



**UNIVERSIDAD NACIONAL  
SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO**

**DETERMINANTES DEL USO DE LA FINTECH YAPE EN LOS  
EMPREENDEDORES DE LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021.**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

**Autora:**

Bach. Sandra Vanesa Villanueva Barroso

**Asesor:**

**Dr. Félix Antonio Lirio Loli**

HUARAZ, PERÚ, 2022



FORMATO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN, CONDUCENTES A  
OPTAR TÍTULOS PROFESIONALES Y GRADOS ACADÉMICOS EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

**1. Datos del autor:**

Apellidos y Nombres: \_\_\_\_\_

Código de alumno: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

D.N.I. n°: \_\_\_\_\_

*(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)*

**2. Tipo de trabajo de investigación:**

Tesis

Trabajo de Suficiencia Profesional

Trabajo Académico

Trabajo de Investigación

Tesinas (presentadas antes de la publicación de la Nueva Ley Universitaria 30220 – 2014)

**3. Para optar el Título Profesional de:**

\_\_\_\_\_

**4. Título del trabajo de investigación:**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**5. Facultad de:** \_\_\_\_\_

**6. Escuela o Carrera:** \_\_\_\_\_

**7. Línea de Investigación (\*):** \_\_\_\_\_

**8. Sub-línea de Investigación (\*):** \_\_\_\_\_

*(\*) Según resolución de aprobación del proyecto de tesis*

**9. Asesor:**

Apellidos y nombres \_\_\_\_\_ D.N.I n°: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_ ID ORCID: \_\_\_\_\_

**10. Referencia bibliográfica:** \_\_\_\_\_

**11. Tipo de acceso al Documento:**

Acceso público\* al contenido completo.

Acceso restringido\*\* al contenido completo

*Si el autor eligió el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Santiago Antúnez de Mayolo una licencia no exclusiva, para que se pueda hacer arreglos de forma en la obra y difundirlo en el Repositorio Institucional, respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.*

En caso de que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_



## 12. Originalidad del archivo digital

*Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.*



Firma del autor

## 13. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

*Para las investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia Creative Commons, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica.*



*El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Institucional, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.*

Según el inciso 12.2, del artículo 12º del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Recolector Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".

## 14. Para ser verificado por la Dirección del Repositorio Institucional

Seleccione la  
Fecha de Acto de sustentación:

Huaraz,

Firma:



  
Varillas William Eduardo  
Asistente en Informática y Sistemas  
**- UNASAM -**

**\*Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

**\*\* Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.



## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 17:00 horas del día miércoles quince (15) de junio del año dos mil veintidós se reunieron mediante la plataforma Microsoft Teams, el jurado designado mediante Resolución de Consejo de Facultad-Decano N.º 012-2021 -UNASAM-FAT de fecha 29 de enero del 2021, integrado por: Dr. Juan Emilio Vilchez Carcamo (presidente); Mg. Carlos Humberto Chunga Antón (secretario) y Dr. Telmo Pablo Loli Poma (vocal). Para calificar la sustentación del Informe Final de Tesis: **"DETERMINANTES DEL USO DEL FINTECH YAPE EN LOS EMPRENDEDORES DE LA CIUDAD DE HUARAZ, 2021"** presentado por la Bachiller **Sandra Vanesa VILLANUEVA BARROSO**, de la Carrera Profesional de Administración. El presidente del jurado establece que la bachiller tiene treinta (30) minutos para sustentar su informe final de tesis y luego pasar a la ronda de preguntas. Después de haber escuchado la sustentación y las respuestas a las preguntas formuladas, la declaran Aprobada con el calificativo de Dieciséis (16), estando en condiciones de obtener el título de Licenciada en Administración. Siendo las 18:00 horas del mismo día se dio por concluida la sustentación, firmando para constancia los miembros del jurado.

Dr. Juan Emilio Vilchez Cárcamo  
Presidente

Mg. Carlos Humberto Chunga Antón  
Secretario

Dr. Telmo Pablo Loli Pona  
Vocal

## **Dedicatoria**

A mi madre María Barroso Robles,  
por su apoyo incondicional en mi  
formación profesional, por no permitir  
renderme, por acompañarme en los  
buenos y malos momentos y por su  
amor infinito.

## Agradecimiento

- Gracias al Dr. Antonio Lirio, por aceptar acompañarme en esta etapa, por su gran apoyo y por enseñarme a salir de mi zona de *comfort*.
- A mi hermana Evelyn Dueñas por apoyarme y creer en mí en este proceso.
- A Jorge Alejandro, aunque él aun no lo sabe, es la motivación más grande en mi vida.

## ÍNDICE

Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>2. HIPÓTESIS.....</b>	<b>5</b>
2.1. Hipótesis General .....	5
2.3. OBJETIVOS .....	6
2.3.1. Objetivo General .....	6
2.3.2. Objetivos Específicos.....	6
2.4. Definición de variables.....	7
2.5 Operacionalización de Variables .....	8
<b>3. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
3.1. Antecedentes de la Investigación.....	9
3.2. Bases teóricas .....	14
A. Concepto de <i>Fintech</i> .....	14
A.1. Definición .....	14
A.2. Origen y desarrollo de las <i>Fintech</i> .....	15
A.3. Desarrollo de las <i>Fintech</i> en la pandemia.....	17
A.4. Importancia y contribución de las <i>Fintech</i> a los negocios .....	18
A.5 <i>Fintech</i> en el Perú.....	19
A.6. Regulación de las <i>Fintech</i> .....	21
A.7. La <i>Fintech</i> Yape .....	21
A.8 <i>Fintech</i> Yape como herramienta para los emprendedores.....	22
A.9 Modelo <i>Fintech</i> Yape enfocado en el comportamiento del consumidor....	23

3.3. Definición de términos.....	25
<b>4. ASPECTO METODOLÓGICO .....</b>	<b>26</b>
4.1. Tipo de estudio .....	26
4.2. Diseño de investigación.....	26
4.3. Población .....	26
4.4. Unidad de análisis y muestra .....	26
4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos.....	27
4.6. Análisis Estadístico e Interpretación de datos .....	27
<b>5. Resultados .....</b>	<b>28</b>
5.1. Validez del modelo .....	28
5.2. Prueba de Hipótesis.....	34
5.3. Mapa de rendimiento – importancia.....	35
<b>6. DISCUSIÓN.....</b>	<b>36</b>
<b>7. CONCLUSIONES.....</b>	<b>39</b>
<b>8. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>40</b>
<b>9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>41</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>48</b>

## Índice de tablas y figuras

Tabla 1: Operacionalización de variables .....	8
Tabla 2: Resultados de medida del modelo .....	29
Tabla 3: Validez discriminante del modelo de medición.....	30
Tabla 4: Cargas y cruce de cargas .....	31
Tabla 5: Prueba de hipótesis .....	34
Tabla 6: Constructos priorizados.....	35
Figura 1: Modelo teórico del uso de las <i>Fintech</i> .....	7
Figura 2: Fases de la <i>Fintech</i> .....	17
Figura 3: Beneficios del uso de las <i>Fintech</i> .....	19
Figura 4 Modelo de aceptación de la tecnología (TAM) .....	24

## Resumen

Debido a la importancia de identificar los factores que determinan el uso de las *Fintech*, el estudio se orientó a reconocer los constructos que determinan el uso de la *Fintech* Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz en Perú.

La investigación por su finalidad es aplicada; por su alcance es explicativa. Presenta un modelo de causalidad entre los constructos determinantes y el uso de la *Fintech*. La población estuvo representada por emprendedores, en condición de autoempleo que a su vez son usuarios de la *Fintech* Yape con una muestra de 139 emprendedores. Se utilizó el modelo de ecuaciones estructurales PLS SEM.

El estudio concluye que el riesgo percibido influye significativamente en la generación de la confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Se observa que el riesgo percibido influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores y que el riesgo percibido influye significativamente en la facilidad de su uso. También se nota que la confianza influye significativamente en la utilidad y la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Se advierte que la facilidad de uso influye significativamente en la utilidad percibida y en las actitudes de los emprendedores. Además, se subraya que la utilidad percibida influye significativamente en las actitudes de los emprendedores igual que las actitudes sobre el uso de la *Fintech* Yape en los emprendedores de Huaraz. También, la variable actitud es explicada por los 4 componentes de orden inferior en un 56.4% y el uso de la *Fintech* es explicado por la actitud en un 50.2%. Finalmente un aspecto importante refiere que el constructo que debe tener mayor atención es el riesgo percibido.

**Palabras clave:** *Fintech*, Habilidades emprendedoras, Riesgo percibido, Cambio tecnológico.

## Abstract

Due to the importance of identifying the factors that determine the use of *Fintech*, the study aimed to recognize those constructs that determine the use of *Fintech* Yape in entrepreneurs in Huaraz, Peru.

The research is applied and explanatory. It presents a causality model between the determining constructs and the use of *Fintech*. The population was represented by entrepreneurs, in a condition of self-employment, from Huaraz, who are users of the *Fintech* Yape; whose methodological sample belongs to Kelley and Donnelly to determine 139 entrepreneurs. The research uses the structural equation model.

The study concludes that the perceived risk significantly influences entrepreneurs' confidence in the city of Huaraz 2021. The perceived risk significantly influences the utility perceived by Huaraz entrepreneurs, and that the perceived risk significantly influences the ease of its use. Trust significantly influences entrepreneurs' usefulness and ease of use in the city of Huaraz 2021. The ease of use significantly influences entrepreneurs' perceived utility and attitudes. Besides this, the perceived utility significantly influences the attitudes of entrepreneurs attitudes about the use of *Fintech* Yape in Huaraz entrepreneurs. Also, the attitude variable (Component of higher order) is explained by the 4 components of lower order in 56.4% and the use of *Fintech* is explained by attitude in 50.2%.

Finally, an important aspect is that the construct that needs more attention is perceived risk.

**Keywords:** *Fintech*, Entrepreneurial skills, Perceived risk, Technological shift.

## 1. INTRODUCCIÓN

La innovación, en todos los aspectos empresariales, genera crecimiento en los negocios y personas que los dirigen. Desde esa perspectiva, una de las más grandes tendencias mundiales es el crecimiento de las *Fintech* (término generado de la suma de *financiamiento* y *tecnología*, que se interpreta como tecnología financiera), según la Asociación de Bancos del Perú (2017), surge para “proveer soluciones financieras digitales enfocadas a atender necesidades específicas de las personas”, además, pretenden cambiar la forma en la que se percibía a los servicios financieros.

Este recurso fue madurando a medida que la industria de telecomunicaciones fue incrementando la accesibilidad de teléfonos móviles a la población mundial, también la tecnología financiera fue incursionando en las necesidades de las personas. Así, el continente asiático actualmente lidera su desarrollo tecnológico; Asia meridional es un punto que hasta hace uno años pasaba desapercibido respecto al alcance de tecnología financiera, pero la ONU (Organización de Naciones Unidas) mediante un estudio demostró el desarrollo de esos países en cuanto al acceso de pagos móviles, una de las conclusiones del estudio fue que en la India había más personas con celulares para realizar pagos que con acceso a un baño en casa.

Según las previsiones estadísticas de Statista en el 2021 China, India e Indonesia tuvieron gran **aceptación de la tecnología financiera** en cuanto a medios de pagos como billeteras móviles, códigos NFC, QR o *bluetooth*, con una penetración en el mercado de entre el 15% y el 30%; mientras que en Estados Unidos sólo alcanzaba el 8,8% y en los países europeos no superaban el 7%.

Actualmente más de 4 millones de Indios realizan sus pagos mediante la tecnología financiera, tanto así que las tarjetas han sido reemplazadas por aplicativos que facilitan la compra y venta en todo tipo de establecimiento, desde los mercadillos más pequeños hasta los locales de lujo (Gutierrez Masmela, 2021).

Y cómo no ver a las *Fintech* como grandes soluciones financieras si éstas han incursionado en las finanzas personales, pasando por préstamos digitales, llegando a tener impacto en el engranaje emprendedor. Los emprendedores son quienes en

estos últimos años han ido emergiendo y posicionándose como la gran mayoría que mueve el sector económico del país. De acuerdo a Serida et al. (2020), el peruano se caracteriza por un alto espíritu de emprendimiento, ocupando el tercer lugar en Latinoamérica en cuanto a su percepción de oportunidades para lograr emprender un negocio en el futuro.

Noreña (2019) menciona que las personas evalúan el costo de oportunidad de trabajar en una empresa o generar ingresos con su negocio, pero este costo de oportunidad se ha visto alterada, a raíz del desempleo masivo que se ha generado durante la pandemia, llevándolas a reconocer sus habilidades y reinventarse como emprendedores, no en vano estamos catalogados de acuerdo a la universidad ESAN como “el país con mayor espíritu emprendedor en América Latina”.

Emprender no sólo es tener una buena idea y venderla, esto abarca mucho más, así como indica Maiza (2019), “el emprendedor como principal gestor de empresas nacientes debe tomar decisiones inteligentes, debe contar con habilidades, conocimientos y capacitación adecuada, que permitan revertir los efectos del fracaso y convertirlas en fuente de oportunidad y desarrollo”.

Parte de las decisiones inteligentes del emprendedor es usar las mejores alternativas tecnológicas para desarrollar su negocio, donde las tecnologías financieras van a permitir una mayor rapidez en las transacciones, y así como postula Molina (2016), las *Fintech* son soluciones en cuestión de medios de pagos que evitan emplear dinero físico, ya sea para la compra de mercadería o como medio de pago por parte de sus clientes, puesto que geográficamente el comercio es más lejano. Además, en el contexto peruano, los emprendedores han ido emergiendo y posicionándose como la gran mayoría que mueve el sector económico del país.

En este panorama alentador nace Yape, una *Fintech* del BCP en categoría de pagos, y así como se describe en su página web ([yape.com.pe](http://yape.com.pe)) es presentada como aplicación móvil; mediante ésta se puede realizar transacciones financieras inmediatas las 24 horas del día registrando registrar el número de celular. En un inicio se requería cuenta bancaria, pero en la actualidad también se puede realizar

el registro sólo con el DNI, esta herramienta facilita las transacciones de compra y venta de los emprendedores.

Desde el 2020 se ha percibido que surgieron muchos emprendimientos. Un estudio de *Activa Perú* reflejó que 36% de peruanos iniciaron un negocio durante la pandemia. La ciudad de Huaraz no es la excepción. Basta con realizar una búsqueda en el *marketplace* de *Facebook* o *Instagram* de cualquier artículo para conocer los detalles de los productos o el servicio que se ofrece. Se puede buscar el término “Yape” y del mismo modo se encuentran pequeños negocios que aceptan este medio de pago, otro ejemplo de esto se percibe en los taxis que hacen uso de esta solución financiera para recibir pagos al instante.

Esta *Fintech* aparenta ser una gran herramienta aliada del engranaje emprendedor y de fácil aceptación; sin embargo, en octubre del 2020 un estudio de *Activa Perú* mostró que la mayoría de los peruanos aún no usan *Fintech*. Bajo este escenario se puede ver que el uso efectivo de Yape está condicionado a algunos elementos como: el riesgo percibido que de acuerdo al estudio hecho por Cortés y Landeta (2020) es la incertidumbre y desestimación que se presenta al usar los servicios digitales, o para este caso, las soluciones tecnológicas financieras, esto debido al inapropiado empleo de información personal o de cualquier índole durante las transacciones; partiendo de esta línea está la confianza, las cual J. Sánchez y Montoya (2017) expone en su estudio que es la tranquilidad que las empresas generan a sus usuarios mediante el establecimiento de protocolos de seguridad que protegen de amenazas tecnológicas durante una transacción; otro elemento que interviene en el uso de las *Fintech* es la facilidad de uso percibido, que según Ibáñez Arenas (2018) “es el grado en que una persona cree que el uso de un sistema particular está libre de esfuerzo”, este concepto está relacionado con la utilidad percibida, López-Hernández y Silva-Pérez (2016) explican que se refiere al grado de creer que un sistema va a contribuir en el desempeño y obtener mejores resultados en su trabajo. Todos estos elementos que son decisivos para el uso de una *Fintech* aterrizan sobre la actitud que toma el emprendedor, también Fishbein y Ajzen (1977) exponen que la actitud es “una predisposición a preñida para responder de manera consistentemente favorable o desfavorable con respecto a

un objeto dado”, el emprendedor responde hacia la decisión del uso necesario de las tecnologías financieras.

Por lo anterior nace la necesidad de estudiar y analizar esta funcionalidad a través de las herramientas de la metodología de investigación, con el fin de resolver el problema de desconocimiento en cuanto a qué es lo que realmente determina el uso efectivo de esta *Fintech* Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz.

De esta manera se formuló la siguiente pregunta general: ¿Cuáles son los determinantes de uso de la *Fintech* Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz en el 2021? Así también las preguntas específicas:

1. ¿Cómo influye el riesgo percibido de Yape sobre la generación de confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
2. ¿Cómo influye el riesgo de Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
3. ¿Cómo influye el riesgo de Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
4. ¿Cómo influye la confianza que brinda Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
5. ¿Cómo influye la confianza que brinda Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
6. ¿Cómo influye la confianza que brinda Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
7. ¿Cómo influye la facilidad de uso de Yape sobre la utilidad percibida en los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
8. ¿Cómo influye la facilidad de uso de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
9. ¿Cómo influye la utilidad percibida de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?
10. ¿Cómo influyen las actitudes sobre el uso de Yape por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?

## 2. HIPÓTESIS

### 2.1. Hipótesis General

Los determinantes del uso de la *Fintech* Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz son: La confianza, riesgo percibido, utilidad percibida y facilidad de uso.

### 2.2. Hipótesis Específicas

1. El riesgo percibido de Yape influye significativamente en la generación de la confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
2. El riesgo percibido de Yape influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
3. El riesgo percibido de Yape influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
4. La confianza que brinda Yape influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
5. La confianza que brinda Yape influye significativamente en la actitud de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
6. La confianza que brinda Yape influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
7. La facilidad de uso de Yape influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
8. La facilidad de uso de Yape influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
9. La utilidad percibida de Yape influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.
10. Las actitudes influyen significativamente en el uso de la *Fintech* YAPE en los emprendedores la ciudad de Huaraz 2021.

## 2.3. OBJETIVOS

### 2.3.1. Objetivo General

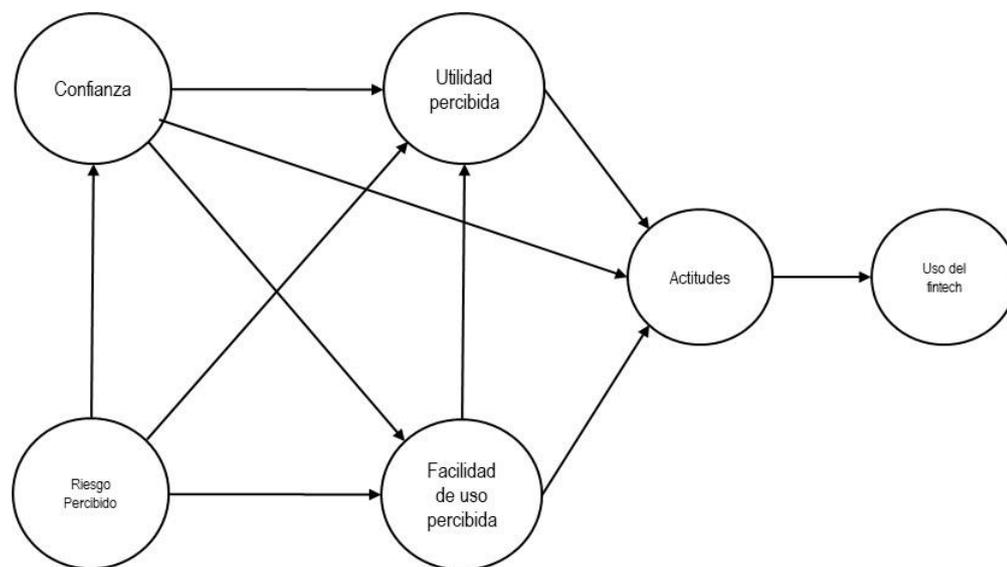
Establecer los factores que determinan el uso de la *Fintech* YAPE en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.

### 2.3.2. Objetivos Específicos

1. Determinar la influencia del riesgo percibido de Yape sobre la generación de confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
2. Determinar la influencia del riesgo percibido de Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
3. Determinar la influencia del riesgo percibido de Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
4. Determinar la influencia de la confianza que brinda Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
5. Determinar la influencia de la confianza que brinda Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
6. Determinar la influencia de la confianza que brinda Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
7. Determinar la influencia a de la facilidad de uso de Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
8. Determinar la influencia de la facilidad de uso de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
9. Determinar la influencia de la utilidad percibida de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.
10. Determinar la influencia de las actitudes sobre el uso de la *Fintech* YAPE en los emprendedores de la ciudad de Huaraz.

## 2.4. Definición de variables

- Confianza, riesgo percibido, utilidad percibida, facilidad de uso, actitudes.
- Uso de la *Fintech*.



**Figura 1: Modelo teórico del uso de las Fintech**

Fuente: Cortés y Landeta (2020)

## 2.5 Operacionalización de Variables

**Tabla 1: Operacionalización de variables**

Constructos o variables latentes	Orden	Definición conceptual	Variables observables o indicadores
Confianza	CO Inferior		<ol style="list-style-type: none"> <li>Seguridad en el acceso a los servicios Yape.</li> <li>Confianza en la tecnología para llevar a cabo operaciones financieras</li> <li>Percepción que las transacciones vía Yape son seguras.</li> </ol>
Riesgo percibido	CO Inferior	Percepciones que parten de los factores que emergen en las actitudes del uso de herramientas tecnológicas financieras (Davis et al., 1989).	<ol style="list-style-type: none"> <li>Evaluación del riesgo de usar los servicios de Yape.</li> <li>Nivel de riesgo de usar los servicios Yape.</li> <li>Comodidad con la información/datos disponibles</li> <li>Respaldo para resolver situaciones en las operaciones.</li> </ol>
Utilidad percibida	CO Inferior		<ol style="list-style-type: none"> <li>Facilidad de comprensión en operaciones financieras vía Yape.</li> <li>Eficiencia en tiempo y ubicación.</li> <li>Comodidad en la vida de los usuarios de Yape.</li> <li>Ahorro de tiempo y dinero al realizar trámites vía Yape.</li> <li>Obtención de información rápida.</li> </ol>
Facilidad de uso percibida	CO Inferior		<ol style="list-style-type: none"> <li>Facilidad de comprender la plataforma de operación.</li> <li>Realización de transacciones financieras sencillas.</li> <li>Flexibilidad de uso en las transacciones.</li> </ol>
Actitudes	CO Superior		<ol style="list-style-type: none"> <li>Valor del uso de Yape.</li> <li>Disfrute del uso de Yape.</li> </ol>
Uso de la <i>Fintech.</i>	CO Superior	Interés, frecuencia y experiencia de uso de servicios (Davis et al., 1989)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Uso inmediato de Yape.</li> <li>Recomendación de uso de Yape.</li> <li>Continuidad de uso de Yape.</li> </ol>

Nota: LOC = Lower-Order Component; HOC = Higher-Order Component (Componente de Orden Superior y los Componentes de Orden Inferior) Fuente: Lirio et al. (2020)

### 3. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Antecedentes de la Investigación

##### A Nivel Nacional:

En “Factores que influyen en la utilización de los servicios de banca móvil en el Perú”, Yamakawa et al. (2013) refieren que los servicios de banca móvil son aplicaciones que permiten superar las limitaciones de espacio y tiempo de las actividades bancarias. Se utilizó una adaptación del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), donde se incluyeron variables externas seleccionadas a partir de estudios previos. La investigación tuvo como objetivo identificar los factores que influyen en las decisiones de consumo de estos servicios en Lima Metropolitana. Para ello, se encuestó a 300 personas, usando un instrumento de medición que fue diseñado considerando 4 factores independientes (utilidad percibida, facilidad de uso percibida, compatibilidad con el estilo de vida, innovación hacia la tecnología de la información) y uno dependiente (intención de uso). Las conclusiones demuestran que los factores independientes potencian el uso de los servicios de la banca móvil.

Saravia (2016) en “Adopción de tecnologías y proceso de innovación en servicios” presenta un modelo teórico que explica la adopción de tecnologías en los procesos de innovación en las empresas de servicios. El modelo integra aportes de diferentes enfoques acerca de la adopción de tecnologías en servicios: la cultura innovadora en las organizaciones; los factores externos e internos que impulsan y obstaculizan la toma de decisiones para desarrollar e implementar procesos de innovación tecnológica en las organizaciones; los factores cognitivos de adopción de tecnologías de los decisores, basados en la Teoría de la Acción Razonada; y los factores afectivos de adopción de tecnologías de los decisores, basados en la actitud hacia el uso de la tecnología. Como conclusión de este estudio, se formula un modelo integral que permite identificar todas las variables que afectan a la decisión y al desarrollo de procesos de innovación, y que representa la estructura básica para futuras investigaciones empíricas acerca del sector servicio, dentro de ellas están: utilidad percibida, facilidad y actitud influyen positivamente en la intención de usar y desarrollar procesos de innovación tecnológica.

*“Estudio de los determinantes de la adopción y la intención de uso de las tecnologías de los pagos móviles por los consumidores”* es el título de la investigación realizada por Rueda (2019) donde expone que nuestro país aún se encuentra en una época de infancia para esta tecnología, por ello se ha realizado el estudio que permitió identificar luego de la integración de dos modelos de adopción, cuáles son los determinantes de la adopción e intención de uso de las tecnologías de pagos móviles; dentro de sus conclusiones se sostiene que confianza es el factor más determinante para la propensión de uso y el comportamiento, por lo cual es importante afianzar sistemas que desarrollen la confianza, y a su vez se demuestra mediante los resultados que la facilidad de uso y utilidad percibida, no son trascendentales, pero no pueden ser descuidadas, ya que se encuentran determinando la disposición y el comportamiento, lo cual va influir en la adopción y la intención de uso de las tecnologías móviles.

En *“factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana”* presentada por Chávez et al. (2019), se expone que los teléfonos móviles tuvieron un crecimiento del 80% en los últimos 5 años, vinculado a esto, en el panorama peruano existen diversos tipos de tecnología de pago móvil que se encuentran en un momento de crecimiento y que los pequeños negocios están adoptando, por ello tienen el objetivo de proponer y validar un modelo conceptual que permita determinar cuáles son los principales factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas. El estudio se centró en restaurantes del distrito de Santiago de Surco que cuenten con POS. Encuestas basadas en el Modelo de aceptación de tecnología (TAM), fueron aplicadas a 200 encargados o propietarios de los pequeños negocios. Los principales resultados fueron que las condiciones facilitadoras, actitud hacia la tecnología de medios de pago, control percibido y riesgo percibido sustentan a la intención de uso de la tecnología, además que el riesgo percibido es la única variable que presenta una relación inversa con la intención de uso. Asimismo, demostraron que el determinante de percepción de utilidad tiene influencia de parte del constructo riesgo percibido, por la innovación del usuario y los servicios de soporte, mientras que la percepción de facilidad de uso tiene influencia por parte de la innovación del usuario y los servicios de soporte.

### **A Nivel Internacional:**

El trabajo de Cortés y Landeta (2020) *“Factores que influyen la intención de uso de las Fintech”* tuvo el objetivo de determinar los factores que afectan la intención de uso de las *Fintech* como proveedor alternativo de servicios financieros. Se aplicó una encuesta a empresarios de MiPymes del Estado de México, seleccionados bajo un muestreo no probabilístico de conveniencia y se utilizó el método de ecuaciones estructurales como técnica estadística de análisis. Los resultados muestran que las actitudes predicen la intención de uso de las *Fintech*, seguidas de la utilidad percibida. De igual forma que otras variables tienen un efecto indirecto a través de su interrelación como el riesgo percibido y la confianza; así también que las actitudes y la facilidad de uso se ven afectadas por la confianza percibida. Y la utilidad por la facilidad de uso, la cual afecta significativamente las actitudes. Como limitaciones se refieren el tipo de muestreo, la necesidad de desarrollar escalas más robustas para medir el riesgo percibido y la confianza; además de abordar el estudio desde otras perspectivas teóricas. La originalidad del trabajo radica en la adición al Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM), de la confianza y el riesgo percibido como variables externas y la evidencia empírica para la construcción de conocimiento en torno a las *Fintech*. Los hallazgos brindan soporte a los proveedores de estos servicios para que generen acciones orientadas a facilitar su uso, optimizar su utilidad y establecer líneas de acción que hagan esos servicios más seguros a fin de consolidar su adopción y posicionamiento.

En el estudio realizado por Daştan y Gürler (2016), *“Factors affecting the adoption of mobile payment systems: An empirical analysis”* publicado en *Emerging Markets Journal*, los autores exponen que el mundo ha sido testigo de un rápido crecimiento del comercio electrónico en los últimos años, el uso generalizado de dispositivos móviles en el comercio electrónico tiene un papel en este aumento. Las actitudes y comportamientos de los consumidores pueden cambiar de acuerdo con estos desarrollos. El propósito fue investigar los factores que afectan la adopción de sistemas de pago móvil. Se encuestó en línea a 225 personas mediante un método de muestreo por conveniencia. Se desarrolló un modelo de investigación y se probaron las relaciones propuestas utilizando modelos de ecuaciones estructurales. Los hallazgos señalan que la confianza percibida, la movilidad y las

actitudes percibidas afectan positivamente la adopción de los Sistemas de Pago Móvil (MPS); la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida no tienen ningún efecto en la adopción de MPS. Además, la reputación percibida se relaciona positivamente con la confianza percibida y, finalmente, el riesgo se relaciona negativamente con la confianza percibida.

También Liébana, Cabanillas, Francisco et al. (2017) en su investigación *“Intention to use new mobile payment systems: A comparative analysis of SMS and NFC payments”* sostienen que el rápido crecimiento de la tecnología móvil entre la población mundial ha llevado a muchas empresas a intentar explotar los dispositivos móviles como una herramienta adicional en el negocio de las ventas. En este sentido, el principal objetivo del estudio reside en comparar los factores que determinan la aceptación por parte de los consumidores de los sistemas de pago móvil SMS (*Short Message Service*) y NFC (*Near Field Communication*) como ejemplos de medios de pago futuro. El modelo utilizado en la investigación aplica las variables clásicas del Modelo de Aceptación de Tecnología, así como el de Seguridad Percibida, modelo derivado de la revisión de la mayor literatura reciente relevante. Los resultados alcanzados en este estudio demuestran que la seguridad percibida es otro factor fundamental en la aceptación por parte de los consumidores de los nuevos sistemas de pago. Debido a esta percepción, se deben implementar medidas de seguridad relevantes para reducir el riesgo percibido por el consumidor y enfocar la actitud del consumidor hacia la importancia de la utilidad y, en consecuencia, fomentar una futura intención de uso.

Al Nawayseh (2020) en *“Fintech in COVID-19 and beyond: What factors are affecting customers’ choice of Fintech applications?”* advierte que el acceso a los servicios financieros se considera uno de los principales desafíos que enfrentan las comunidades en crisis. La investigación estudia el papel de usar aplicaciones *Fintech* para desarrollar resiliencia durante la pandemia causado por el COVID-19. La investigación examinó empíricamente los factores que afectan la intención de los ciudadanos jordanos de utilizar aplicaciones *Fintech*. La muestra comprendió 500 potenciales usuarios del servicio *Fintech* en Jordania. Con base en el modelo conceptual se desarrollaron y probaron cinco hipótesis utilizando técnicas de modelado de ecuaciones estructurales (SEM-PLS). Las conclusiones de la

investigación indican que los beneficios percibidos y las normas sociales afectan significativamente la intención de usar aplicaciones *Fintech*. Sin embargo, se ha encontrado que los riesgos tecnológicos percibidos no afectan significativamente la intención de uso aplicaciones *Fintech*. También concluye que la confianza del cliente está mediando significativamente la relación entre los riesgos percibidos y la intención de uso de aplicaciones *Fintech*. Los proveedores de servicios *Fintech* deben asegurarse de que sus productos sean fáciles de usar, satisfagan las necesidades y protejan los datos de los consumidores para garantizar la confianza y, por lo tanto, influir positivamente en la adopción por parte de los consumidores.

En el estudio de Daragmeh et al. (2021) titulado “*Fintech payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of “Generation X” in Hungary to use mobile payment*” comentan cómo la Organización Mundial de la Salud, alienta a los consumidores a utilizar métodos de pago sin contacto en lugar de métodos de pago como el efectivo, que pueden ser portadores del virus SARS-2. El estudio tuvo como objetivo evaluar los factores que influyen a la Generación X húngara por utilizar los servicios de pago móvil durante la pandemia. Realizaron una encuesta basada a 1120 personas; utilizando el modelado de ecuaciones estructurales para analizar el modelo conceptual del estudio, los resultados confirmaron que el riesgo percibido, la utilidad percibida y las normas subjetivas influyen significativamente en las intenciones de la Generación X húngara de utilizar los servicios de pago móvil. Además muestran que estos constructos explican el 62,9% de la varianza en la intención de utilizar sistemas de pago móvil.

## 3.2. Bases teóricas

### A. Concepto de *Fintech*

#### A.1. Definición

Etimológicamente, Ocampo y Colonia (2017) indican que el nombre *Fintech* proviene de las palabras inglesas *financiamiento* y *technology*, lo se traduce como tecnología financiera, unión de tecnologías digitales y servicios financieros. Esos términos dan una visión general de lo que realmente puede llegar a ser este vocablo, aunque cada día el concepto se extiende.

En el año 2016, inició la publicación de conceptos más estructurados para definir *Fintech*, es así que (Molina) en su libro "*Fintech: lo que la tecnología hace por las finanzas*" refiere el surgimiento de empresas innovadoras que ofrecen soluciones financieras apoyadas en las nuevas tecnologías, además sostiene que, sin usar el término *Fintech*, estas ya se venían desarrollando desde el 2008, pero que entre el 2010 y 2015 fue el despegue y desarrollo notable en los países de primer mundo. Esa afirmación es apoyada por Douglas et al. (2015), quienes mencionan que desde el 2008 emergía la nueva era *Fintech*, esta nueva era no se definía por los productos o servicios financieros entregados, sino por quién los entrega y la aplicación de tecnología de rápido desarrollo en los niveles minorista y mayorista; asimismo, señalan que las *Fintech* son como un matrimonio entre los servicios financieros y la tecnología de información, es decir que se ofrecen soluciones financieras habilitadas por la tecnología.

Las *Fintech* vienen demostrando que existen varias maneras de gestionar el dinero en los clientes de una forma más veloz, cómoda y transparente, así lo demuestran los *startups* financieros, que surgieron a partir del 2001, pero iniciaron su desarrollo en el 2008; estas están diseñadas para desafiar a la banca tradicional, es decir presentarse ante un segmento desatendido del mercado para brindar un servicio más rápido y eficiente (Estevez, 2020). Actualmente los productos y servicios ofrecidos bajo el término *Fintech* son tan amplios e importantes como para tener una sola definición, por ello Di Pietro et al. (2021) refieren que son ideas innovadoras que mejoran los procesos de servicios financieros, debido a que

proponen soluciones tecnológicas acordes a diferentes situaciones de negocio, mientras las ideas también podrían conducir a nuevos modelos de negocio o incluso a nuevos negocios.

Finalmente la *International Organization of Securities Commissions* (2017) y la Superintendencia de Banca Seguros y AFP (2018) aseguran que el término *Fintech* o tecnología financiera se utiliza para describir una variedad de modelos de negocios innovadores y tecnologías emergentes que tienen el potencial de transformar la industria de servicios financieros y trae importantes beneficios a los usuarios (definición que se tomará en la presente investigación).

Siguiendo las definiciones anteriores, el término *Fintech* no se puede catalogar como una nueva industria, es más un término nuevo asignado a un “sector viejo”.

## **A.2. Origen y desarrollo de las *Fintech***

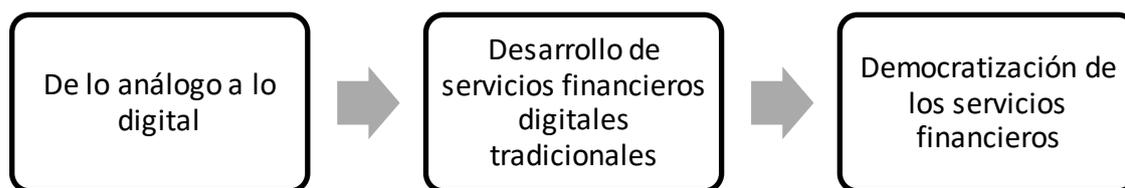
Cuando se estudia la historia, se observa la relación significativa que han tenido las finanzas y la tecnología, habiéndose apoyado mutuamente para llegar a los niveles de desarrollo actuales.

Douglas et al. (2015) aluden que las *Fintech* se dividen en 3 fases llamadas:

- *Fintech* 1.0 (1866 – 1987) llamado “de lo análogo a lo digital”, donde se menciona que todo inició en 1866, con la puesta en funcionamiento del primer cable de telégrafo transatlántico entre el Reino Unido y Estados Unidos. Hasta comienzos del siglo XX, los pagos interbancarios eran realizados a través del transporte físico de oro o efectivo; en 1918, los bancos de la Reserva Federal de Estados Unidos establecieron el sistema Fedwire para procesar transferencias de fondos a través del telégrafo. En la década de 1950 marcó el período en el que los estadounidenses conocieron las tarjetas de crédito (Diners 'Club, en 1950, Bank of America y American Express en 1958) de consumo. La primera versión comercial del sucesor del télex, la máquina de fax, fue introducida por Xerox Corporation en 1964 con el nombre de Long Distance Xerography (LDX). En 1966, una red de télex global estaba en funcionamiento, proporcionando las comunicaciones fundamentales sobre las cuales construir la siguiente etapa del desarrollo de *Fintech*.

- *Fintech 2.0* (1967 - 2008) Desarrollo de servicios financieros digitales tradicionales. Esta etapa fue una época donde las finanzas se transformaron, pasaron de la industria analógica a una electrónica. En 1967, en Texas Instruments se lanza la primera calculadora de mano, con ello se simplifica el procesamiento de información financiera; en ese mismo año, Barclays instala en Londres el primer cajero automático. A inicios de 1971 se crea NASDAQ, la inaugural bolsa de valores digital del mundo, que cambió la negociación financiera física a una totalmente electrónica. Con el fin de conectar los sistemas de pagos domésticos con los internacionales, en 1973 se creó SWIFT (Sociedad de Telecomunicaciones Financieras Interbancarias Mundiales). En la década de 1980 se ve un cambio significativo, debido a que los servicios financieros ya eran parte de la industria digital, se realizaban transacciones electrónicas entre las instituciones financieras y clientes en todo el mundo; además el fax se convirtió en una pieza fundamental en la industria financiera. En 1995 Wells Fargo se posiciona como el primer banco importante en ofrecer sus servicios financieros en línea, dando un giro trascendental en la percepción del dinero y la relación con las instituciones financieras. 1998 es el año que se funda “*Confinity*”, empresa que luego se transformaría en Paypal, líder de los pagos online. En 1999 nace en china Alibaba Group Holding, hoy en día, uno de los más grandes mercados virtuales. Alipay, medio de pagos digital de Alibaba, es fundada en 2004 dando inicio a la revolución financiera en China. Un caso de éxito en África es M-pesa, servicio de dinero móvil presentado en 2007, que permite acceder a servicios bancarios mediante mensaje de texto. Esta era termina con la Crisis Financiera Global en 2008.
- *Fintech 3.0* (2008 – época actual) Democratización de los servicios financieros. Este periodo inicia en medio de una fuerte desconfianza en los bancos tradicionales, debido a la crisis financiera en Estados Unidos, esto dio paso a innovadores agentes de mercado en la industria de servicios financieros. *White paper* del *Bitcoin* es el documento fundacional de esta moneda virtual que fue publicada en el 2008 por Satoshi Nakamoto, a partir de este acontecimiento surge el impacto en el mundo financiero con el surgimiento de las diferentes criptomonedas. Los *smartphones*, en esta época se convierten en el medio

principal para acceder a internet y utilizar diferentes servicios financieros; en el 2011 se crea el servicio de transferencia de dinero *Transferwise*, que hace uso del sistema P2P que ofrece transferencias a un costo muy bajo, en ese año, también se introduce Google *Wallet*, las *Fintech* más grandes e importantes de la actualidad surgieron entre 2012 y 2014. *Ant Financial Services Group*, esta es la *Fintech* más grande del mundo, fue constituida en 2014 y está integrada por seis áreas de negocio. Google Pay se lanza en el 2015 como plataforma de pagos virtual. En 2017 Amazon lanza una tarjeta de crédito en sociedad con JPMorgan Chase, con ello facilita en gran medida las compras en línea. Facebook y un conjunto de empresas tecnológicas – financieras lanzan al mercado a la criptomoneda Libra.



**Figura 2: Fases de la Fintech**

Fuente: Adaptación de Douglas et al. (2015).

Entre 2018 y 2019 se registraron 708,500 millones de transacciones de pago en el mundo (14% de aumento), el alza estuvo impulsada por Asia (24.5%), particularmente por India y China. En el caso de América Latina, el incremento fue de 7.8% (Rodríguez, 2020).

### A.3. Desarrollo de las *Fintech* en la pandemia

Debido al desarrollo de los pagos digitales, “*las Fintech fue uno de los pocos sectores que ganaron en la pandemia*”, así lo refiere Meañes (2020), además afirma que la pandemia a causa del covid-19 influyó en el crecimiento y transformación del sector *Fintech*, hasta ser considerado uno de los pocos ganadores en un año amargo global.

Deloitte (2020) asegura que el distanciamiento social en todo el mundo ha sido el generador del crecimiento de los servicios financieros digitales, los *e-commerce* y de los medios de pagos digitales; esto se debe al notable cambio de los consumidores en el mundo, PWC (2020) comunica que durante el confinamiento

los consumidores mostraron cambios en su comportamiento, los resultados reflejados de un estudio realizado a 1600 estadounidenses adultos, demuestra que un 49% evita salir de casa, el 50% realiza teletrabajo, un 42% evita el transporte público, mientras que el 57% mantiene un distanciamiento social de amigos y comunidad.

En el estudio Ecosistema *Fintech* Argentino 2020 referido por Meaños (2020), suscribe que en el 2018 se tenía un ecosistema *Fintech* de 133 empresas, en este año 2020 ha llegado a 268 empresas *Fintech*, y que la mayor aparición de compañías se dio en el segmento de pagos digitales.

La investigación realizada por Fu y Mishra (2020), respecto a la dinámica de las aplicaciones móviles en 74 países desde el inicio de la emergencia sanitaria, ha demostrado un aumento de entre el 24% y 32% de incremento en la tasa relativa de descargas diarias de aplicaciones móviles financieras, esto es equivalente a un aumento promedio diario aproximado de 5,2 a 6,3 millones de descargas de aplicaciones financieras.

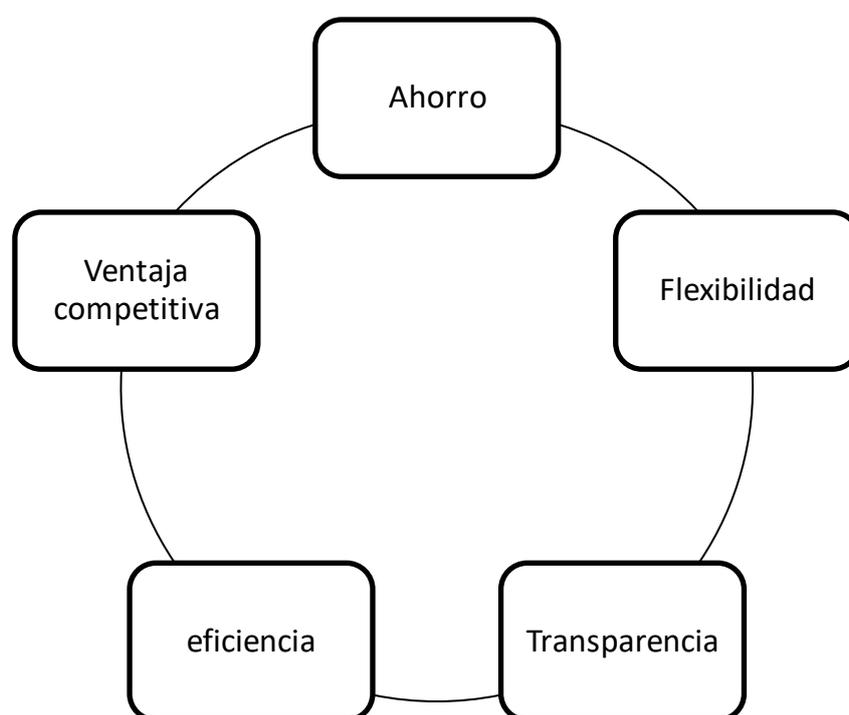
Bajo este escenario, se observa que la pandemia ocasionada por el covid-19 ha acelerado la evolución de las *Fintech*, y éstas, a su vez, han innovado para contrarrestar las nuevas necesidades de las personas en el mundo, especialmente en los emprendedores.

#### **A.4. Importancia y contribución de las *Fintech* a los negocios**

Las *Fintech* están en evolución y buscan la forma de adaptarse y ofrecer servicios que sean accesibles a todos, Saldarriaga y Gallego (2020) mencionan que una gran ventaja de las empresas *Fintech* es que los trámites, compras y pagos se pueden realizar a través de *smartphones*, *tablets* o computadoras, sin tener que esperar en la cola de las instituciones financieras, y tener la incertidumbre del momento que será atendido. No se requiere sucursal u oficina física, pero requiere una buena conexión a Internet.

Para Castellnou (2019) existen 6 beneficios que suelen repetirse en todos los ámbitos relacionados con las *Fintech*: El ahorro, la gestión de la rapidez mejora la eficiencia del negocio, generando un ahorro económico y de tiempo; la flexibilidad

es un gran beneficio, debido a que permiten guardar datos, hacer operaciones mediante financiación alternativa y más, esto indiferente al lugar y momento presente; la transparencia es otro beneficio importante debido a que la utilización de *Fintech* demuestra una gestión rápida y transparente para las empresas; eficiencia es un claro beneficio que las *Fintech* brindan debido a la automatización y los servicios concretos que brindan; para las empresas que anhelan la internacionalización, las *Fintech* les brindan *flexibilidad* y soluciones relacionadas; finalmente, como negocio, las *Fintech* representan una *ventaja competitiva* frente a competidores que no utilizan estos servicios tecnológicos.



**Figura 3: Beneficios del uso de las Fintech**

Fuente adaptada de Castellnou (2019)

### **A.5 Fintech en el Perú**

De la misma manera que se han desarrollado en todo el mundo, Perú no ha sido ajeno a esta revolución financiera tecnológica. En el país, las *Fintech* poseen un alto crecimiento debido a la gran cantidad de usuarios insatisfechos por los servicios del sistema financiero tradicional; sin embargo, pese a su acelerado desarrollo, no se encuentran estudios empíricos que aborden el fenómeno del crecimiento en las *Fintech*, así lo refieren Pérez et al. (2020).

Castillo (2016) mencionó que la primera *Fintech* peruana fue mostrada en el 2016, *Latin Fintech* fue la primera empresa de Perú en ofrecer sus servicios 100% digitales, donde presentan a ANDY, un producto de créditos que presta hasta S/ 1000.00 con plazo de 45 días como máximo y en una sola cuota.

La industria *Fintech* en el Perú se ha desarrollado consistentemente. Vodanovic (2020) aclara este panorama mencionando un estudio de la Central de Riesgo Equifax y el centro de innovación Emprende UP, donde se ha identificado 148 empresas *Fintech* operando en el Perú, en su mayoría ubicadas en Lima (91%) y seguida por Arequipa (3%). Pero como ya se ha mencionado, la industria *Fintech* cambia a un ritmo acelerado. Hace poco el diario Gestión (2020) mostró que hasta septiembre del 2020 la cifra ha incrementado a 151 *Fintech*, lo cual significa que frente al año anterior aumentó en un 16%.

Gomez (2020) expone que las categorías más usadas de *Fintech* en el Perú son: **Pagos y remesas** en primer lugar, financiamiento alternativo y cambio de divisas. Además, añade que los bancos ya no ven a las *Fintech* como amenaza, sino más bien como aliados para otorgar mejor soporte a sus servicios financieros.

Diario El comercio (2020) indica que las transferencias electrónicas permanecen como el instrumento digital más importante usado para realizar pagos minoristas con un incremento de 13% en el periodo enero a mayo 2020, además, en los últimos 5 años el crecimiento promedio anual fue del 21%. Detrás de una *Fintech* puede estar una *startup*, una *big tech* o un banco. Algunas *Fintech* que están respaldadas por un banco son: Yape (BCP, Banco de la nación, Mibanco), PLIN (Interbank, BBVA, Banbif y Scotiabank), Lukita (BBVA) y Tunki (Interbank), entre otros.

Existen *rankings* sobre *Fintech* en el Perú, Emprende Joven es un *blog* de emprendimiento donde proponen la siguiente lista de las mejores *Fintech* en Perú:

1. Zest Capital (fondos de inversiones)
2. Facturedo (factoring)
3. Buda.com (mercado de criptomonedas)
4. Hapi (bolsa de acciones)
5. B89 (pagos)

6. Rebajatuscuentas.com
7. Yape (pagos)
8. Kambista (casa de cambios digital)
9. Rextie (casa de cambios digital)
10. Prestapyme (intermediario de inversionistas)

#### **A.6. Regulación de las *Fintech***

La Superintendencia de Banco y Seguros refiere a una estrategia regulatoria que consiste en un desarrollo selectivo y focalizado además de la vigilancia periódica de las *Fintech*, esto está determinado según los siguientes ítems: grado de desarrollo, riesgos sobre la estabilidad e integridad financiera, protección al usuario, tendencias regulatorias (Medina, 2018). Por su parte la Superintendencia de Mercado de Valores refiere que no existe una regulación particular sobre plataformas o aplicativos, pero asegura una protección mediante parámetros establecidos a las *Fintech*, donde éstas deben dar acceso completo a la información, garantizar protección de los inversionistas y acceso oportuno a la información. Además el artículo 2 de la Ley de promoción de mercado de valores señala que la publicidad de servicios financieros en cualquier medio, sólo puede realizarse con autorización o supervisados por la SMV (Zárate, 2017).

#### **A.7. La *Fintech* Yape**

“Pagos y remesas” es el tipo de *Fintech* más usado y requerido en el Perú, es así que en el 2016 nace Yape, un novedosa tecnología financiera representada como aplicativo móvil, que según la Página oficial Yape (2020) tiene la función de enviar y recibir dinero inmediato las 24 horas del día, los 7 días de la semana y sin cargos por comisión, para esto sólo se necesita el número de celular de los contactos o el código QR de Yape o Visa. Se puede Yapear un máximo de S/ 500 al día.

Según una entrevista ofrecida por (Arribas, 2020) a la *startup* “enlaU”, Yape fue creada en julio del 2016, pero en Marzo del 2017 da su primera campaña, ofreciendo al público *millennials* transacciones sólo con el número de celular (además de ser cliente del BCP) se apoyaban de la seguridad que tenía el usuario al no brindar su número de cuenta ni otra información adicional. Para noviembre

del 2018 participaban Mibanco y Banco de la Nación, por lo que los usuarios crecieron hasta 370000; en noviembre del 2019 se adiciona el QR, con ello empezaron a reconocer el uso específicos para pequeños negocios como bodegas y servicio de taxis; aparentemente se estaba dejando de lado a muchos otros clientes de otro bancos y los no bancarizados, pero no pasó mucho tiempo para en mayo del 2020 surja Yape Card, alternativa que se ofrece a cualquier persona sin necesidad de ser bancarizado, así los usuarios crecieron hasta 4 millones de usuarios y 400 000 negocios (basado en uso del Qr). Hasta noviembre de 2021 Yape alcanza los 8 millones de usuarios, y más de 1 millón de negocios así se menciona en la página oficial de Yape en Facebook.

### **A.8 Fintech Yape como herramienta para los emprendedores**

La pandemia Covid-19 ha generado cambios en la economía mundial, dentro de ellos un masivo desempleo, en el Perú cuya la población ocupada se redujo en -39.6% según el INEI (2020); además el temor de salir de casa sumado a diversos factores personales, dan pie al surgimiento de emprendedores, y es así que han surgido todo tipo de negocios, desde los tradicionales que tuvieron que reinventarse, pasando por la comercialización de artículos de protección ante el nuevo virus, hasta negocios innovadores que mejoran la calidad de vida frente a esta crisis, y aunque este escenario se ha replicado en muchos países, como lo plantean Martínez y Bañón (2020), la realidad peruana es especial, así como lo suscribe la ASEP (asociación de emprendedores del Perú), “no hay barreras ni crisis que impidan que el emprendedor trabaje por materializar sus sueños”. Con ello, el distanciamiento social ha sido uno de los medios de protección entre las personas, es por ello que los emprendedores buscaron mejores alternativas para sus transacciones financieras, donde las *Fintech* pasaron de ser una mejora en la experiencia del cliente, a ser una herramienta fundamental en las operaciones financieras de compra y venta.

Los emprendedores usualmente hacen compras en lapsos cortos de tiempo y muchas veces según el requerimiento del mercado, estas compras generalmente se realizan fuera de la jurisdicción del negocio, es por ello que las transacciones deben ser rápidas. Yape incursiona en la industria de las *Fintech* peruana de tal

manera que ofrece un soporte al emprendedor, permitiendo realizar operaciones de inmediato, sin importar el lugar en el que el usuario se encuentre. Ya no requiere ir al banco ni hacer colas, lo que te permitirá ahorrar tiempo y costos de transporte. Tampoco se tendrá que hacer operaciones en ventanilla.

#### **A.9 Modelo *Fintech* Yape enfocado en el comportamiento del consumidor.**

El modelo TAM (*technology acceptance model*) es uno de los mayores referentes teóricos para evaluar y comprender cómo los usuarios llegan a aceptar una nueva tecnología, según Davis et al. (1989); se ha propuesto extensiones de este modelo, tal es el caso de siguiente modelo de aceptación de las *Fintech* propuesto por Cortés y Landeta (2020), representado a través de los siguientes constructos:

**a. Riesgo percibido:** Falta de certeza y rechazos que se experimenta del uso de servicios digitales, por el posible empleo inadecuado de los datos personales o de la poca información respecto a las transacciones; es una de las variables que más compromete la confianza, afecta tanto las **actitudes** como la **intención de uso**, además afecta en la **utilidad percibida** y **facilidad de uso** (Cortés y Landeta, 2020).

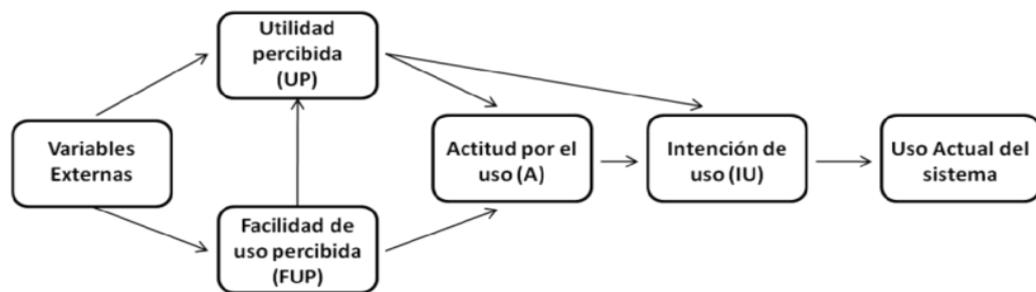
**b. Confianza:** Es el más amplio sentido de la fe (Luhmann, 2005). Para J. Sánchez y Montoya (2016) algunos de los factores más influyentes en generar la confianza son: **El riesgo percibido**, seguridad en la transacción, privacidad de los datos y reputación del vendedor. Aldás et al. (2011) defiende que la confianza es un factor determinante en las **actitudes** que presentan los usuarios. Si la confianza es sólida, incrementará otros factores como la **utilidad percibida** y la **facilidad de uso** (Cortés y Landeta, 2020; Im et al., 2008).

**c. Utilidad Percibida:** Refleja la posibilidad subjetiva de que una persona evalúe el uso de la tecnología como una alternativa para optimizar su desempeño. Existe un impacto significativo hacia la **intención de uso**, también influye en el desarrollo de **actitudes** del **uso** de la tecnología (Davis et al., 1989). Además, la utilidad percibida es afectada por diversas variables como la **facilidad de uso percibida**, el **riesgo percibido**, la **confianza** y la satisfacción (Cortés y Landeta, 2020).

**d. Facilidad de uso percibida:** Se relaciona con la simplicidad y disminución del esfuerzo que implicaría la utilización de tecnología para efectuar transacciones. Influencia en la **utilidad percibida**, la cual se relaciona de forma positiva con la intención de uso. Además, refuerza la confianza del potencial usuario. En la medida que la tecnología sea fácil de manejar la intención del **uso** se incrementará.

**e. Actitudes:** Son predisposiciones cognitivas o tendencias conductuales, con tendencias emotivas (positivas y negativas), hacia un determinado objeto, así nos detalla Manassero y Vázquez (2002). Son el mejor predictor de la intención de uso influido por la **confianza**, la **utilidad percibida** y la **facilidad de uso percibida** (Cortés y Landeta, 2020; Davis et al., 1989).

**f. Uso de las *Fintech*:** La determinación del uso de la tecnología *Fintech*, Está determinada por la actitud de aceptación positiva (Davis et al., 1989; Devotto et al., 2020).



**Figura 4 Modelo de aceptación de la tecnología (TAM)**

Fuente: Davis et al. (1989)

### 3.3. Definición de términos

**Banca tradicional.** Entidades financieras que operan mediante oficinas bancarias, usando documentos impresos, asistidos por un personal comercial que actúa de manera pasiva esperando al cliente, quien debe ubicar a la oficina en un horario determinado para realizar la operación financiera (Monparler, 2008).

**Bancarización.** Es el nivel y grado que una población específica viene utilizando productos y servicios financieros, además esta bancarización refleja qué tanto progresa el sistema financiero en un país (Pedrosa, 2016).

**Emprendedor.** Adjetivo que se da a quien estratégicamente combina recursos, trabajo y diversos activos de tal manera que incrementa el valor de éstos; a su vez esta persona elige realizar esas acciones impulsadas por fuerzas como el necesitar algo en específico o liberarse de la autoridad de un jefe (Olmos y Arrayales, 2007).

**Modelo de aceptación de tecnología (TAM).** Base teórica de sistema de información que muestra cómo un usuario de una tecnología nueva acepta esa propuesta tecnológica en base a los siguientes factores: Variables externas, facilidad de uso y utilidad percibida (Davis et al., 1989).

**Modelo teórico del uso de las *Fintech*.** (Cortés y Landeta, 2020) basan su investigación en el Modelo TAM, al aplicarlo su realidad identifica más constructos que influencia a la aceptación de la *Fintech*, los cuales son: Confianza, riesgo, facilidad de uso, utilidad percibida y actitudes.

**Sistemas de pago.** Conjunto de procedimientos e instrumentos que permiten realizar pagos entre agentes económicos, estos pueden ser en efectivo o no, en el segundo caso se hará uso de instrumentos y sistemas interbancarios de transferencia de dinero (Banco Central de Reserva del Perú, 2018).

**Tecnología financiera.** Uso de tecnología como tarjetas de crédito o débito; cajeros automáticos, teléfono móvil, entre otros, para realizar actividad financiera como almacenar y procesar datos financieros sin límites geográficos (Narain, 2016).

**Transferencia interbancaria.** Operación financiera donde el usuario de una entidad financiera logra enviar dinero de su cuenta a la de otro usuario en una entidad financiera diferente (Cámara de compensación electrónica, 2021).

## 4. ASPECTO METODOLÓGICO

### 4.1. Tipo de estudio

Por su finalidad fue aplicada. Por su enfoque, cuantitativa en el entendido que las variables fueron medibles para probar la hipótesis y establecer patrones de comportamiento (Hernández-Sampieri y Torres, 2018). Por su alcance fue explicativo porque respondió a causas de los fenómenos sociales a partir de las relaciones de variables (Hernández-Sampieri y Torres, 2018).

### 4.2. Diseño de investigación

La investigación fue no experimental y transversal debido a que la recolección de datos se llevó a cabo en un momento dado, además no se manipularon las variables.

### 4.3. Población

Estuvo constituida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz. Los criterios de inclusión están basados en características del “perfil del emprendedor peruano”, descritas según el reporte del *Global Entrepreneurship Monitor*, dirigido por Serida et al. (2020), donde el rango de edad se encuentra entre los 18 y 54 años y con situación laboral de autoempleo, además de utilizar Yape como herramienta.

### 4.4. Unidad de análisis y muestra

La unidad de análisis fue el emprendedor. En razón a que la informalidad que hoy presenta el Perú, como refieren los medios, la población es desconocida (Diario Gestión, 2020), Para determinar la muestra, se aplicó la fórmula, válida para las muestras infinitas o desconocidas (Kelley y Donnelly, 2009).

$$n = \left( \frac{Z * \sigma}{E} \right)^2$$

Donde:

**Z** = 1.96, para un nivel de confianza del 95%

**E** = 1 como margen de error

$$\sigma = \frac{R}{6} = \text{Desviación estándar}$$

Y por lo tanto la muestra es:

$$n = 139$$

#### 4.5. Técnicas e Instrumentos de recopilación de datos

La técnica empleada fue la encuesta con su instrumento, el cuestionario, que contiene *“un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir”* (Hernández-Sampieri y Torres, 2018), Para el registro se emplearon preguntas con escalas Likert. La fuente fue el emprendedor. Se formularon preguntas para las variables en función a los indicadores. La fiabilidad del cuestionario se hizo a través del estadístico Alfa de Cronbach, fiabilidad compuesta y AVE.

Para el muestreo, se partió de un listado preliminar obtenida con los emprendedores identificados en los grupos de Facebook. Luego se procedió a realizar un muestreo aleatorio simple.

#### 4.6. Análisis Estadístico e Interpretación de datos

Para la revisión de la calidad de información se hizo una depuración de la información revisando los datos contenidos en los instrumentos de investigación. Para su análisis, la data fue ingresada en SPSS 28.

En esta investigación se usó el SmartPLS 4 para el análisis de las variables (constructos) que muestre la lógica de la relación de las hipótesis que se probaron. El modelo se compone de: 1) el modelo estructural (llamado también modelo interno en la PLS-SEM) que describe las relaciones entre las variables latentes, y 2) el modelo de medida, que muestra las relaciones entre las variables latentes y sus medidas (sus indicadores). Cuando el modelo estructural es desarrollado, se observan principalmente dos aspectos: la secuencia de los constructos y la relación entre ellos, que representan las hipótesis y sus relaciones de acuerdo con la teoría.

## 5. Resultados

### 5.1. Validez del modelo

Para conocer los determinantes del uso de la *Fintech* Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz en el año 2021, fue necesario el “análisis a través del enfoque SEM con la regresión de mínimos cuadrados parciales y la presentación de sus pruebas y resultados. El enfoque responde a la técnica de segunda generación denominada modelación de ecuaciones estructurales con mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM, por sus siglas en inglés). Debido a su enfoque alternativo y más flexible al tradicional, este modelo de evaluación es muy valorada por la comunidad científica en el área de ciencias sociales” (Esposito Vinzi et al., 2010; Hair Jr et al., 2017).

El procedimiento analítico fue realizado, primero, con la validez y después la confiabilidad de las medidas del modelo, para luego realizar la prueba de hipótesis como lo recomiendan Hair Jr et al. (2017).

Debido a la naturaleza cuantitativa del estudio, la fiabilidad es garantizada con el  $\alpha$  de Cronbach. Así también se aplicó la fiabilidad compuesta (FC) y también se realizó dos tipos de validez: Convergente y discriminante.

#### a. Validez convergente

En este punto de evaluación inicial del modelo se hace la evaluación de las cargas externas (*outer weights*) y la determinación AVE (*Average Variance Extracted*) junto con otras pruebas a detallar. De acuerdo a Hair Jr et al. (2017) se debe obtener cifras mayores a 0.5.

**Tabla 2: Resultados de medida del modelo**

	Cargas	$\alpha$ de Cronbach	FC	AVE
Actit		0.660	0.855	0.746
	0.862			
	0.866			
Conf		0.713	0.840	0.637
	0.743			
	0.822			
	0.825			
facUso		0.665	0.817	0.599
	0.828			
	0.788			
	0.700			
rPercib		0.790	0.864	0.613
	0.779			
	0.780			
	0.792			
	0.780			
uFintech		0.760	0.892	0.806
	0.914			
	0.881			
uPercib		0.720	0.826	0.543
	0.729			
	0.729			
	0.748			
	0.741			

La validez convergente se confirma a través de la determinación del AVE (*average variance extracted*), También, se realizó la evaluación de la confiabilidad compuesta, donde el grado de fiabilidad compuesta (FC) muestra el indicador de construcción que representa la construcción latente donde, valores que excede a 0.7” son recomendados por Hair Jr et al. (2017).

Complementario a esto, la fiabilidad compuesta (CR), indican valores mayores a 0.6 que aseguran la consistencia interna del modelo.

## b. Validez discriminante

La validez discriminante de las medidas fue examinada bajo las premisas de Fornell y Larcker (1981). El concepto de validez discriminante refiere el grado en que los elementos diferencian entre constructos y miden conceptos distintos. Esto es medido examinando la correlación entre las medidas de las posibles construcciones superpuestas. Hair Jr et al. (2017) explican que “la varianza promedio compartida entre cada construcción y su medida debería ser mayor que la varianza compartida entre las construcciones y otras construcciones. La tabla muestra que la raíz cuadrada del AVE (como se muestra en negrita en las diagonales) posee valores mayores a los de la fila y columna correspondientes, esto indica que indica que las medidas fueron discriminadas”.

**Tabla 3: Validez discriminante del modelo de medición**

	Actit	Conf	facUso	rPercib	uFintech	uPercib
Actit	<b>0.864</b>					
Conf	0.706	<b>0.798</b>				
facUso	0.635	0.684	<b>0.774</b>			
rPercib	0.636	0.678	0.715	<b>0.783</b>		
uFintech	0.709	0.884	0.675	0.675	<b>0.898</b>	
uPercib	0.660	0.724	0.687	0.757	0.689	<b>0.737</b>

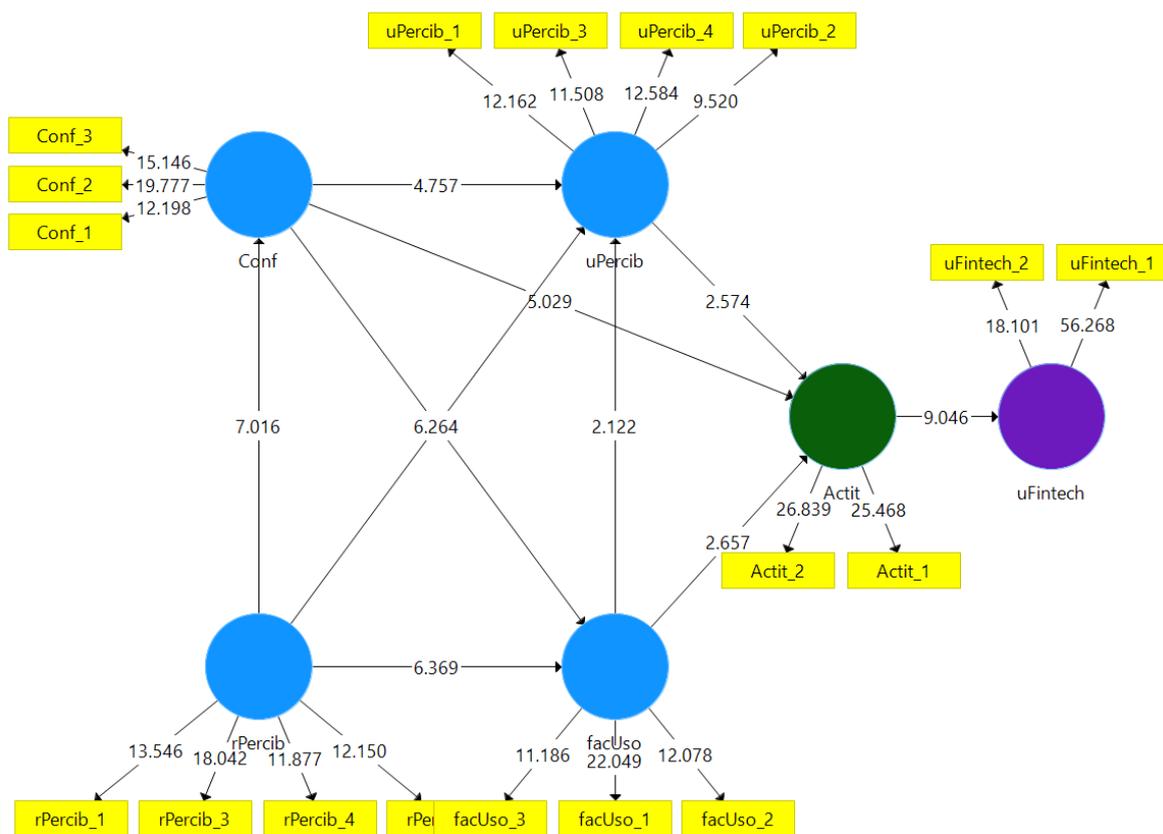
La validez discriminante es medido a través de la carga cruzada de los indicadores (Hair Jr et al., 2017). Esto se logra comparando las cargas externas de un indicador en las construcciones asociadas y debe ser mayor que toda su carga en las otras constructos.

**Tabla 4: Cargas y cruce de cargas**

	Actit	Conf	facUso	rPercib	uFintech	uPercib
Actit_1	0.862	0.620	0.538	0.550	0.607	0.556
Actit_2	0.866	0.600	0.559	0.549	0.617	0.584
Conf_1	0.552	0.743	0.502	0.530	0.477	0.524
Conf_2	0.604	0.822	0.513	0.567	0.818	0.600
Conf_3	0.535	0.825	0.621	0.525	0.805	0.606
facUso_1	0.545	0.592	0.828	0.626	0.582	0.596
facUso_2	0.493	0.517	0.788	0.541	0.533	0.550
facUso_3	0.428	0.472	0.700	0.483	0.441	0.436
rPercib_1	0.565	0.594	0.583	0.779	0.564	0.649
rPercib_2	0.459	0.495	0.557	0.780	0.526	0.564
rPercib_3	0.437	0.486	0.574	0.792	0.461	0.580
rPercib_4	0.524	0.540	0.523	0.780	0.558	0.570
uFintech_1	0.681	0.791	0.569	0.632	0.914	0.615
uFintech_2	0.585	0.798	0.650	0.576	0.881	0.624
uPercib_1	0.502	0.571	0.559	0.589	0.553	0.729
uPercib_2	0.469	0.512	0.496	0.514	0.488	0.729
uPercib_3	0.403	0.494	0.417	0.562	0.482	0.748
uPercib_4	0.556	0.547	0.538	0.561	0.501	0.741

La tabla muestra que todos los ítems que miden una construcción particular se cargaron más arriba en esa construcción y se cargaron más abajo en las otras construcciones que confirman la validez discriminadora de las construcciones. En el constructo de la *actitud* resalta, tiene más aporte o más valor el *disfrute del uso de Yape*; en la *confianza* es la *percepción que las transacciones vía Yape son seguras*; en la *facilidad de uso* es la *facilidad de comprender la plataforma de operaciones*; en el *riesgo percibido* es la *comodidad con la información/datos disponibles*; en el *uso de la Fintech* es el *uso inmediato*; finalmente en la *utilidad percibida* es la *comodidad en la vida de los usuarios*.





**Figura 2: Bootstrapping para la significancia**

Mediante esta prueba del *bootstrapping* se examina si las relaciones son o no significativas. De acuerdo a la técnica, el error estándar de *bootstrapping* calcula los valores *t* empíricos y los valores *p* para todo el coeficiente del camino estructural. Cuando un valor *t* empírico es mayor que el valor crítico, se llega a la conclusión de que hay una relación causal significativa o que el coeficiente es estadísticamente significativo (a una cierta probabilidad de error o nivel de significación). El valor crítico generalmente utilizado para las pruebas de dos colas es 1.96 (nivel de significación = 5%) y así como se visualiza en la figura en todos los casos superan ese valor.

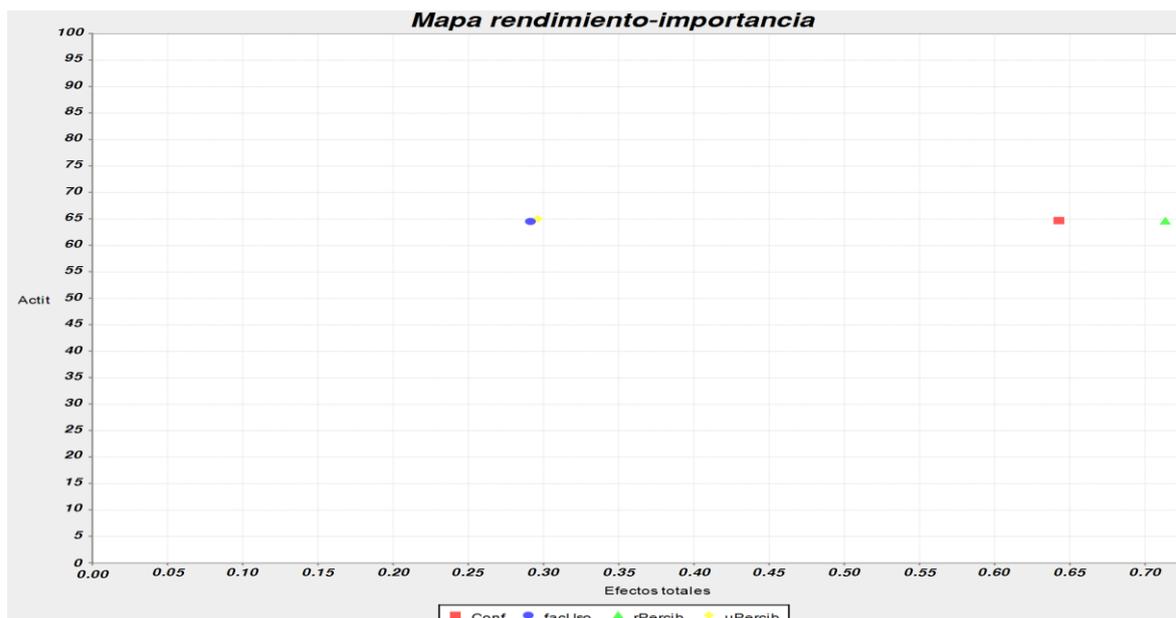
## 5.2. Prueba de Hipótesis

**Tabla 5: Prueba de hipótesis**

Hp	Relación	$\beta$	Estadísticos t	P Valores	Determinación
H1	rPercib $\rightarrow$ Conf	0.678	7.016	0.000	Se acepta
H2	rPercib $\rightarrow$ uPercib	0.416	6.264	0.000	Se acepta
H3	rPercib $\rightarrow$ facUso	0.465	6.369	0.000	Se acepta
H4	Conf $\rightarrow$ uPercib	0.330	4.757	0.000	Se acepta
H5	Conf $\rightarrow$ Actit	0.400	5.029	0.000	Se acepta
H6	Conf $\rightarrow$ facUso	0.369	4.387	0.000	Se acepta
H7	facUso $\rightarrow$ uPercib	0.164	2.122	0.034	Se acepta
H8	facUso $\rightarrow$ Actit	0.201	2.657	0.008	Se acepta
H9	uPercib $\rightarrow$ Actit	0.232	2.574	0.010	Se acepta
H10	Actit $\rightarrow$ uFintech	0.709	9.046	0.000	Se acepta

En la tabla se refleja la influencia significativa que tiene el riesgo percibido sobre la generación de confianza; así mismo, el riesgo percibido sobre la utilidad percibida y sobre la facilidad de uso; también refleja la influencia significativa de la confianza sobre la utilidad percibida, las actitudes y sobre la facilidad de uso; del mismo modo se percibe la influencia significativa de la facilidad de uso sobre la utilidad percibida y las actitudes; finalmente se reconoce la influencia significativa de la utilidad percibida sobre la actitudes y la influencia significativa de las actitudes sobre el uso de la *Fintech*.

### 5.3. Mapa de rendimiento – importancia



El mapa de rendimiento-importancia muestra el constructo clave que se debe pivotear para mejorar el constructo de *Actitud*; es decir que al *riesgo percibido* (constructo que está en el extremo derecho) debe tener mayor atención.

**Tabla 6: Constructos priorizados**

	Actit
Conf	0.643
facUso	0.291
rPercib	<b>0.713</b>
uPercib	0.296

## 6. DISCUSIÓN

El estudio buscó establecer los factores que determinan uso de la *Fintech* YAPE en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021. Para ello, a continuación se detallan las hipótesis contrastadas con la realidad mediante la teoría presentada en esta investigación. En el estudio se planteó como primera hipótesis que el riesgo percibido influye significativamente en la generación de la confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, aspecto que en este estudio ha sido corroborado; así Daştan y Gürler (2016) muestran que el riesgo percibido es un constructo que sustenta a la confianza percibida con una relación negativa o inversa. Para Nawayseh (2020) la confianza del cliente está mediado significativamente por el riesgo percibido.

En la segunda hipótesis se postuló que el riesgo percibido influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, del mismo modo el estudio aprueba esta conjetura, tema que también abordan Chávez et al. (2019), quienes reconocen que demostraron que el determinante de percepción de utilidad tiene influencia de parte del constructo riesgo percibido; esto quiere decir que los usuarios optarían por el servicio cuando éste represente un impacto positivo para su trabajo. En la tercera hipótesis se planteó que el *riesgo percibido* influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, de acuerdo al estudio este postulado es aprobado. De la misma manera Cortés y Landeta (2020) concluyen que el riesgo percibido influye significativamente sobre la facilidad de uso de la tecnología, de esta manera mientras el usuario perciba la disminución de riesgos en el uso considerará que la tecnología es fácil de usar.

En la cuarta hipótesis se tuvo que la confianza influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, dicho aspecto es corroborado por los resultados de la investigación. Este aspecto coincide con los resultados que se visualizaron en la investigación de Rueda (2019) que refiere que la utilidad de la tecnología se encuentra apoyada por la variable confianza, la cual obtuvo el valor más alto del resto de variables. Así, en cuanto el

emprendedor sienta que puede confiar en la tecnología, ésta será una herramienta para mejorar el rendimiento de su negocio.

En la quinta hipótesis se presentó que la confianza influye significativamente en la actitud de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, situación que es aprobada por el estudio; además este aspecto es defendido por Rueda (2019), quien sostiene que la confianza es un factor determinante para la adopción de una actitud positiva. De esta manera si el cliente del servicio confía en la funcionalidad de la tecnología, tendrá una conducta positiva para usar y continuar usando el servicio tecnológico. En la sexta hipótesis se postula que la confianza influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, con los resultados del estudio se corrobora dicho enunciado. Los resultados de Cortés y Landeta (2020) apoyan estos resultados debido a que ellos aseguran la existencia de una relación positiva y significativa entre estas dos variables.

La séptima hipótesis que plantea que la *facilidad de uso* influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, se observa que Daştan y Gürler (2016) no comparten dicho enunciado, según su investigación la facilidad de uso percibida no tiene ningún efecto sobre la adopción de los Sistemas de Pago Móviles; sin embargo Cortés y Landeta (2020) demostraron que la facilidad de uso influye de manera significativa la percepción de qué tan útil sea la *Fintech* para los emprendedores. En la octava hipótesis se planteó que la facilidad de uso influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, este aspecto también fue comprobado en el estudio. Este tema también es comprobado por Cortés y Landeta (2020) quienes concluyen que la facilidad de uso influye de manera significativa en el constructo de la actitud lo que significa que la predisposición del usuario está regida a qué tan fácil sea la interfaz de la *Fintech*.

En la novena hipótesis se postuló que la utilidad percibida influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021, dicho enunciado es aceptado de acuerdo a la investigación. Estos resultados son avalados con la investigación de Daragmeh et al. (2021) quienes usando el modelo

de ecuaciones estructurales demuestran que la utilidad percibida influye significativamente en las intenciones de comportamiento de la Generación X húngara de utilizar los servicios de pago móvil.

En la décima hipótesis se propuso que las actitudes influyen significativamente en el uso de la *Fintech* YAPE en los emprendedores la ciudad de Huaraz 2021, la investigación demuestra que este postulado es aceptado. Este tema confirma lo mencionado por Chávez et al. (2019), que la actitud tomada por los dueños de negocios minoristas en Lima sustenta significativamente en la decisión de uso de tecnologías para su negocio. El profesor Saravia (2016) también comparte este resultado, demostrando que la actitud influye positiva y significativamente sobre el uso y desarrollo de los procesos de innovación tecnológica. Estos resultados también son expuestos Daştan y Gürler (2016)

Finalmente como último análisis se pudo identificar el constructo que debe priorizarse (del mapa importancia - rendimiento) para mejorar el desempeño del constructo objetivo del uso de las *Fintech* en los emprendedores de Huaraz 2021, de acuerdo al mapa rendimiento – importancia el constructo que debe tener mayor atención es el **riesgo percibido** con un peso de 0.713, dicho resultado es corroborado por Liébana, Cabanillas, Francisco et al. (2017) quienes aseguran que es primordial implementar medidas de seguridad relevantes para reducir el **riesgo percibido** por el consumidor; Cortés y Landeta (2020) también aseguran que el riesgo percibido es una importante variable que finalmente compromete la intención de uso del consumidor, por lo que se debe tener gran atino en cuanto al servicio ofrecido por las *Fintechs* alrededor de este factor.

La investigación tuvo limitaciones bibliográficas por hallar pocas investigaciones como antecedentes que apoyen las variables de este estudio. Específicamente en la relación que se tiene entre los constructos de la investigación.

Con todo, se sugiere próximas investigaciones considerando constructos adicionales como **Innovación del usuario** que viene a ser el grado de predisposición que tiene el usuario frente a la posibilidad de experimentar con el servicio de nuevas tecnologías, es decir que presenta una actitud dispuesta al cambio, así lo exponen Chávez et al. (2019).

## 7. CONCLUSIONES

1. En vista que el riesgo percibido influye significativamente en la generación de la confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Esta afirmación se realiza en base a las pruebas del estadístico  $t$  cuyo resultado es 7.016
2. El resultado indica que el riesgo percibido influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Se hace esta afirmación debido a que el valor  $t$  es 6.264.
3. El resultado indica que el riesgo percibido influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Este enunciado es emitido debido a que el valor  $t$  es de 6.359
4. El resultado indica que la confianza influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Esta afirmación es validada por el valor  $t$  de 4.757.
5. El resultado indica que la confianza influye significativamente en la actitud de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. La afirmación es respaldada por el  $t$  valor de 5.029.
6. El resultado indica que la confianza influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Este enunciado es emitido debido a que el valor  $t$  es de 4.337.
7. El resultado indica que la facilidad de uso influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Se hace esta afirmación debido al resultado del nivel de coeficiente de ruta del 16.4%.
8. El resultado indica que la facilidad de uso influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Se hace esta afirmación debido al resultado del nivel de coeficiente de ruta del 20.1%.
9. El resultado indica que la utilidad percibida influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021. Se hace esta afirmación debido al resultado del nivel de coeficiente de ruta del 23.2%.
10. El resultado indica que las actitudes influyen significativamente en el uso de la *Fintech* YAPE en los emprendedores la ciudad de Huaraz 2021. Se realiza esta afirmación debido a que el valor  $t$  es de 9.046.

## 8. RECOMENDACIONES

Gracias a los resultados, a continuación, se establecen las recomendaciones que deben predominar:

1. En vista de que los emprendedores utilizan varias cuentas y contraseñas, es preferible colocar la opción de ingreso con huella dactilar y reconocimiento facial: de esta manera se reduce el riesgo de que otro usuario pueda ingresar de manera inescrupulosa.
2. Para aumentar la utilidad percibida es recomendable tener la opción de realizar pagos de servicios y recargas virtuales.
3. Debido a que los emprendedores cada día suben los montos de sus ingresos y gastos, se debería ampliar el rango del monto del *yapeo*, de esta manera el usuario tendrá una actitud positiva a continuar usando el servicio.
4. Para mejorar la facilidad de *uso percibida por el usuario*, es una excelente opción colocar un calendario de *yapeos* importantes en el mes para generar una alerta desde el aplicativo, esto facilitará al usuario recordar y estar al día con sus pagos y compras necesarias.
5. Otro aspecto que facilita al usuario en el uso de Yape es la posibilidad de programar *Yapeos*, es decir la colocación de una lista de contactos que tengan *yapeos* pendientes y colocar un monto y fecha de débito automático.
6. Debido a que los emprendedores manejan varias cuentas en los diferentes bancos, es buena opción poder realizar cambio de banco de manera rápida y fácil para enviar o recibir el *yapeo*.

## 9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Al Nawayseh, M. K. (2020). *Fintech* in COVID-19 and beyond: What factors are affecting customers' choice of *Fintech* applications? *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 1–15.  
<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>
- Aldás, J., Lassala, C., Ruiz, C. y Sanz, S. (2011). Análisis de los factores determinantes de la lealtad hacia los servicios bancarios online. *Cuadernos De Economía Y Dirección De La Empresa*, 14(1), 26–39.  
<https://doi.org/10.1016/j.cede.2011.01.003>
- Arribas, R. (2020). Entrevista de L. Ramirez.
- Asociación de Bancos del Perú (2017). Una mirada al fenómeno *Fintech* en Perú y en el mundo. *ASBANC Semanal*, 7(242), 1–5.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2018). *Sistemas de pago*. Banco Central de Reserva del Perú. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Guia-Metodologica/Guia-Metodologica-03.pdf>
- Cámara de compensación electrónica. (2021). *Transferencia interbancaria*.  
<https://www.transferenciasinterbancarias.pe/como-hacer-una-transferencia-bancaria-de-un-banco-a-otro/>
- Castellnou, R. (2019). *Los beneficios de la tecnología "Fintech" para tu empresa*. Captio by emburse. <https://www.captio.net/blog/beneficios-de-la-tecnologia-Fintech-para-tu-empresa>
- Castillo, A. (2016). Le presentamos a la primera *Fintech* peruana, conócela. *Diario El Comercio*. <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/le-presentamos-primera-Fintech-peruana-conocela-263384-noticia/?ref=ecr>
- Castro, J. P. (2017). Educación emprendedora y metodologías activas para su fomento. *Revista Electrónica Interuniversitaria De Formación Del Profesorado*, 20(3), 33–48.  
<https://www.redalyc.org/pdf/2170/217052050003.pdf>

- Chávez, M. J. R., Miranda Casas, E. A., Quispe Loyola, N. J. y Robles Cossio, S. E. (2019). Factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana.
- Cortés, C. y Landeta, J. (2020). Factores que influyen la intención de uso de las *Fintech*. *Revista De La Universidad Tecnológica De Querétaro*, 2.
- Daragmeh, A., Lentner, C. y Sági, J. (2021). *Fintech* payments in the era of COVID-19: Factors influencing behavioral intentions of "Generation X" in Hungary to use mobile payment. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100574. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100574>
- Daştan, İ. y Gürler, C. (2016). Factors affecting the adoption of mobile payment systems: An empirical analysis. *EMAJ: Emerging Markets Journal*, 6(1), 17–24.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P. y Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- Deloitte. (2020). *Pensando más allá del Covid-19: Nuevas oportunidades para las Fintech*.  
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/finance/2020/Pensando-mas-alla-del-Covid19-Fintech.pdf>
- Devotto, A. V. F., Olivas, V. J. L., Seminario, Z. G. V. y Sifuentes, B. C. (2020). Influencia de los factores del Modelo TAM en la intención de uso del YAPE. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17606/Influencia%20de%20los%20factores%20del%20Modelo%20TAM-YAPE.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Di Pietro, R., Raponi, S., Caprolu, M. y Cresci, S. (2021). *Fintech*. *Boletín Semanal SBS Informa: Vol. 84*. [https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85097418081&doi=10.1007%2f978-3-030-60618-3\\_4&partnerID=40&md5=2592f24b0a1ee24cbc87cd59eb6ee37b](https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85097418081&doi=10.1007%2f978-3-030-60618-3_4&partnerID=40&md5=2592f24b0a1ee24cbc87cd59eb6ee37b)  
[https://doi.org/10.1007/978-3-030-60618-3\\_4](https://doi.org/10.1007/978-3-030-60618-3_4)

- Diario El comercio. (2020). *Transferencias electrónicas crecieron 13% a mayo, mientras uso de tarjetas de crédito cayó 25%*. Diario El comercio.  
<https://elcomercio.pe/economia/negocios/plin-yape-tunki-lukita-transferencias-electronicas-crecieron-13-a-mayo-mientras-uso-de-tarjetas-de-credito-cayo-25-nndc-noticia/?ref=ecr>
- Diario Gestión (2020). *¿Por qué crece la informalidad laboral en el Perú?*  
<https://gestion.pe/economia/trabajo-informal-economia-peruana-por-que-crece-la-informalidad-laboral-de-peru-noticia/>
- Douglas, W. A., Barberis, J. y Buckley, R. P. (2015). The evolution of *Fintech*: A new post-crisis paradigm. *Geo. J. Int'l L.*, 47, 1271.
- Esposito Vinzi, V., Chin, W. W., Henseler, J. y Wang, H. (2010). *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications*. Heidelberg, Dordrecht, London, New York: Springer.
- Estevez, E. (2020). Financial Technology – *Fintech*. *Investopedia*.  
<https://www.investopedia.com/terms/f/Fintech.asp>
- Fishbein, M. y Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.
- Fornell, C. y Larcker, D. F. (1981). *Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics*. SAGE Publications.
- Fu, J. y Mishra, M. (2020). The Global Impact of COVID-19 on *Fintech* Adoption. *Swiss Finance Institute Research Paper(20-38)*.
- Gestión (2020). Número de *Fintechs* en Perú crece 16% en 2020, según la Universidad del Pacífico. *Diario Gestión*.  
<https://gestion.pe/economia/numero-de-Fintechs-en-peru-crece-16-en-2020-segun-la-universidad-del-pacifico-nndc-noticia/?ref=gesr>
- Gómez, E. (2020). Entrevista de J. Barron.
- Gutierrez Masmela, K. L. (2021). *Análisis comparativo de la banca digital en Colombia e India*. Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ciencias Económicas ...

- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Ringle, C. M. y Gudergan, S. P. (2017). *Advanced issues in partial least squares structural equation modeling*. SAGE Publications.
- Hernández-Sampieri, R. y Torres, C. P. M. (2018). *Metodología de la investigación* (Vol. 4). McGraw-Hill Interamericana México DF.
- Ibáñez Arenas, D. (2018). *Factores que influyen en la aceptación de los pagos móviles en la economía; y un nuevo modelo a probar*. Universitat de Lleida.
- Im, I., Kim, Y. y Han, H.-J. (2008). The effects of perceived risk and technology type on users' acceptance of technologies. *Information & Management*, 45(1), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.im.2007.03.005>
- INEI (2020). La población ocupada del país alcanzó 10 millones 272 mil 400 personas en el II trimestre del 2020. Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). <https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/noticias/nota-de-prensa-no-117-2020-inei.pdf>
- International Organization of Securities Commissions. (2017). *IOSCO Informe de investigación sobre tecnologías financieras (Fintech)*. Organización Internacional de Comisiones de Valores. <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD554.pdf>
- Kelley, W. M. y Donnelly, R. A. (2009). *The humongous book of statistics problems: Translated for people who don't speak math!! / by W. Michael Kelly and Robert A. Donnelly, Jr.* Alpha.
- Liébana, Cabanillas, Francisco, Luna, I. de y Ríos, F. (2017). Intention to use new mobile payment systems: A comparative analysis of SMS and NFC payments. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 30, 892–910. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1305784>
- Lirio, F., Dextre, M., García, M. y Vilchez, J. (2020). *La operacionalización de variables y la matriz de consistencia en investigaciones PLS-SEM*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.3679404>

- López-Hernández, F. A. y Silva-Pérez, M. M. (2016). Factores que inciden en la aceptación de los dispositivos móviles para el aprendizaje en educación superior. *1578-7001*.
- Luhmann, N. (2005). *Confianza* (Vol. 23). Anthropos Editorial.
- Maiza, E. C. (2019). El fracaso de la actividad emprendedora en el contexto latinoamericano.
- Manassero, M. M. A. y Vázquez, A. Á. (2002). Instrumentos y métodos para la evaluación de las actitudes relacionadas con la ciencia, la tecnología y la sociedad. *Enseñanza De Las Ciencias: Revista De Investigación Y Experiencias Didácticas*, 15–27.
- Martínez, C. N. y Bañón, A. R. (2020). Emprendimiento en épocas de crisis: Un análisis exploratorio de los efectos de la COVID-19. *Small Business International Review*, 4(2), 53–66.
- Meaños, F. (2020). Con el avance de los pagos digitales, las *Fintech* fue uno de los pocos sectores que ganaron en la pandemia. *Infobae*.  
<https://www.infobae.com/economia/2020/12/27/con-el-avance-de-los-pagos-digitales-las-Fintech-fue-uno-de-los-pocos-sectores-que-ganaron-en-la-pandemia/>
- Medina, M. A. (2018). *Fintech y consideraciones para su regulación*. Superintendencia de Banca Seguros y AFP.  
[https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SUPERVISION\\_OP1/LimaFintechForum\\_SBS\\_Mayo\\_2018.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SUPERVISION_OP1/LimaFintechForum_SBS_Mayo_2018.pdf)
- Molina, D. (2016). *Fintech: Lo que la tecnología hace por las finanzas*. Profit Editorial.
- Monparler, P. A. (2008). *El desarrollo de la banca electrónica en España, un análisis comparativo entre entidades online y tradicionales en España y estados Unidos* [Tesis]. Universidad politécnica de Valencia, Valencia.  
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/2187/tesisUPV2791.pdf>
- Narain, A. (2016). Las dos caras de cambio: Las nuevas tecnologías financieras prometen beneficios, pero con riesgos. *Finanzas Y Desarrollo*.

<https://books.google.com.pe/books?id=KLxADwAAQBAJ&pg=PT79&dq=tecnologia+financieranotFintech&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiHjJfQIoDwAhUHQzABHXGHDccQ6AEwAHoECAQQAq#v=onepage&q&f=false>

- Noreña, D. (2019). Factores que Influyen en el emprendimiento. *Diario Gestión*.  
<https://gestion.pe/blog/el-arte-de-emprender-y-fallar/2019/09/factores-que-influencian-el-emprendimiento.html/>
- Ocampo, M. y Colonia, S. C. (2017). *Fintech: Tecnología Financiera*. Recuperado De [https://www. Foroconsultivo. Org](https://www.Foroconsultivo.Org).  
*Mx/INCyTU/documentos/Completa/INCYTU\_17-006. Pdf*.
- Olmos, J. y Arrayales. (2007). *Tu potencial emprendedor* (Primera edición). Pearson Educación.
- Página oficial Yape. (2020). *Funcionalidades de Yape*.  
<https://www.yape.com.pe/#/preguntas-frecuentes/2--yape-funcionalidades/15--que-es-yape>
- Pedrosa, S. J. (2016). *Bancarización*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/bancarizacion.html>
- Pérez, F., Benito Cardenas, R. y Ramos, J. (2020). Factores de crecimiento en las *Fintech* peruanas: una caracterización en un estudio de caso múltiple. 360: *Revista De Ciencias De La Gestión*(5), 118–151.  
<https://doi.org/10.18800/360gestion.202005.005>
- PWC. (2020). *Evolving priorities COVID-19 rapidly reshapes consumer behavior*. Price Waterhouse Coopers.  
<https://www.pwc.com/us/en/industries/consumer-markets/assets/pwc-covid19-rapidly-reshapes-consumer-behavior.pdf>
- Rodriguez, A. (2020). *Bancos tradicionales, obligados a dar el salto digital para no perder clientes*. *EconomiaHoy*. <https://www.economiahoy.mx/economia-eAm-mexico/noticias/10961049/12/20/Bancos-tradicionales-obligados-a-dar-el-salto-digital-para-no-perder-clientes.html>
- Rueda, Y. (2019). Estudio de los determinantes de la adopción y la intención de uso de las tecnologías de los pagos móviles por los consumidores.

- Saldarriaga, S. y Gallego, L. (2020). Caracterización de la industria *Fintech*: Análisis e implicaciones.
- Sánchez, G. J. (2017). *Banco*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/banco.html>
- Sánchez, J. y Montoya, L. (2016). Factores que afectan la confianza de los consumidores por las compras a través de medios electrónicos. *Revista Científica Pensamiento Y Gestión*.
- Sánchez, J. y Montoya, L. (2017). La confianza como elemento fundamental en las compras a través de canales de comercio electrónico: caso de los consumidores en Antioquia (Colombia). *Innovar*, 27(64), 11–22.
- Saravia, E. (2016). Adopción de tecnologías y proceso de innovación en servicios, Documento de discusión.  
<https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/1447/DD1617.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serida, N. J. F., Borda Reyes, A. J., Alzamora Ruiz, J., Morales Tristán, O. y Guerrero de Lizardi, C. (2020). Global Entrepreneurship Monitor: Perú 2018-2019.
- Superintendencia de Banca Seguros y AFP. (2018). *Los beneficios y las necesidades de las Fintech: Consideraciones para su regulación en el sistema financiero peruano*. Superintendencia de Banca Seguros y AFP. Boletín Semanal SBS Informa. [https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/boletin-semanal/2018/B\\_S\\_35-2018.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/boletin-semanal/2018/B_S_35-2018.pdf)
- Vodanovic, L. (2020). *Guía Fintech Perú.: Panorama legal y regulatorio para la inclusión financiera*. Ernst & Young Consultores S. Civil de R.L.
- Yamakawa, P., Guerrero, C. y Rees, G. (2013). Factores que influyen en la utilización de los servicios de banca móvil en el Perú. *Revista Universidad Y Empresa*, 15(25), 131–149.
- Zárate, Q. M. (2017). *Fintech y acceso a la información*. Superintendencia del Mercado de Valores. [https://www.smv.gob.pe/Uploads/4-presentación\\_peru\\_fintehc\\_final.pdf](https://www.smv.gob.pe/Uploads/4-presentación_peru_fintehc_final.pdf)

## ANEXOS

### Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Constructos	Variables observables
¿Cuáles son los determinantes de uso de la <i>Fintech</i> Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz en el 2021?	Establecer los determinantes de uso de la <i>Fintech</i> Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.	Los determinantes de uso de la <i>Fintech</i> Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz son: confianza, riesgo, utilidad percibida y facilidad de uso.		
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cómo influye el riesgo percibido de Yape sobre la generación de confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>2. ¿Cómo influye el riesgo Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>3. ¿Cómo influye el riesgo de Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>4. ¿Cómo influye la confianza generada por Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>5. ¿Cómo influye la confianza generada por Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>6. ¿Cómo influye la confianza generada por Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>7. ¿Cómo influye la facilidad de uso de Yape sobre la utilidad percibida en los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>8. ¿Cómo influye la facilidad de uso de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>9. ¿Cómo influye la utilidad percibida de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> <li>10. ¿Cómo influyen las actitudes sobre el uso de la <i>Fintech</i> YAPE de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Determinar la influencia del riesgo de Yape sobre la generación de confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>2. Determinar la influencia del riesgo de Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>3. Determinar la influencia del riesgo de Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>4. Determinar la influencia de la confianza generada por Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>5. Determinar la influencia de la confianza generada por Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>6. Determinar la influencia de la confianza generada por Yape sobre la facilidad de uso en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>7. Determinar la influencia de la facilidad de uso de Yape sobre la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>8. Determinar la influencia de la facilidad de uso de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>9. Determinar la influencia de la utilidad percibida de Yape sobre las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021.</li> <li>10. Determinar la influencia de las actitudes sobre el uso de la <i>Fintech</i> YAPE en los emprendedores de la ciudad de Huaraz.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El riesgo percibido de Yape influye significativamente en la generación de la confianza de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>2. El riesgo percibido de Yape influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>3. El riesgo percibido de Yape influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>4. La confianza generada por Yape influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>5. La confianza generada por Yape influye significativamente en la actitud de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>6. La confianza generada por Yape influye significativamente en la facilidad de uso de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>7. La facilidad de uso de Yape influye significativamente en la utilidad percibida por los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>8. La facilidad de uso de Yape influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>9. La utilidad percibida de Yape influye significativamente en las actitudes de los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> <li>10. Las actitudes influyen significativamente en el uso de la <i>Fintech</i> YAPE en los emprendedores de la ciudad de Huaraz 2021.</li> </ol>	<p>Confianza</p> <p>Riesgo percibido</p> <p>Utilidad percibida</p> <p>Facilidad de uso percibida</p> <p>Actitudes</p> <p>Uso del <i>Fintech</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad de uso para el acceso a los servicios YAPE se garantiza con la creación de una cuenta y contraseña.</li> <li>• Confianza en la tecnología para llevar a cabo operaciones financieras a través de YAPE</li> <li>• Percepción que las transacciones vía YAPE son seguras.</li> <li>• Evaluación del riesgo de usar los servicios de YAPE.</li> <li>• Nivel de riesgo de usar los servicios YAPE.</li> <li>• Comodidad con la información/datos disponibles</li> <li>• Respaldo para resolver situaciones en las operaciones.</li> <li>• Facilidad de comprensión en operaciones financieras vía YAPE.</li> <li>• Eficiencia en tiempo y ubicación.</li> <li>• Comodidad de usuarios al utilizar YAPE.</li> <li>• Ahorro de tiempo y dinero al realizar trámites vía YAPE.</li> <li>• Obtención de información rápida.</li> <li>• Facilidad de comprender la plataforma de operación.</li> <li>• Realización de transacciones financieras sencillas.</li> <li>• Flexibilidad de uso en las transacciones.</li> <li>• Valor del uso de YAPE.</li> <li>• Disfrute del uso de YAPE.</li> <li>• Uso inmediato de YAPE.</li> <li>• Recomendación de uso de YAPE.</li> <li>• Continuidad de uso de YAPE.</li> </ul>



**Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo**  
**Escuela de Administración de la FAT**

*“Determinantes del uso del Fintech Yape en los emprendedores de la ciudad de Huaraz, 2021”.*

**Cuestionario confidencial amparado en el Decreto Legislativo n° 604 – Secreto Estadístico**

**Presentación e Instrucciones:** : Estamos realizando un estudio respecto al uso de la tecnología financiera Yape por los emprendedores de la ciudad de Huaraz. Marque con un aspa (X) la alternativa que crea conveniente. No hay respuestas correctas ni incorrectas. Las respuestas serán anónimas. Gracias.

**Cuestionario para los emprendedores**

**I. Datos de Identificación**

1. **Sexo:**  Femenino  Masculino
2. **Edad:** \_\_\_\_
3. **Tiempo desde que usa Yape:**  Menos de un mes  Medio año  Más de un año
4. **Usa Yape en su negocio de:**  Productos  Servicios  Mixto

**II. Datos de Estudio**

1. Yape es una herramienta <b>valiosa</b> para mi emprendimiento.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
2. <b>Disfruto</b> de usar el servicio de Yape.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
3. Yape hace que las operaciones financieras sean más fáciles de <b>comprender</b> ..	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
4. Considero que los <b>servicios</b> de Yape no están limitados por restricciones de <b>tiempo y ubicación</b> , lo que realmente ayuda.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
5. Yape me permite <b>ahorrar tiempo y dinero</b> al realizar transacciones en línea.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
6. Es posible <b>obtener información</b> rápidamente dentro del servicio de Yape .	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
7. La plataforma de operación de Yape es amigable y <b>fácil de entender</b> .	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo

8. Es <b>sencillo</b> realizar transacciones financieras utilizando Yape.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
9. Las transacciones mediante Yape son más <b>flexibles</b> de usar (envío remoto, código QR)	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
10. Conozco los <b>riesgos de usar</b> Yape.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
11. Considero que el <b>nivel de riesgo</b> de usar Yape es bajo .	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
12. Me siento <b>cómodo</b> con la información/datos que tengo sobre el servicio de Yape.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
13. Creo que Yape ofrece un buen <b>respaldo</b> para resolver cualquier situación que se presente en las operaciones.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
14. Considero que la <b>seguridad</b> de uso en las transacciones se garantiza con la creación de una cuenta y contraseña (Yape tiene un filtro de seguridad adicional para transferencias con montos relativamente altos).	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
15. <b>Confío</b> lo suficiente en la tecnología para llevar a cabo transacciones financieras a través de Yape.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
16. Creo que las transacciones mediante Yape son <b>seguras</b> .	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
17. <b>Recomendaría</b> a mis amigos usar el servicio de Yape.	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo
18. Uso Yape y estoy dispuesto a <b>seguir utilizándolo</b> .	1 en desacuerdo	2 casi en desacuerdo	3 ni en acuerdo, ni en desac	4 casi de acuerdo	5 de acuerdo