gao, Y., & Zhang, J. (2023). Understanding the adoption context of China's digital currency electronic payment. *Financial Innovation*. doi:<https://doi.org/10.1186/s40854-023-00467-5>

Yape. (23 de 10 de 2022). *Yape*. Obtenido de <https://www.yape.com.pe/>:
<https://www.yape.com.pe/>

Zeidy, I. (23 de 10 de 2022). *COMESA INT*. Obtenido de <https://www.comesa.int/>:
<https://www.comesa.int/wp-content/uploads/2022/05/The-Role-of-Financial-Technology.pdf>

ANEXOS

Anexo: Carta No 000671-2022-SUNAT/710500-Padrón de contribuyentes



PERÚ
Ministerio
de Economía y Finanzas

Superintendencia Nacional
de Aduanas y de Administración
Tributaria - SUNAT



Firmado Digitalmente por:
PERCY MIGUEL ZAPATA PAULINI
JEFE DE DIVISIÓN
DIVISIÓN DE SERVICIOS AL
CONTRIBUYENTE - IR PIURA
Fecha y Hora : 17/11/2022 16:22



BICENTENARIO
DEL PERÚ
2021 - 2024

"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"
"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"
"Año del Bicentenario del Congreso de la República del Perú"

CARTA N.º 000671-2022-SUNAT/710500

Piura, 17 de noviembre de 2022

Señor

MENDOZA ARICA DAVID PAMAR

RUC: 10731985664

CORREO ELECTRONICO: PAMAR.ARICA@GMAIL.COM.

Asunto : Padrón de contribuyentes

Referencia : Formulario 5030 # 88033460 del 16.11.2022

Es grato dirigirme a usted en atención al documento de la referencia mediante el cual solicita del padrón de contribuyentes activos a junio del 2022 pertenecientes al nuevo régimen único simplificado (NRUS), régimen especial de impuesto a la renta (RER), régimen MYPE tributario (RMT), pertenecientes al distrito Veintiséis de Octubre, provincia de Piura, departamento de Piura.

Sobre el particular, de acuerdo con el artículo 13º del Texto Único Ordenado de la Ley N°27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, las solicitudes de información no implican la obligación de las entidades de crear o producir información con la que no cuenten al momento de efectuarse los pedidos; así, las solicitudes de información deben estar referidas a obligaciones de dar y no de hacer, consecuentemente se podrá proporcionar únicamente información y/o documentación existente en la Administración. La citada Ley tampoco permite que los solicitantes exijan a las entidades que efectúen evaluaciones o análisis de la información que posean.

Por lo mencionado en el párrafo precedente, es posible brindarle la información correspondiente al padrón de contribuyentes activos y habidos pertenecientes al nuevo régimen único simplificado (NRUS), régimen especial de impuesto a la renta (RER), régimen MYPE tributario (RMT), pertenecientes al distrito Veintiséis de Octubre.

Del mismo modo se le comunica que conforme lo establece el numeral 5 del artículo 15º-B de la Ley N°27806 – Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública, el derecho de acceso a la información pública no podrá ser ejercido respecto de: Numeral 5: "La información referida a los datos personales cuya publicidad constituya una invasión de la intimidad personal y familiar (...) En este caso, sólo el juez puede ordenar la publicación sin perjuicio de lo establecido en el inciso 5 del artículo 2º de la Constitución Política del Estado.", es por ello que se han procedido a retirar aquellos datos que vulneran la información referida a los datos personales, como la información de la dirección y teléfono de aquellas personas naturales con y sin negocio.

Asimismo, le comunicamos que podrá encontrar información de estadísticas tributarias en el siguiente link: <https://www.sunat.gob.pe/estadisticasestudios/registro-baseTributaria.html> En los cuadros C9: Contribuyentes registrados según distrito y actividad económica y C10: Contribuyentes según Ubicación, Actividad Económica y

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://www.sunat.gob.pe/cl-ti-itinteroperabilidad/valida/verificacion> e ingresando la siguiente clave: 9ZBb1KKa



Siempre
con el pueblo

Régimen Tributario.

De tener alguna duda sobre la presente, la invitamos a contactarse a través de los siguientes canales virtuales: Chat Tributario (www.sunat.gob.pe opción "chatea con nosotros") y página oficial de Facebook (podrá encontrarnos como SUNAT) o telefónicamente a nuestra Central de Consultas, llamando a los siguientes teléfonos: 0-801-12-100 (desde teléfonos fijos y al costo de una llamada local), (01)315-0730 (desde celulares y teléfonos fijos) y al *4000 (desde celulares), en el horario de atención de lunes a viernes de 8:30 a.m. a 6:00 p.m. y los sábados de 9:00 a.m. a 1:00 p.m. y de manera presencial en los diferentes centros de servicios al contribuyente en Piura en el horario de lunes a viernes de 08:30 am a 05:00 pm

Es propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de mi mayor consideración.

Atentamente,

PERCY MIGUEL ZAPATA PAULINI

Esta es una copia auténtica imprimible de un documento electrónico archivado por la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria - SUNAT, aplicando lo dispuesto por el Art. 25 de D.S. 070-2013-PCM y la Tercera Disposición Complementaria Final del D.S. 026-2016-PCM. Su autenticidad e integridad pueden ser contrastadas a través de la siguiente dirección web: <https://www.sunat.gob.pe/ci-ti-tinteroperabilidad/valida/verificacion> e ingresando la siguiente clave: 9ZBb1Kka



ddp_numruc	ddp_nombre	representantes	des_estado	des_condom	provincia	distrito	sector	ciiu	cod_ciu2	cod_ciu3	tributo	Regimen
20484112747	CONSORCIO LEAL SOC	GERENTE-SAAVEDRA	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.		031201	MYPE
20484069043	REPRESENTACIONES	GERENTE-ZAPATA CA	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VTA. MAY. ALIMENTOS- BEBIDAS Y TABACO.	VTA. MAY. OTROS ENSERES	VTA. MAY. DE OTRO	031101	RER
20525962203	D & R E HIJOS REPRESENTACIONES	TITULAR-GERENTE-TO	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	MANTENIMIENTO Y REPARAC. VEHICULOS.		031201	MYPE
20525951341	GOOD IMAGE E.I.R.L.	TITULAR-GERENTE-CO	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	OTRAS ACTIVID.DE TIPO SERVICIO NCP	VTA. MIN. ALIMENTOS- BEBIDAS- TABACO.		031201	MYPE
20525958192	INNOVACION INGENIERIA	GERENTE GENERAL-RODRIGUEZ	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	TELECOMUNICACIONES			031201	MYPE
20526110162	L&P INGENIEROS Y CONSULTORES	GERENTE GENERAL-PI	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Construccion	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.			031201	MYPE
20570764536	AMERICA SOLUTIONS	TITULAR-GERENTE-TE	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	TELECOMUNICACIONES	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.		031101	RER
20607840378	CONSORCIO AITAMI	APODERADO-ZAPATA	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	OTRAS ACTIVIDADES EMPRESARIALES NCP.			031201	MYPE
20605629882	CONSORCIO SUCCHA	APODERADO-RODRIGUEZ	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Construccion	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.			031201	MYPE
20526101252	CONSTRUCTORA ALSE	GERENTE GENERAL-PI	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Construccion	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.			031201	MYPE
20525932801	CONSTRUCTORA Y SERVICIOS	TITULAR-GERENTE-AL	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Construccion	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.	ACTIV.DE ARQUITECTURA E INGENIERIA		031201	MYPE
20608946200	CONSULTORIA Y SERVICIOS	TITULAR-GERENTE-VI	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	OTRAS ACTIV.RELAC. CON SALUD HUMANA	OTROS TIPOS DE VENTA AL	VTA. MAY. MATERIA	031201	MYPE
20609337746	CONSULTORIAS Y SERVICIOS	GERENTE GENERAL-S	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Construccion	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.			031201	MYPE
20609173646	GRUPO EMPRESARIAL	GERENTE GENERAL-H	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VTA. MAY. ALIMENTOS- BEBIDAS Y TABACO.			031201	MYPE
20606880805	ID R SOCIEDAD ANONIMA	GERENTE GENERAL-R	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VTA. MAY. ALIMENTOS- BEBIDAS Y TABACO.			031101	RER
20606967412	INDUSTRIAL H & J E.I.R.L.	TITULAR-GERENTE-JU	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	ACTIV.DE ARQUITECTURA E INGENIERIA			031201	MYPE
20606460091	INVERSIONES & PROYECTOS	GERENTE GENERAL-G	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Construccion	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.	OTRAS ACTIVID.DE TIPO SE	FAB. DE MUEBLES.	031201	MYPE
20526007400	LUJAND SERVICIOS GENERALES	TITULAR-GERENTE-PA	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VTA. MAY. MATERIALES DE CONSTRUCCION.			031201	MYPE
20525620078	MAR DEL INKA SOCIEDAD	GERENTE GENERAL-Z	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Pesca	PESCA- EXPLOT. CRIADEROS DE PECES.			031201	MYPE
20602168850	PROYECTOS TURISTICOS	GERENTE GENERAL-G	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	ACTIV.DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL			031201	MYPE
20609155362	PRYSSIL E.I.R.L.	TITULAR-GERENTE-PA	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	ACTIV.DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL			031201	MYPE
20609294974	SERVICIOS GENERALES	TITULAR-GERENTE-CH	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.			031101	RER
20600137566	SERVICIOS INDUSTRIALES	TITULAR-GERENTE-CH	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Industria no Primaria	OBRAS DE INGENIERIA MECANICA.	ACTIV.DE ARQUITECTURA E INGENIERIA		031201	MYPE
20525836321	TRANSPORTES YANIN	TITULAR-GERENTE-VI	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	TRANSPORTE DE CARGA POR CARRETERA.	OTRAS ACTIVIDADES EMPR	OTRAS ACTIVID.DE	031201	MYPE
20608080784	ARMY PERU E.I.R.L.	TITULAR-GERENTE-M	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	TELECOMUNICACIONES	VTA. MAY. MATERIALES DE CONSTRUCCION.		031201	MYPE
20607563111	2D FERRETERIA Y SERVICIOS	GERENTE GENERAL-A	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VTA. MAY. MATERIALES DE CONSTRUCCION.	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.		031201	MYPE
20605468862	3B INNOVA S.A.C.	GERENTE GENERAL-B	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VTA. MAY. MATERIALES DE CONSTRUCCION.	ACONDICIONAMINTO DE EDIFICIOS.		031201	MYPE
20525328172	A & C VENTAS Y SERVICIOS	GERENTE GENERAL-B	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Comercio	VENTA PARTES- PIEZAS- ACCESORIOS.	VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.		031201	MYPE
20600696956	A & E CONSTRUCTORES	GERENTE GENERAL-Z	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Construccion	CONSTRUCCION EDIFICIOS COMPLETOS.			031201	MYPE
20602454721	A & J INVERSIONES DE	TITULAR-GERENTE-CH	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Minería e Hidrocarburos	EXT. DE MIN. METALIFEROS NO FERROSOS.			031201	MYPE
20530113141	A & S ELECTRIC VENTAS	GERENTE GENERAL-A	ACTIVO	HABIDO	PIURA	VEINTISEIS DE OCTUBRE	Otros Servicios	GENERACION Y DIST. ENERGIA ELECTRICA.	ACTIV.DE ASESORAMIENTO EMPRESARIAL		031201	MYPE

Anexo: validación de instrumentos por expertos

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: FINTECH DE MEDIO DE PAGO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LAS MYPES DEL DISTRITO VEINTISÉIS DE OCTUBRE-2022

OBJETIVO GENERAL: Determinar de qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las MYPEs del distrito de veintiséis de octubre durante el 2022.

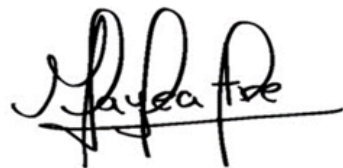
HIPÓTESIS: Las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las MYPEs del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

JUEZ EXPERTO: María Yedidia Alburqueque Trelles

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister

FECHA DE REVISIÓN: 02 de noviembre del 2023.

FIRMA:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'María Yedidia Alburqueque Trelles', with a horizontal line drawn across the bottom of the signature.

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: FINTECH DE MEDIO DE PAGO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LAS MYPES DEL DISTRITO VEINTISÉIS DE OCTUBRE-2022

OBJETIVO GENERAL: Determinar de qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las MYPEs del distrito de veintiséis de Octubre durante el 2022.

HIPÓTESIS: Las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las MYPEs del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

JUEZ EXPERTO: Paul Edgar Moscol Zapata

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister

FECHA DE REVISIÓN: 18 de Marzo del 2023.

FIRMA:



A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'P' followed by a smaller 'E' and 'M', is written above a horizontal line.

FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: FINTECH DE MEDIO DE PAGO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LAS MYPES DEL DISTRITO VEINTISÉIS DE OCTUBRE-2022

OBJETIVO GENERAL: Determinar de qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las MYPEs del distrito de veintiséis de Octubre durante el 2022.

HIPÓTESIS: Las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las MYPEs del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

JUEZ EXPERTO: Nelly Yessenia Cespedes Crisanto

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister

FECHA DE REVISIÓN: 02 de noviembre del 2023.

FIRMA:

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end, positioned to the right of the 'FIRMA:' label.

▲ FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTOS

TÍTULO: FINTECH DE MEDIO DE PAGO Y SU INCIDENCIA EN LOS INGRESOS DE LAS MYPES DEL DISTRITO VEINTISÉIS DE OCTUBRE-2022

OBJETIVO GENERAL: Determinar de qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las MYPES del distrito de veintiséis de Octubre durante el 2022.

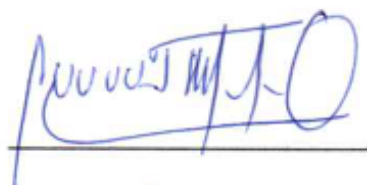
HIPÓTESIS: Las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las MYPES del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.

JUEZ EXPERTO: Javier Alexander Marchán Otero

GRADO ACADÉMICO DEL EXPERTO: Magister

FECHA DE REVISIÓN: 18 de Marzo del 2023.


FIRMA:



Anexo: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	INDICADORES	METODOLOGIA
<p>Problema principal</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las MYPEs del Distrito Veintiséis de Octubre en 2022? <p>Problemas específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera las tecnologías empleadas por las Fintech de medio de pago permiten una mayor recaudación de ingresos para las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre? • ¿Cómo las medidas de seguridad empleadas por las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre? • ¿En qué medida la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago influye en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre? • ¿Cómo los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago indican en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022? 	<p>Objetivo general</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar de qué manera las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre durante el año 2022. <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer de qué manera las tecnologías empleadas por las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre. • Determinar cómo las medidas de seguridad empleadas por las Fintech de medio de pago inciden en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre. • Determinar en qué medida la experiencia de uso de las Fintech de medio de pago influye en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre. • Establecer como los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago indican en los ingresos de las MYPEs del distrito de Veintiséis de Octubre-2022. 	<p>Hipótesis General</p> <p>Las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> • La tecnología utilizada en las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022. • La seguridad brindada por las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022. • La experiencia de uso brindada por las Fintech de medio de pago tiene una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022. • Los costos de adquisición y uso de las Fintech de medio de pago tienen una incidencia positiva en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre-2022. 	<p>Variable de investigación</p> <p>Variable independiente</p> <p>Fintech de medio de pago</p> <p>Variable dependiente</p> <p>Ingresos</p>	<p>Variable independiente</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnología • Seguridad • Experiencia de uso • Costos <p>Variable dependiente</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Control • Crecimiento 	<p>Tipo y nivel de investigación:</p> <p>Tipo y diseño de la investigación</p> <p>Correlacional</p>

Anexo: Cuestionario

 UPAO	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO
	FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS PROGRAMA DE ESTUDIO DE CONTABILIDAD

Buen día, somos David y Carlos, estudiantes de la Universidad Privada Antenor Orrego-Piura, con el objetivo de obtener el título de contador público, es grato dirigirnos a usted y a la vez darle gracias por haber aceptado participar en la realización de esta encuesta, la cual nos será de ayuda para determinar la incidencia de las Fintech de medio de pago en los ingresos de las Mypes del distrito de Veintiséis de Octubre, 2022.

Indicaciones

En el presente cuestionario debe responder a la siguiente premisa:

¿En qué medida está de acuerdo con las siguientes afirmaciones?, la escala es la siguiente:

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Neutral
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

VARIABLE: FINTECH DE MEDIO DE PAGO						
PREGUNTAS	ESCALA					OBSERVACIONES
	1	2	3	4	5	
Tecnologías						
1	Estoy familiarizado con el funcionamiento de las Fintech de medio de pago (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.)					
2	La mayoría de las transacciones procesadas a través de Fintech de medio de pago (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.) se realizan sin errores.					
Seguridad						
3	Tomo medidas para prevenir fraudes al usar Fintech de medio de pago.					
4	Las Mypes se sienten seguras cuando utilizan Fintech de medio de pago.					
5	Los fraudes se dan de forma constante al utilizar las Fintech de medio de pago (yape, plin, niubiz, Izipay)					
Experiencia de uso						
		1	2	3	4	5

6	Los clientes de las Mypes se sienten familiarizados con el uso de Fintech de medio de pago (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.).						
7	Las plataformas de Fintech de Medio de Pago son fáciles de utilizar (Yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz, etc.).						
8	En la mayoría de las transacciones no he tenido problemas con el cobro por fallos del aplicativo						
Costos		1	2	3	4	5	
9	Prefiero usar Yape, Plin y Bim por ser gratuito.						
10	Cobro un porcentaje adicional por transferencia con Fintech de medio de pago no gratuito (Izipay y Niubiz).						
11	Estoy de acuerdo con que la norma me prohíba recargar comisiones a mis clientes.						
VARIABLE: INGRESO DE LAS MYPES							
Control		1	2	3	4	5	
12	Los ingresos de mi negocio provienen en gran medida de operaciones con Fintech de medio de pago (yape, Plin, Bim, Izipay, Niubiz).						
13	Las transacciones por medio de aplicativos facilitan la gestión y control de los ingresos de mi negocio.						
14	Los negocios que implementen diferentes medios de pago poseen un valor agregado.						
Crecimiento		1	2	3	4	5	
15	Las Fintech de medio de pago han permitido aumentar la cantidad de transacciones realizadas.						
16	Las Fintech de medio de pago han contribuido al aumento de la recaudación de ingresos de mi negocio.						
17	Tener diferentes opciones de pago mejora la satisfacción de los clientes, aumentando su preferencia por la empresa.						