

Universidad de Lima
Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas
Carrera de Negocios Internacionales



FACTORES DE LA ADOPCIÓN DE FINTECH Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DE COMIDA EN CHILE

Tesis para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales

Ximena Lucia Acosta Corne

Código 20170009

Renzo Edu Alfaro Araujo

Código 20132517

Asesor

Pedro Damian Ayala Chacaltana

Lima - Perú
Febrero del 2025



**FACTORS OF THE ADOPTION OF FINTECH
AND BUSINESS SUSTAINABILITY IN
SMALL FOOD COMPANIES IN CHILE**

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES.....	1
1.1 Adopción de Fintech.....	2
1.2 Percepción de riesgo	7
1.3 Expectativa de rendimiento	9
1.4 Conocimiento de fintech.....	13
1.5 Sostenibilidad en fintech.....	13
CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
2.1 Situación problemática	15
2.2 Planteamiento del problema.....	25
2.2.1 Problema general	25
2.2.2 Problemas específicos.....	25
CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN.....	26
3.2 Justificación práctica.....	27
3.2.1 Justificación económica.....	28
3.2.2 Justificación ambiental	29
3.2.3 Justificación social.....	29
3.2.3 Justificación tecnológica.....	30
3.3 Justificación metodológica	31
3.4 Viabilidad de la investigación.....	32
3.5 Limitaciones de la investigación.....	32
CAPÍTULO IV: OBJETIVOS.....	33
4.1 Objetivo general.....	33
4.2 Objetivos específicos	33
CAPÍTULO V: HIPÓTESIS.....	34
5.1 Hipótesis general.....	34
5.2 Hipótesis específicas.....	34

CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS	36
6.1 Marco teórico	36
6.1.1 Teoría de los Stakeholders	36
6.1.2 Teoría TAM (Modelo de aceptación tecnológica).....	39
6.1.3 Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología 2 - UTAUT2	41
6.2 Marco conceptual.....	44
6.2.1 Fintech	46
6.2.2 Fintech en el mundo.....	52
6.2.3 Fintech en la región de Latinoamérica.....	57
6.2.4 Situación de las fintech en la región de Chile.....	61
6.3 Matriz de consistencia	65
6.4 Matriz de operacionalización de variables.....	66
CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	69
7.1 Tipo de investigación	73
7.1.1 Según la orientación.....	69
7.1.2 Según el alcance de la investigación.....	69
7.1.3 Según el diseño de la investigación	70
7.1.4 Según la direccionalidad de la investigación.....	70
7.1.5 Según el tipo de fuente de recolección de datos	70
7.2 Población, Muestra y Muestreo	70
7.2.1 Población	70
7.2.2 Muestra	71
7.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	71
7.3.1 Técnica.....	71
7.3.2 Instrumento	72
7.3.3 Proceso de recolección de datos	72
7.4 Técnicas de análisis de datos	73
CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	
CUANTITATIVOS.....	74
8.1 Presentación de resultados	74
8.2 Análisis de resultados	79
CONCLUSIONES	87
RECOMENDACIONES	88

REFERENCIAS.....	89
BIBLIOGRAFÍA	95
ANEXOS.....	96



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Ficha resumen de la revisión bibliográfica.....	2
Tabla 2.1 Clasificación y taxonomía de las Fintech.....	18
Tabla 6.1 Lista de valores de varianza de modelos.....	43
Tabla 8.1 Validez de constructo de los ítems de las variables mediante SEM PLS.....	75
Tabla 8.2 Validez discriminante de las subescalas utilizando el criterio de Fornell-Larcker.....	77
Tabla 8.3 Significancia de los coeficientes de trayectoria (beta).....	78
Tabla 8.4 Contrastación de resultados con antecedentes.....	81
Tabla 8.5 Contrastación de resultados con hipótesis.....	85



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Fuentes de financiamiento de pymes chilenas	19
Figura 2.2 Aceptación de solicitud de crédito en entidades financieras chilenas	20
Figura 2.3 Principales razones por las que no solicito un financiamiento en una entidad financiera.	20
Figura 2.4 Segmento de la Fintech en la región de Chile	22
Figura 2.5 Año de las Fintech y ciudad de origen	23
Figura 2.6 Internacionalización de las fintech chilenas y país de destino	24
Figura 5.3 Modelo correlacional.....	35
Figura 6.1 Teoría de los stakeholders y evolución de la participación.....	37
Figura 6.2 Teoría de los stakeholders	38
Figura 6.3 Teoría TAM (Modelo de Aceptación Tecnológica).....	40
Figura 6.4 Evolución de TAM.....	41
Figura 6.5 Teoría UTAUT	42
Figura 6.6 Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología 2.....	44
Figura 6.7 Participación por segmento en el mercado fintech en Singapur	53
Figura 6.8 Ranking de países europeos por inversión en Fintech en el q3 del 2019	55
Figura 6.9 Servicio prestado por firmas fintech en Europa por régimen regulatorio	56
Figura 6.10 Ranking de países de Latinoamérica por inversión en fintech	58
Figura 6.11 Principales Fintech en América Latina	59
Figura 6.12 Percepción sobre la regulación Fintech en América Latina y el Caribe	60
Figura 6.13 Regulación Scorecard de las fintech por país.....	60
Figura 6.14 Número de fintech startups en Chile	61
Figura 6.15 Segmentos fintech y número de startups	62
Figura 6.16 Ciudad de origen y años de operación de las empresas fintech chilenas	63
Figura 6.17 Medidas chilenas para el crecimiento de fintech.....	64
Figura 7.1 Proceso de recolección de datos	73
Figura 8.1 Modelo de investigación probado	80

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta	98
Anexo 2: Formato de validación de juicio de expertos	104



RESUMEN

Gracias a la aparición de las Fintech, conjunto de herramientas financieras expuestas de forma digital y que están al alcance del público en general, y a la creación del modelo de inversión peer-to-peer (P2P), se abrieron puertas y nuevas oportunidades a las pequeñas empresas para obtener un financiamiento crediticio, las cuales anteriormente estuvieron en busca de uno, pero la banca tradicional los rechazaba por no cumplir con los requisitos.

El presente trabajo tiene como objetivo identificar los factores que influyen en la adopción de Fintech y sostenibilidad empresarial, por parte de las pequeñas empresas de comida en el país de Chile, a partir de la correlación entre variables de influencias del consumidor de Fintech y la sostenibilidad empresarial. Para ello se utilizará como instrumento el cuestionario, a través de encuestas como técnica de recolección de datos. Para el análisis de los datos obtenidos en las encuestas se empleará el software estadístico SmartPLS (mínimos cuadrados parciales) con el modelo PLS-SEM (modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales), este software permite la estimación de un modelo a través de distintos conjuntos de datos o comparando distintas variables del mismo.

Los resultados sugieren que existen algunas variables más influyentes que otras, con un resultado positivo y significativo, y que la adopción de Fintech influye positivamente en la sostenibilidad empresarial. Las pequeñas empresas chilenas de comidas conocen y han incorporado el uso de plataformas digitales financieras para un prestamos entre personas (P2P) ya sea para un próspero desarrollo sostenible o inclusión financiera.

Línea de investigación: 5306-3.c11.

Palabras clave: Adopción de tecnología, servicio Fintech, inversión P2P, TAM, UTAUT.

ABSTRACT

Thanks to the appearance of fintech, a set of financial tools exposed digitally and available to the general public, and the creation of the peer-to-peer (P2P) investment model, doors and new opportunities were opened for small companies to obtain credit financing, which were previously looking for one, but traditional banks rejected them for not meeting the requirements.

The objective of this study is to identify the factors that influence the adoption of fintech and business sustainability, by small food companies in the country of Chile, based on the correlation between variables of fintech consumer influences and sustainability business. For this, the questionnaire will be used as an instrument, through surveys as a data collection technique. For the analysis of the data obtained in the surveys, the statistical software SmartPLS (partial least squares) will be used with the PLS-SEM model (modeling of structural equations of partial least squares), this software allows the estimation of a model through different data sets or comparing different variables of this model.

The results suggest that some variables are more influential than others, with a positive and significant result, and that fintech adoption positively influences business sustainability. Small Chilean food companies know and have incorporated the use of digital financial platforms for loans between people (P2P) either for a prosperous sustainable development or financial inclusion.

Line of research: 5306-3.c11.

Keywords: Technology adoption, fintech service, P2P investment, TAM, UTAUT.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis tiene como principal objetivo identificar los factores que influyen en la decisión de adopción de Fintech en las pequeñas empresas de comida en el país de Chile, aplicando un análisis de datos por medio del software estadístico SMART-PLS, el cual estimará un modelo en base a un conjunto de datos que serán brindados gracias a las encuestas que se realizarán.

La importancia de los créditos financieros para lograr los objetivos de cualquier empresa es crucial, incluso si no necesitan de uno al inicio del negocio, llegará un momento en el desarrollo de la empresa donde se necesite financiamiento.

Las bancas tradicionales, siguen la misma normativa de cumplir con la satisfacción al cliente en cada transacción. No obstante, en las últimas décadas la digitalización ha sido una parte muy importante del cambio revolucionario de las finanzas en conjunto con la tecnología. La tecnología financiera, o como se denominará en adelante, Fintech, son un conjunto de herramientas financieras expuestas de forma digital y que están al alcance del público en general detrás de un ordenador, o de manera remota.

Las Fintech comenzaron con un cambio innovador al presentarse al sistema financiero con un modelo económico diversificado y digital, regido por un trato horizontal entre dos partes, es decir, que será por medio de dos personas sin ninguna intervención de un banco. En Chile, las empresas emergentes Fintech, se han convertido en un referente financiero en la región dado que están empleando el modo de inversión P2P (peer to peer) logrando que cada año son más los emprendimientos que se vinculan a este nuevo sistema financiero como una solución a los problemas de financiamiento a corto plazo.

Por ello, el presente trabajo de investigación analiza los factores que influyen en la adopción Fintech y sostenibilidad empresarial en las pequeñas empresas de comida en Chile debido a que este sector representa un ingreso promedio y sostenible dentro de la región, y, sin embargo, es uno de los pocos aplicables a un préstamo racional a corto plazo en un sistema financiero tradicional.

Para lograr lo mencionado, se propone el uso del instrumento de cuestionario a través encuestas en aplicaciones digitales, logrando los objetivos planteados que se muestran en el desarrollo de esta investigación.



CAPÍTULO I: ANTECEDENTES

En el presente capítulo se mostrarán los antecedentes revisados para realizar el siguiente trabajo de investigación. Los artículos científicos analizados fueron publicados a partir del año 2019, y fueron identificados a partir de herramientas de investigación validadas como Scopus, Proquest y Web of Science.

Los antecedentes fueron separados por categorías y están presentados de manera ordenada a largo del presente capítulo, en la tabla 1.1 se puede observar la ficha resumen de la revisión bibliográfica.

Tabla 1.1

Ficha resumen de la revisión bibliográfica

Categoría	Autor y país estudiado
Adopción de Fintech	Yoon y Lim (2021) - Corea Najib et al. (2021) - Indonesia Kijkasiwat (2021) - Tailandia Xie et al. (2021) - China Hu et al. (2019) - China Khatun y Tamanna (2020) - Bangladesh Singh et al. (2020) - India Zarrouk et al. (2021) - Emiratos Árabes Unidos
Percepción de riesgo	Hwang et al. (2021) - Corea Ryu y Ko (2020) - Corea Fu et al. (2020) - Suiza
Expectativa de rendimiento	Yudistira y Nanggala (2020) - Indonesia Mascarenhas et al. (2021) - Brasil Liu et al. (2021) - China Mention (2019) - Sudeste Asiático Grennan y Michaely (2020) - Estados Unidos Hornuf et al. (2020) - Canadá, Francia, Alemania y Reino Unido. Goldstain et al. (2019) - Estados Unidos
Conocimiento de Fintech	Chen et al. (2019) - Estados Unidos
Sostenibilidad en Fintech	Moro-Visconti et al. (2020) - Italia

1.1 Adopción de Fintech

Yoon y Lim (2021) se enfocaron en explorar aquellos factores que determina en la intención de los clientes en cambiar los servicios bancarios solo por internet desde los servicios bancarios tradicionales en el país de Corea. La metodología que se aplicó en este estudio fue la del modelo de investigación push-pull-mooring (PPM), que es una

teoría de la migración, y este modelo se analizó mediante el planteamiento de ecuaciones de modo estructural con respecto a mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM).

La recopilación de datos se realizó durante 5 meses aproximadamente, con el objetivo de un banco coreano solo por internet (Kakao Bank), los datos para el análisis empírico fueron obtenidos a través de 275 encuestas en línea.

El efecto del estudio mostró que la baja condición del sistema y la política de operación influyeron en la insatisfacción, y esto influyó en la intención en los clientes de cambiar a un banco solo por internet. En cuanto a los factores de atracción, se encontró que la influencia de los pares tiene la mayor influencia en el cambio a la banca solo por internet y finalmente sobre los factores de amarre, se concluyó que la baja innovación en TI tiene un impacto desfavorable en la intención de cambio.

Este antecedente proporcionará una base teórica y datos de análisis importantes que ayudarán al análisis de la transición de las empresas a nuevos servicios innovadores, como lo es Fintech.

Najib et al. (2021) identificaron y precisaron diferentes factores determinantes que afectan la acogida de préstamos Fintech P2P (peer-to-peer) a través de la aplicación de la Teoría Unificada de Adopción y Uso de la Tecnología (con siglas en inglés, UTAUT 2), el cual implica desarrollar la medición de la aceptación de la tecnología de consumo, en Indonesia. Este estudio también analiza el papel de la adopción de las Fintech en la sostenibilidad empresarial y su impacto. La metodología aplicada fue la cualitativa, por medio de encuestas, como se menciona en su estudio, las encuestas son adecuadas para estimar el comportamiento y las interacciones entre las variables. La totalidad de variables del modelo UTAT 2 fueron 35, entre las cuales encontramos expectativa de esfuerzo, condición facilitadora, influencia social, etc., y el total de muestras fueron 184.

La observación de los datos se produjo mediante el modelamiento por ecuaciones estructurales (SEM), los resultados del estudio mostraron que las variables como expectativas de desempeño, la influencia social, las condiciones de facilitación, el valor del precio, el conocimiento y las percepciones de seguridad influyeron en la adopción de Fintech en aquellos propietarios de firmas pequeñas de líneas alimentarias en Indonesia. La variable del valor del precio y la influencia social es el factor más determinante de la adopción de Fintech. Se pudo encontrar que hay alguna relación de carácter positiva entre

la adopción de préstamos P2P a través de Fintech y la sostenibilidad de las pequeñas empresas alimentarias.

El presente antecedente tiene importancia en este estudio porque enseña la voluntad de los dueños de las pequeñas empresas en adoptar un modelo Fintech, siendo este el tema general de la presente investigación, así también la de los préstamos peer-to-peer para afrontar la falta de capital. Este estudio sin duda aportará mucho al presente trabajo con los resultados de análisis que se obtuvieron.

Kijkasiwat (2021) evaluó las oportunidades y desafíos de las empresas emergentes de Fintech en Tailandia, la metodología aplicada en este estudio fue el método mixto, donde se utilizan datos secundarios de 66 empresas tailandesas, a los que se accede desde las asociaciones Fintech, y datos primarios recopilados a través de entrevistas de profundidad con los fundadores de las empresas emergentes, las muestras se seleccionaron de acuerdo a la disponibilidad de estos, se entrevistaron a 9 fundadores y a 16 usuarios de Fintech. Se hizo uso de un análisis descriptivo y análisis en contenido para lograr los resultados deseados.

Los resultados empíricos del estudio mostraron cómo las Fintech en Tailandia generan tanto oportunidades como desafíos para el ciclo de vida de las empresas, estos hallazgos indican que estas oportunidades y desafíos ocurren como resultado del sistema nacional de tecnología y las regulaciones financieras, las relaciones simbióticas, educación e inclusión financiera. El estudio demuestra que es la idea de las empresas de “volar solo” lo que limita su capacidad de retorno y de mejorar en situaciones de riesgo, se tiene una mayor oportunidad de crecer y desarrollarse cuando se coopera con otras empresas, ya sea en sectores similares o diferentes.

Este antecedente tiene importancia en el presente estudio porque da a conocer las oportunidades y desafíos que las empresas en un país en desarrollo, como lo es Tailandia, tienen para mejorar y adaptarse al modelo Fintech.

Xie et al. (2021) investigaron los factores que afectaron la acogida de las personas de los servicios Fintech, sobre todo en las plataformas de gestión de patrimonio en internet, combinando el valor percibido y el riesgo percibido con los conceptos básicos de UTAUT, y propone un poderoso modelo de adopción de Fintech al integrar atributos de consumo de servicios financieros. La metodología aplicada en el trabajo de

investigación fueron las encuestas, los datos se recopilaron en China, el total de encuestas obtenidas fueron 314, de las cuales fueron validadas 201 encuestas.

El desarrollo del análisis de información se obtuvo mediante SEM (modelamiento de ecuaciones estructurales, en español), los resultados empíricos indicaron que el valor percibido y la influencia social están fuertemente relacionados con la intención de las personas en adoptar Fintech, mientras que el riesgo percibido, la expectativa de esfuerzo, y la expectativa de desempeño afectan el valor percibido de las personas. Así como se obtuvo que el riesgo percibido es el principal factor que obstaculiza la adopción de plataformas Fintech, el estudio teoriza desde una perspectiva holística. Un estudio posterior podría analizar la relación entre estas dos variables asumiendo que el riesgo percibido es un factor de segundo orden compuesto por facetas específicas.

El presente antecedente es importante para el estudio porque su modelo propuesto proporciona una perspectiva integral para comprender la adopción de Fintech y extiende el UTAUT al área de Fintech, lo cual ayuda a la presente investigación.

Hu et al. (2019) propusieron un modelo mejorado de aceptación de tecnología (TAM) que incorpora la innovación del usuario, la imagen de marca, el riesgo percibido y el apoyo del gobierno como determinantes de la confianza para analizar cómo los usuarios adoptan los servicios Fintech. El objetivo del estudio fue analizar los factores clave que influyen en la adopción de Fintech y las intenciones de comportamiento de los diversos usuarios, a través de información empírica. Para este estudio se aplicó una metodología de carácter cualitativa, por medio de encuestas, se diseñó y utilizó un cuestionario el cual fue dirigido a clientes activos de un banco en Hefei en el país de China y se obtuvieron 387 respuestas elegibles.

La observación de los datos recaudados se realizó a través del modelo de ecuación estructural (SEM, por sus siglas en inglés) el cual opera una técnica estadística para probar las hipótesis sobre algún carácter o fenómeno en dirección a un enfoque positivo contrastando el resultado a través de las variables de estudio. Los resultados mostraron que la seguridad de decisión de los usuarios en los servicios Fintech tienen una influencia muy significativa en su actitud para la adopción. También encontraron que la facilidad de uso y el riesgo percibido no afectan a las actitudes de los usuarios hacia la adopción de los servicios Fintech.

El antecedente presentado ayuda a la actual investigación, brindando una visión más completa de los determinantes de las actitudes conductuales de los usuarios al combinar la confianza de los servicios Fintech con TAM, el presente estudio agregará los factores sociales y un estudio más profundo en la variable riesgo.

Khatun y Tamanna (2020) examinaron los factores que influyen en la adopción de Fintech en las instituciones financieras en el mercado emergente de Bangladesh. La metodología aplicada fue cualitativa, a través de encuestas, y seleccionaron 8 factores de influencia con la ayuda del modelo UTAUT (Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología). Se recopilaron datos de 265 empleados, los cuales fueron analizados con el modelado de ecuaciones estructurales (SEM). Los resultados mostraron que la influencia social, la condición facilitadora, la expectativa del esfuerzo, el valor agregado y la confiabilidad percibida influyen positivamente en la intención del comportamiento.

Además, los encuestados concluyeron que realizarían un trabajo de manera más confiable y precisa con la ayuda de la nueva tecnología y que el costo de infraestructura de la organización para el uso de Fintech, alienta a los empleados a usar este servicio, este estudio demuestra que los usuarios se sienten cómodos y desean estar conectados con Fintech mientras sea fácil y comprensible.

El antecedente presentado es de bastante utilidad para este estudio, pues los factores de influencia analizados concuerdan con el modelo de la investigación y brindan información relevante e interesante recolectada de un país en desarrollo, con muchas oportunidades de mejora. La información analizada sirve como base teórica para futuros trabajos.

Singh et al. (2020) tuvieron como objetivo examinar la adopción y el uso de Fintech desde una perspectiva en la integración de la innovación mediante el modelo de adaptación tecnológica (TAM, por sus siglas en inglés), que consiste en las expectativas que una sociedad tiene sobre una tecnología con base en la teoría de acción de la razón. Así mismo, se utilizó la teoría unificada de adopción y uso de tecnología (UTAUT, por sus siglas en inglés). De igual forma, se enfocó en la percepción de servicio como índice de satisfacción del usuario gracias al modelo ServPerf y por último se utilizó el método WebQual 4.0 el cual sirvió para medir la calidad de los servicios de aprendizaje digital. La escala de medición para este estudio se desarrolla a través de discusiones interactivas

con expertos en el tema y de encuestas, usando un método cualitativo, con la técnica de muestreo por conveniencia.

Para este estudio se recolectaron 439 encuestas válidas de 850 enviadas a usuarios activos de los principales bancos del sector público y privado, académicos y personal que trabaja en universidades, así como estudiantes de posgrado de universidades privadas en Mumbai y Delhi, en la India, y la observación se realizó mediante la herramienta de modelos de ecuaciones estructurales y análisis de múltiples grupos.

Los resultados mostraron que la utilidad percibida y la influencia social son aquellos factores que determinaron la clave del porqué del comportamiento de usar los servicios Fintech, la influencia social tiene una influencia negativa, al contrario de la utilidad percibida. Los atributos de comportamiento se ven afectados significativamente por los atributos tecnológicos y el comportamiento digital. Este estudio también confirma la efectividad del TAM para explicar el efecto de los atributos de comportamiento en la adopción de los servicios Fintech.

El antecedente presentado aporta a este trabajo de investigación debido a que brinda información sobre las tendencias de las personas en su voluntad de adoptar y usar los servicios Fintech, justificándose con información científica recolectada de fuentes confiables. Por parte del presente estudio, se podría investigar variables no cubiertas como la calidad en información y sitio web.

Zarrouk et al. (2021) investigaron los componentes subyacentes de triunfo que influyen en el éxito de las Fintech startups en los Emiratos Árabes Unidos. Se incluyeron diversos componentes en el análisis, y los datos recolectados se agruparon por medio de un cuestionario semiestructurado llevado a cabo a 32 fundadores de Fintech.

Se realizó un análisis cualitativo con un modelo especial de regresión logística ordenada. Los resultados mostraron que la condición de que una organización en desarrollo Fintech tenga triunfo es esencial tener capital de peligro, además de tener un óptimo marco regulatorio y un modelo de comercio diferencial y competitivo.

Además, se encontró que las barreras financieras, el entorno regulatorio y los problemas legales tienen un impacto perjudicial para facilitar el surgimiento y el desarrollo de empresas Fintech. Las dimensiones del modelo de negocio “oferta de productos / servicios” y “propuesta de valor” tienden a influir en el éxito de estas empresas.

Este antecedente brinda información importante sobre los componentes que determinan si una organización Fintech va a poder realizarse en verdad y como su ámbito financiero, regulatorio y empresarial son importantes para la supervivencia de las mismas en un ámbito competitivo.

1.2 Percepción de riesgo

Hwang et al. (2021) analizaron que los servicios de tecnología financiera han marcado una gran diferencia con respecto al modelo tradicional en relación con pagos vía móvil (MPS, por sus siglas en inglés), así mismo el estudio va en dirección a descubrir los múltiples roles de seguridad de las plataformas y la tecnología al investigar cómo estos reaccionan de manera diferente a sus diferentes conocimientos del entorno de uso de MPS. Se evaluó el modelo empíricamente a través de una encuesta en línea a 365 usuarios en Corea, estos cuentan sus experiencias con el MPS, los resultados mostraron que un servicio de pago vía móvil impulsado por la seguridad puede en gran parte mejorar o deteriorar las percepciones positivas de los usuarios sobre los determinantes de su éxito hoy en día .

La seguridad es una de las consideraciones clave de los que diseñan los servicios y de las personas cada vez que realizan una operación financiera. Este estudio confirmó dos ideas teóricas con respecto a la seguridad MPS: el papel de la seguridad de la plataforma como seguridad subjetiva y el papel de la seguridad de la tecnológica como seguridad objetiva.

El presente antecedente brinda información importante de diversos factores que se vinculan con la seguridad de las plataformas Fintech y la tecnología, dando una perspectiva desde el servicio de pago vía móvil, lo cual es importante para el trabajo de investigación, ya que brinda más variables de estudio.

Ryu y Ko (2020) analizaron la relación entre la incertidumbre y la calidad de la TI (tecnología de la información), como factores que afectan significativamente las intenciones de continuidad de las Fintech. En esta investigación se utilizó una metodología de evaluación cualitativa, a través de encuestas, estas se desarrollaron a partir de una revisión intensiva de la literatura para garantizar la validez del contenido, la muestra fue de 218 encuestas a usuarios activos de Fintech en Corea del Sur.

Los resultados señalan que la condición del sistema mitiga principalmente el riesgo percibido, lo que lleva a mejores condiciones de continuidad de Fintech, la calidad de la información es el factor positivo más importante para generar confianza en el uso de Fintech. También se evidenció que los altos grados de eficacia y eficiencia del servicio ofrecido mejora la confianza y reducen el riesgo percibido. Por último, la confianza mejora directa o indirectamente las intenciones de continuidad de Fintech.

El presente antecedente brinda la información necesaria para el trabajo de investigación, este estudio proporciona orientación práctica en el diseño e implementación de la innovación Fintech, y de esta forma logrando un desarrollo sostenible en el tiempo.

Fu et al. (2020) documentaron el impacto temprano que tuvo la pandemia ocasionada por el virus COVID-19 en la adopción de las Fintech a nivel global. Se utilizó una base de datos sobre los datos históricos y en tiempo real de descargas de aplicativos móviles relacionados a finanzas digitales, en una muestra de 74 países con descargas en sistemas operativos Android y iOS. Los resultados obtenidos estimaron que por los cierres de fronteras y cuarentenas alrededor del mundo y en específicamente en los países analizados se generó un aumento entre 24-32 por ciento en la tasa relativa de descargas diarias de estas aplicaciones que ayudaron a su demanda.

Esta investigación aporta información valiosa sobre el comportamiento que desarrollaron los usuarios en la pandemia así mismo de como la necesidad de obtener un producto genero un incremento en la adaptación de los aplicativos móviles relaciones a herramientas Fintech para satisfacer la necesidad del consumidor.

1.3 Expectativa de rendimiento

Yudistira y Nanggala (2020) examinaron el efecto de dos percepciones principales (utilidad percibida y facilidad de uso percibida) en los modelos TAM (Modelo de Aceptación de Tecnología) junto con las percepciones de seguridad web y la intención de usar Fintech como método de pago. La metodología aplicada en el trabajo fue a través de encuestas en Indonesia, la muestra fue seleccionada por el método de bola de nieve con datos primarios, se recolectaron 147 encuestas válidas donde se medían las respuestas a la utilidad percibida, la facilidad de uso percibida, las actitudes hacia el uso y la intención conductual de uso.

Los resultados mostraron que la percepción variable de la utilidad de una influencia positiva sobre la actitud del uso Fintech, el efecto web de seguridad percibido y las actitudes hacia el uso influyen en la intención de uso Fintech. En base a esto se demuestra que los servicios Fintech brindan beneficios para todas las partes, donde en este caso, los clientes obtienen facilidades al momento de realizar transacciones de compra de manera más fácil y rápida, y para el centro comercial, Fintech brinda información de pago de compras de manera más rápida y precisa.

El antecedente presentado es de gran importancia para la presente investigación, ya que brinda las percepciones de los clientes hacia Fintech como método de pago en locales comerciales, lo cual es información valiosa para el desarrollo de este estudio.

Mascarenhas et al. (2021) identificaron qué factores influyen más en las intenciones de los usuarios Fintech en seguir utilizando los productos de estas empresas, el estudio se centró en identificar los beneficios percibidos y los factores de riesgo percibidos que influyen en el uso de los servicios Fintech en Brasil. La investigación realizada en este estudio fue cuantitativa, descriptiva y correlacional.

El método de investigación que usaron fue las encuestas, con un cuestionario definido. Se encuestó a 181 personas, de las cuales se validaron 155 encuestas, los resultados mostraron que los usuarios residentes en Brasil no parecen considerar la percepción de riesgo en su decisión de seguir utilizando los servicios Fintech, ellos le dan más importancia a los beneficios que obtienen a través de su uso. Los beneficios percibidos que más influyeron en la intención de continuidad de los servicios Fintech son los beneficios económicos y las transacciones sin problemas, mientras que el factor conveniencia es importante para ambos grupos, estos factores pueden ser beneficiosos para las empresas, al poder usarlos como beneficios.

Este antecedente contribuye indicando diferentes posibles características demográficas y de comportamiento de los consumidores en Brasil, país que pertenece a Sudamérica al igual que Chile. El presente antecedente abre paso para una mejor comprensión del mercado y mejoras en el servicio.

Liu et al. (2021) investigaron la relación lineal y no lineal entre los desempeños social corporativo y el financiero en el contexto Fintech, en el sector bancario de China. Para ello se usó una metodología cuantitativa, a través de la estadística y el análisis de correlación. El estudio utilizó los datos de los bancos chinos del 2009 al 2018, usando 4

indicadores para medir la responsabilidad social empresarial (RSE) como puntaje de divulgación de la inversión socialmente responsable (ESG, por sus siglas en inglés), puntaje de divulgaciones ambientales (ENV, por sus siglas en inglés), así mismo del puntaje de divulgaciones sociales (SOC, por sus siglas en inglés) y por último el puntaje de revelación del gobierno (GOV, por sus siglas en inglés). Mientras que para medir el desempeño bancario usaron los ratios ROE Y ROA en función de la medición contable, además se usó la tecnología Fintech para desarrollar una fuerte relación entre las variables dependientes e independientes.

Los resultados mostraron que las Fintech influyen de manera positiva y significativa en todos los modelos que muestran que este servicio es muy importante para determinar el rendimiento de las empresas bancarias Chinas. Sobre todo, impactan positivamente en el ROE y NIMP, luego al ROA pero de manera poco significativa.

Este estudio brinda información muy importante al presente trabajo de investigación, sirve como un planeamiento para que las empresas mejoren sus fuentes a través de la tecnología financiera, basándose en datos científicos. Sin duda en este antecedente se encontró datos valiosos para el desarrollo de la presente tesis.

Mention (2019) siguiendo la línea del financiamiento tradicional de las organizaciones, plantea cómo la innovación y desarrollo de las Fintech ha tenido un efecto en las construcciones financieras y los usuarios. Se usó como alusión el índice de adopción de Fintech y el informe Fintech Pulse de KPMG en los que el primero usa una encuesta sobre una muestra de 20 mercados y el segundo una base de datos. Los resultados presentan que un tercio de los encuestados usan por lo menos 2 servicios Fintech y que la inversión universal en Fintech incrementó de \$50.8 mil millones en el 2017 a \$111.8 mil millones en 2018.

Este artículo es fundamental para la indagación ya que ofrece un panorama general de cómo las Fintech permanecen expandiendo y cambiando los escenarios clásicos en las economías establecidas. Además, da a conocer cuáles son ciertas mejoras regulatorias que son primordiales para que esta clase de herramientas financieras logren continuar expandiendo su alcance y generar confianza entre sus usuarios.

La importancia de este antecedente en el presente trabajo de investigación radica en cómo el presente desarrollo de organizaciones Fintech, de diferentes rubros, ha ido creciendo en territorios del Sudeste Asiático y cómo ha contrarrestado ciertos

inconvenientes financieros en este sector, de esta forma además ofrece datos relevantes sobre el tipo de organizaciones que solicitan estas herramientas.

Grennan y Michaely (2020) centraron su indagación en Fintech y el mercado del estudio financiero para documentar la importancia creciente de la sabiduría del mercado de valores clase Fintech, para lo cual, utilizando datos novedosos sobre la historia de Internet de tales Fintech e inversores, evaluamos su relación con el comportamiento de los inversores, los productores de información tradicionales y la eficiencia del mercado.

De esta forma, estas Fintech ayudan a los inversores a simplificar muchas fuentes de datos, integrando los no clásicos, importantes para las sugerencias de inversión de capital concluyendo de esta forma que la prueba dada indica que la utilización de las Fintech y las señales de inversión funcionan como sustituto de información clásico. Además, concluyeron que el mayor uso de estas Fintech da como resultado un aumento general en la información de precios, y su uso constante sugiere que su efecto sobre los inversores sea un cambio permanente.

Este artículo es de gran beneficio para el presente trabajo de investigación, debido a que, indica cómo la sabiduría de mercado de valores plasmado en digital consigue solución de simplificación de datos debido a una extensa fuente de dichos con lo cual ayudaría en la elección de financiamiento inmediata.

Hornuf et al. (2020) analizaron qué propiedades en los bancos producen la construcción de alianzas con organizaciones del rubro Fintech. Se utilizó una metodología de recolección de datos a mano que cubre los bancos mayores canadienses, Francia, Alemania y el Reino Unido. Los resultados demuestran que los bancos regularmente componen un mayor número de alianzas una vez que poseen un plan digital determinado o una vez que poseen un director digital. Además, se muestra que los bancos invierten en pequeñas empresas Fintech, pero crean alianzas de productos con Fintech de más grande alcance.

Además, se encontraron implicaciones prácticas para los emprendedores de tecnología financiera, los bancos y los responsables políticos. Los empresarios que buscan fondos (capital humano), asesoría regulatoria o acceso a clientes pueden encontrar que vale la pena participar en una alianza con un banco. De manera general, los bancos con una estrategia digital claramente definida tienen más probabilidades de ser receptivos a la solicitud de los empresarios de invertir o colaborar.

Este artículo es fundamental para la indagación, ya que ofrece información acerca del desarrollo de alianzas en la zona bancaria clásica y la evolución hacia los sistemas digitales construyendo alianzas estratégicas con organizaciones Fintech.

Goldstain et al. (2019) informaron respecto a cómo las novedosas tecnologías permanecen revolucionando la industria financiera por completo. La metodología aplicada ha sido una selección de 156 propuestas de investigación y de informes registrados enviados a un concurso realizado por el equipo editorial Review Financial Studies.

Las propuestas enviadas, revelaron datos demográficos relevantes donde el 63% de los autores eran maestros asistentes o médicos alumnos, lo cual sugiere que el conjunto más interesado en esta clase de indagación eran los académicos más jóvenes, y que el tema de investigación con 47 propuestas ha sido peer-to-peer lending. Además, el presente artículo ayuda a definir el campo emergente de Fintech. Quizás lo más importante es que se cierra proporcionando pensamientos para el futuro de la investigación en Fintech.

Este artículo es significativo para el presente trabajo de investigación debido a las pautas de desarrollo de futuras Fintech que se propuso y al contraste que ejecuta en medio de las entidades clásicas y las novedosas tecnologías digitalizadas siendo base de entendimiento para importadores del como las Fintech respaldan viabilidad en el negocio hasta que una viable toma de poder retorne a la manos de los bancos y dichos logren ejercer más grandes cambios de naturaleza positiva y negativa proyectando una viable incertidumbre a extenso plazo.

1.4 Conocimiento de Fintech

Chen et al. (2019) mostraron la definición oportuna para el concepto Fintech ya que existe cierta duda de qué tecnología engloba en su totalidad, de igual manera, desarrollan una clasificación de 7 categorías tecnológicas que son: Ciberseguridad, vista de Data, transacciones móviles, aviso de hurto, en similar, *internet of things* (IOT) y *blockchain*.

Con la ayuda de demandas de patentes clasificadas logran detectar cuántas organizaciones han impulsado la innovación en cada categoría Fintech en Estados Unidos, obteniendo un 62.7% de colaboración por organizaciones privadas como solicitantes de una Fintech al igual que un 57.8 % de colaboración ofertante que

englobaron las organizaciones tecnológicas muy aparte de las de industria financiera. Se descubrió que las innovaciones de Fintech son generalmente valiosas para el sector financiero y los innovadores en conjunto. Sin embargo, para algunas industrias financieras, ciertos tipos de innovación de Fintech pueden tener un impacto negativo en el valor.

Este artículo es fundamental para la presente investigación ya que ofrece un panorama general y evidencia a gran escala acerca de Fintech y de poder contribuir a despejar dudas en los empresarios y saber qué influye más en la selección demandante de organizaciones para un viable enfoque a un desarrollo sostenible futuro.

1.5 Sostenibilidad en Fintech

Moro-Visconti et al. (2020) analizaron las diferencias entre las Fintech y los bancos tradicionales en la valoración del mercado, mostrando el potencial para la interacción digital y la polinización cruzada. La metodología en este trabajo comienza con un resumen sintético de los principales enfoques de evaluación, luego se evalúa la sostenibilidad general de las Fintech y su contribución para hacer un ecosistema financiero más resiliente a través de la correlación con firmas y bancos de alta tecnología, también se aplica la valoración bursátil y los multiplicadores asociados a estas firmas. En los resultados se encontró que el principal aporte es que los enfoques de valoración de las Fintech siguen los enfoques de las startups tecnológicas, con un modelo de ingresos mucho más escalable que el de una empresa común.

Las Fintech proporcionan una solución para el financiamiento sostenible con crowdfunding y microfinanzas, este servicio tecnológico y los bancos tradicionales eventualmente convergen hacia un mercado común aprovechando estrategias de cooperación. La evidencia empírica demuestra que los precios del mercado de valores hoy recompensan a las Fintech, que generan más ganancia que los bancos tradicionales.

El antecedente presentado es de suma importancia para este trabajo de investigación, ya que muestra el potencial de las Fintech y de la interacción digital, y su contribución de este servicio tecnológico a la estabilidad general del ecosistema financiero.

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Por un lado, el desarrollo de un crecimiento sostenible dentro de las empresas hoy en día es un hecho, puesto que la gran mayoría de firmas a nivel mundial que se encuentran dentro de este cambio apuntan a generar un crecimiento medio ambiental, económico y de bienestar social que haga que sus empresas sean mejor vistas ante los consumidores y empresas competidoras. Por otro lado, el uso de distintos métodos financieros ha sido crucial para poder realizar el plan de negocio que cualquier empresario desea para concretar su emprendimiento o también de no poder alcanzar un segundo nivel, el cual repercute en la empresa haciéndola que no sea competitiva o no logre mantenerse dentro del mercado produciendo un cierre temporal o en la totalidad de sus establecimientos comerciales.

En este capítulo se identificarán los factores determinantes para conocer si el empleo de las Fintech y el desarrollo sostenible empresarial pueden ser el cambio próspero dentro de las empresas pequeñas de servicios de comida en la región de Chile.

2.1 Situación problemática

Dentro del sector financiero los cambios han perdurado década tras década cumpliendo la misma normativa de satisfacer a los clientes en cada transacción que realicen dentro de las bancas tradicionales. Sin embargo, estos últimos 20 años la era de la digitalización ha sido partícipe de un cambio revolucionario en las finanzas en conjunto a la tecnología. La tecnología financiera digital o también llamada Fintech son un conjunto de herramientas financieras expuestas digitalmente que están al alcance del público en general para poder tener visión y práctica de procesos que se hacían en la banca tradicional pero ahora por detrás de un ordenador y de manera remota.

El Foro Económico Mundial (2017) señala que las Fintech son disruptivas y al mismo tiempo revolucionarias, pero con armas digitales que derribaran a toda costa el modelo tradicional que se tienen como bancos hoy en día. Este modelo cambiará la forma de ver los procesos financieros y evidenciará la irrupción de las empresas tecnológicas en los sectores de pago, préstamo e inversión.

En el área de transacciones monetarias, el proceso para poder enviar y recibir dinero entre distintos usuarios fue durante mucho tiempo de manera presencial vía giros bancarios o interbancarios aproximándose a una entidad bancaria, pues era la forma más segura. Sin embargo, el proceso duraba días para que la operación se concretara y el tiempo era el factor clave en diferentes oportunidades, pero gracias a las Fintech, el pago online es realidad y las transferencias se transformaron de lentas a rápidas puesto que en contar de segundos el monto que se desea a enviar ya puede encontrarse en cualquier parte del hemisferio.

Asimismo, esta iniciativa generó el auge del e-commerce evidenciándose en las transacciones de la empresa FedEx la cual analizó que entre un 10 a 50% de los consumidores realizaban compras mensuales vía páginas web. Estos índices revelan que no solo el cambio ayudaba a los consumidores sino también que las pymes internacionales se muestran al mundo con una gran oportunidad de crecimiento, reconocimiento y posición. En cuanto a la modalidad presencial el futuro no se hizo ajeno a los métodos de pago contra entrega puesto que cada vez los establecimientos podrían aglomerar una gran cantidad de consumidores en la puerta de un restaurante o tiendas por departamento en cambios de temporada o días festivos como Black Friday.

Sin embargo, por la abundante presencia de los consumidores una gran cantidad desistió de sus compras por el tiempo que debían esperar para retirarse generando que las tiendas ya no logren ese ingreso monetario deseado. Es por esa razón que surgieron los pagos sin contacto ya sea por medio del teléfono celular o también por una carga de débito automáticamente a tu tarjeta una vez hayas salido del establecimiento antes obtenido el producto que se desea adquirir, práctica que la desarrolla y emplea Amazon Go.

En cuanto al área de préstamos, el Foro señala que la intervención de las herramientas tecnológicas financieras digitales, en el proceso de financiamiento a personas y empresas, han amenazado a la cultura organizacional e histórica que tiene la banca tradicional en cómo manejar los procesos de préstamos, es por esa razón que aún se mantienen distantes al cambio. Las Fintech a pesar de que no existiera una sinergia con la banca tradicional comenzaron el cambio de manera innovadora con la creación de plataformas online que habilita el modo de inversión P2P; es decir, entre personas sin intervención del banco.

Esta forma de préstamos abrió puertas y nuevas oportunidades de obtener financiamiento crediticio a aquellas microempresas o emprendedores que anteriormente estaban en la búsqueda de un crédito bancario, pero se les rechazaba por que no tenían el historial crediticio que las bancas requerían. Es así, que los formularios y documentos que respaldaban los ingresos han pasado al olvido, para darle paso al ingreso de un sistema de microfinanzas que analiza los movimientos y transacciones que haya tenido la cuenta del prestatario, ajustándose automáticamente en función a su puntaje obtenido. En cuanto al prestamista, este no tiene un riesgo elevado ya que su capital se diversifica en una cierta cantidad de clientes que necesitan de crédito, a este modelo de Fintech se le conoce como crowdfunding.

Dentro del sector de inversión, la iniciativa de poder convertirse en un inversor o accionista de un proyecto o empresa internacional ha sido de manera simple y segura, al mismo tiempo de poder realizar las operaciones en tiempo real y de forma remota. Es decir, el flujo de capitales dentro del mercado internacional ha estado variando para un bien común beneficiando a varias startups y firmas de gran magnitud, ya que herramientas digitales y probabilísticas basadas en modelos con estadísticas y algoritmos garantizados se han intensificado dentro del mercado de valores recaudando buenos ingresos y beneficios para quien se atrevió a invertir. Así mismo, también se beneficia a quienes apoyaron, evidenciando este suceso en el 2016 con un estudio de Alpha Institucional Investor, donde se hizo mención honrosa a James Simmons, David Siegel y John Overdeck por haber sido los representantes que ganaron grandes ingresos con sus modelos de finanzas cuantitativas e innovación tecnológica apoyados en Big data análisis y Machine Learning.

Teniendo en cuenta lo que significa Fintech y lo que ha logrado hasta el momento, cabe resaltar que la tecnología ha llevado a un nivel más grato de lo esperado a diferentes tipos de consumidores que alguna vez no tuvieron una oportunidad de poder ver otras clases de financiamiento digital o herramienta diferente a lo tradicional. Gracias a la colaboración de las organización impulsadas por la innovación de nuevos sistemas que mejoran la sostenibilidad empresarial, social y ambiental, lograron la diversificación de las Fintech hacia nuevos sectores como es la ciberseguridad, análisis y revisión con data automatizada, pagos digitales con transacciones sin contacto, *crowdfunding*, *crowlending*, *blockchain* en conjunto al *internet of things* y más, que podrán desarrollarse para contribuir a un paso al futuro (Chen et al., 2019).

En la tabla 2.1 se logra presenciar la clasificación y taxonomía de la Fintech.

Tabla 2.1

Clasificación y taxonomía de las Fintech

Categoría	Tecnologías clave	Ejemplos
Ciberseguridad	Encriptación, autenticación, tokenización.	biométricas, Tarjeta biométrica MasterCard, reconocimiento de entrada facial
Transacciones móviles	Billeteras digitales, comunicación digital cercana, billeteras de celular	Apple pay, Android pay, PayPal.
Análisis de datos	Big data, computación de la nube, inteligencia artificial, aprendizaje automático.	JP Morgan contract intelligence (COIN).
Blockchain	Criptomonedas, pruebas de trabajo, contratos inteligentes, gráficos acíclicos dirigidos	Bitcoin, Ethereum, Nasdaq Linq asset trading platform.
Peer to peer (2P)	Crowdfunding, préstamos 2P2, pagos de cliente a cliente.	GoFundMe, Kickstarter, Lending club.
Advertencia de robos	Inteligencia artificial, big data, aprendizaje automático	Betterment, Schaw intelligent portfolio, Vanguard personal advisor service.
Internet of things (IoT)	Dispositivos inteligentes, comunicación de campo cercano, redes de sensores inalámbricos, actuadores	Nationwide SmartRide telematics, Travelers Insurance smart home sensors.

Nota. De “How Valuable Is Fintech Innovation”, por Chen et al., 2019.

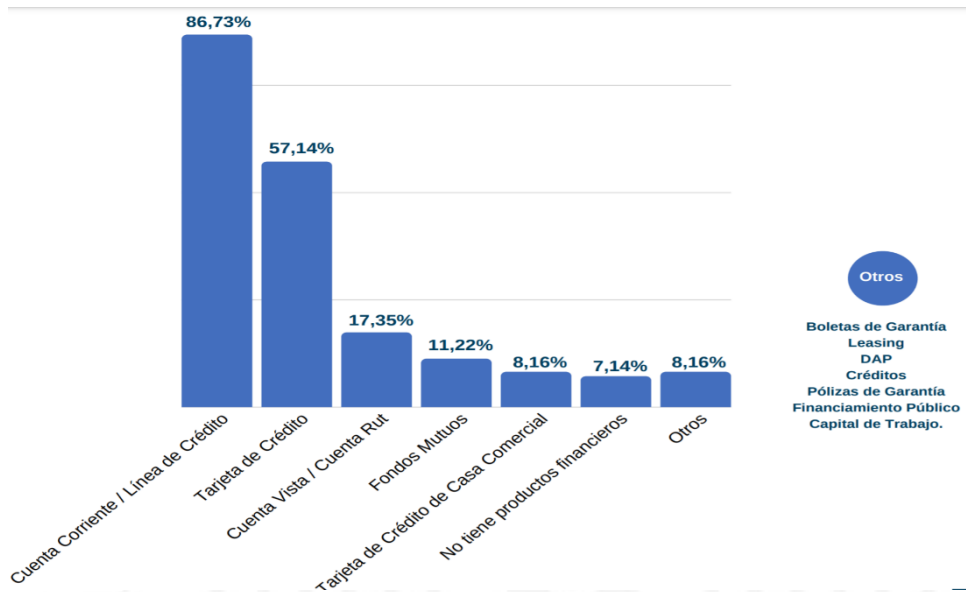
Una de las razones por la cual las startups o pymes de cualquier categoría sigan innovando y estableciéndose dentro de cualquier mercado, es gracias al financiamiento que logran obtener por una entidad quien les brinda el crédito y que les dará la opción de crecer y subsistir. Es por ese motivo que gracias al reporte de encuestas Avla (2019), se precisa como es que las Pymes chilenas logran conseguir un crédito financiero y sus expectativas económicas en una población de 98 pymes encuestadas. Los resultados obtenidos de las fuentes de sus financiamientos son: en primera categoría, a través de una línea de crédito con un 86 %, seguido de las tarjetas de crédito con un 57 %, en un tercer lugar se encuentran las cuentas vistas con 17 %, delante de los fondos mutuos con un

11% y dejando en el cuarto, quinto y sexta posición a la tarjeta de crédito de casa comercial y a los que usan leasing y otros que no disponen de un producto financiero.

En la figura 2.1 se puede ver a aquellas fuentes de financiamiento de las pequeñas y medianas empresas en la región de Chile.

Figura 2.1

Fuentes de financiamiento de pymes chilenas



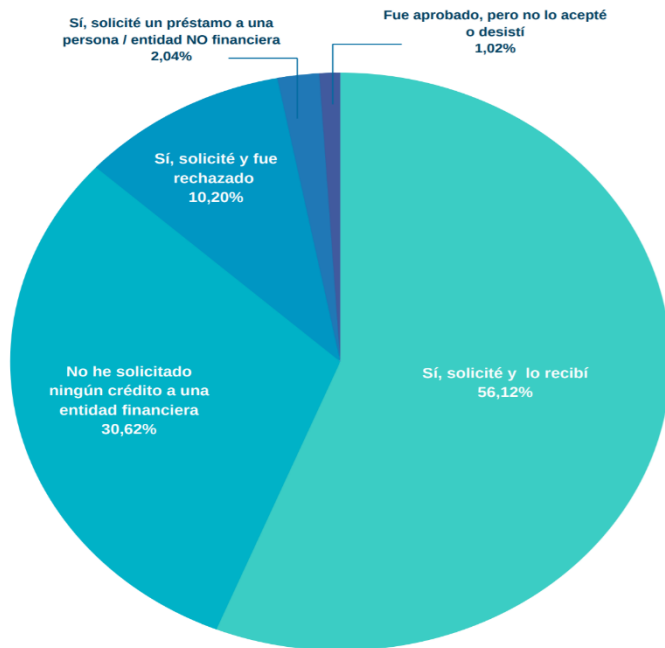
Nota. De “Barómetro de las pymes medición n°28 ¿Cómo se financian las pymes en Chile?”, por Avla, 2019. <https://www.avla.com/cl/como-se-financian-las-pymes-en-chile/>

Asimismo, los créditos para las pymes chilenas a través de una entidad bancaria tradicional han logrado ocupar el 56.12% y lo recibieron en su debido tiempo. Sin embargo, un 10.20% lo solicitó y se les fue rechazado por no cumplir con un historial crediticio, por no presentar la documentación requerida y por no proyectar los ingresos que ocuparían gracias al crédito; por otro lado, un 30.61 % no solicitó ningún tipo de préstamo porque preferirían no endeudarse o pensaban que se le rechazaría como comúnmente pasa, un 2.04% pidió un tipo de crédito a través de un persona natural o una entidad no financiera y por último a un 1.02% le aprobaron el crédito pero desistió por motivos propios.

En la figura 2.2 se puede ver la aceptación de solicitud de crédito en entidades financieras en Chile y en la 2.3 las principales razones por que no solicitan un financiamiento en una entidad financiera.

Figura 2.2

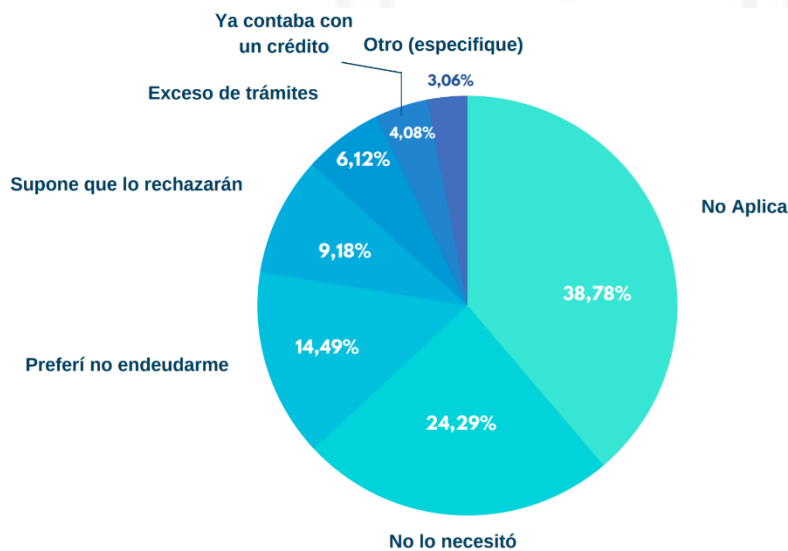
Aceptación de solicitud de crédito en entidades financieras chilenas



Nota. De “Barómetro de las pymes medición n°28 ¿Cómo se financian las pymes en Chile?”, por Avla, 2019. <https://www.avla.com/cl/como-se-financian-las-pymes-en-chile/>

Figura 2.3

Principales razones por las que no solicito un financiamiento en una entidad financiera.



Nota. De “Barómetro de las pymes medición n°28 ¿Cómo se financian las pymes en Chile?”, por Avla, 2019. <https://www.avla.com/cl/como-se-financian-las-pymes-en-chile/>

Las pymes chilenas tienen diferentes motivos para pedir un financiamiento, entre las más destacadas se encuentra el inicio de negocio, ya que en cierta parte inician con su propio capital solo el 58.16% de los encuestados, y en el transcurso del tiempo necesitan de un financiamiento bancario adicional para apertura de nuevas sedes o también en ciertos casos suelen iniciar con préstamos de relativos o a través de financiamiento estatal. En un segundo caso por el cual necesitarían un préstamo es para el pago de sus proveedores, siendo el 42.92% de los encuestados ya que sus recursos son escasos y tienden a utilizar el método de *factoring* para cumplir con sus deudas y, por último, es el caso de pago de remuneraciones a los trabajadores, siendo el 59.18% de las pymes encuestadas, que resolvieron este asunto a través de préstamos bancarios o a través del *factoring*.

Las pymes chilenas se fijan en diferentes factores para pedir un préstamo para su negocio, entre los más significativos son: las tasas de interés, los plazos de financiamiento, financiar el total del monto requerido, no solicitar como garantía su casa, usar la misma moneda nacional para el pago de su crédito y, por último, que les soliciten más información de los libros contables.

Finnovista (2021) expone los resultados de sus últimas encuestas a las startups de origen netamente chileno con una participación del 58% de las 179 existentes, las cuales dejaron en claro que el ecosistema dentro de la región de Chile referente a la existencia y aparición de tecnología financiera digital fue haciéndose notorio el margen desde el reciente Fintech Radar, ejecutado por Finnovista en el año 2016, con 57 firmas hasta la actualidad y con un último crecimiento sostenido de 112 a 173 dentro de los periodos 2019-2021 consecutivamente.

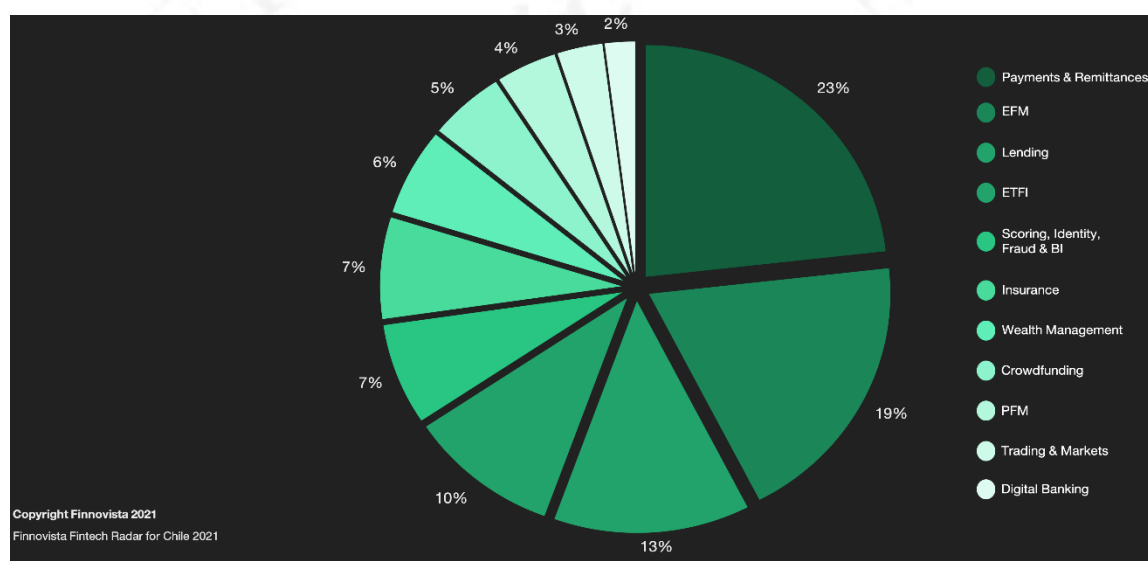
Asimismo, se detectó que el modelo que prevalece en este sector es de negocio a negocio (B2B), puesto que dirigen sus herramientas hacia empresas pymes no bancarizadas y sub bancarizadas. En cuanto a las regulaciones que se ofrecen para este tipo de firmas, estas van siendo más demandadas por las empresas existentes ya que desean aclarar las transacciones y serviría para que el desarrollo de distintos modelos de negocios pueda concretarse. Este malestar se evidencia en un 48 % dentro de los encuestados, quienes mencionan que no existe una regulación y el otro 85 % de las firmas chilenas mencionan que, si el marco regulatorio del financiamiento fuera abierto, el crecimiento de las Fintech se podría proyectar a mayor escala.

Así también, para un 56% de las empresas chilenas, afirma que el uso de una interfaz de programación de aplicaciones (API, por sus siglas en inglés), el cual consiste en diseñar una plataforma de información abierta para programar aplicaciones, habilitaría el modelo de negocio que esperan. Todo esto se enlaza con los mercados cercanos a la región como Brasil y México, donde gracias a la creación y marcha de un marco regulatorio hay desarrollo significativo de empresas Fintech.

En la figura 2.4 se puede ver el Fintech radar Chile, que es el segmento de las Fintech en el país mencionado.

Figura 2.4

Segmento de la Fintech en la región de Chile



Nota. De "El ecosistema Fintech en Chile crece a un ritmo de 38% anual, llegando a los 179 startups", por Finnovista, 2021. <https://www.finnovista.com/radar/con-67-empresas-nuevas-el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-a-un-ritmo-de-38-anual-llegando-a-las-179-startups-en-2021/>

Dentro de la encuesta realizada en Chile se puede hallar a 42 startups que representan el 23% de la población, lo cual cubre el grupo de la categoría remesas y pagos ubicándola en el primer lugar de las Fintech. Dentro de ellas, un 48% se dedica al desarrollo de pasarelas y agregadores de pagos virtual, 36% pagos vía teléfonos móviles a través de aplicaciones que contengan en si una billetera virtual, un 20% hacen posibles las transferencias nacionales e internacionales además de las remesas. En una segunda ubicación se tiene a la EFM, que son las Fintech de gestión de finanzas empresariales con 35 startups y cubre un 20% del segmento total.

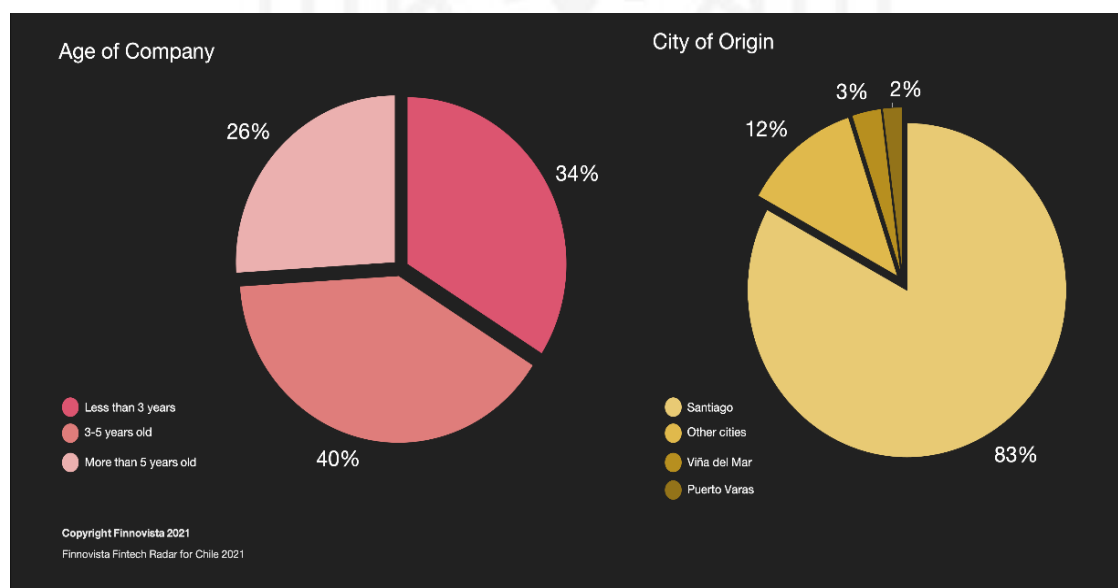
Asimismo, se manifestó un desplazamiento dentro de la tercera y cuarta ubicación que son: Préstamos (13%) y Tecnologías empresariales para instituciones financieras (10%), con 24 y 18 startups respectivamente. Esto es debido a que durante la pandemia el crédito era necesitado por muchas pymes y empresas, ya que como se mencionó anteriormente, en esta región se suele trabajar bajo la modalidad B2B y por ese motivo muchos inversores pusieron en plano la creación de 7 Fintech para sostener el mercado nacional. En un quinto lugar, se ubica Puntaje, identidad y fraude con 12 startups y un 7% de la región, nivel por el cual va mejorando e incrementando en conjunto a Seguros que se ubica en una sexta posición con 12 startups y 7%.

Entre las últimas categorías, pero no menos valiosas, se encuentran las de gestión patrimonial, el crowdfunding que ayuda a incrementar los negocios con el P2P, gestión de finanzas personal, mercados como el de capitales y trading así mismo los bancos digitales, los cuales aún se limitan al gran cambio digital todos con un 6%, 5%, 4%, 3% y 2% consecutivamente.

En la figura 2.5 se puede observar el año de las Fintech y la ciudad de origen en Chile.

Figura 2.5

Año de las Fintech y ciudad de origen



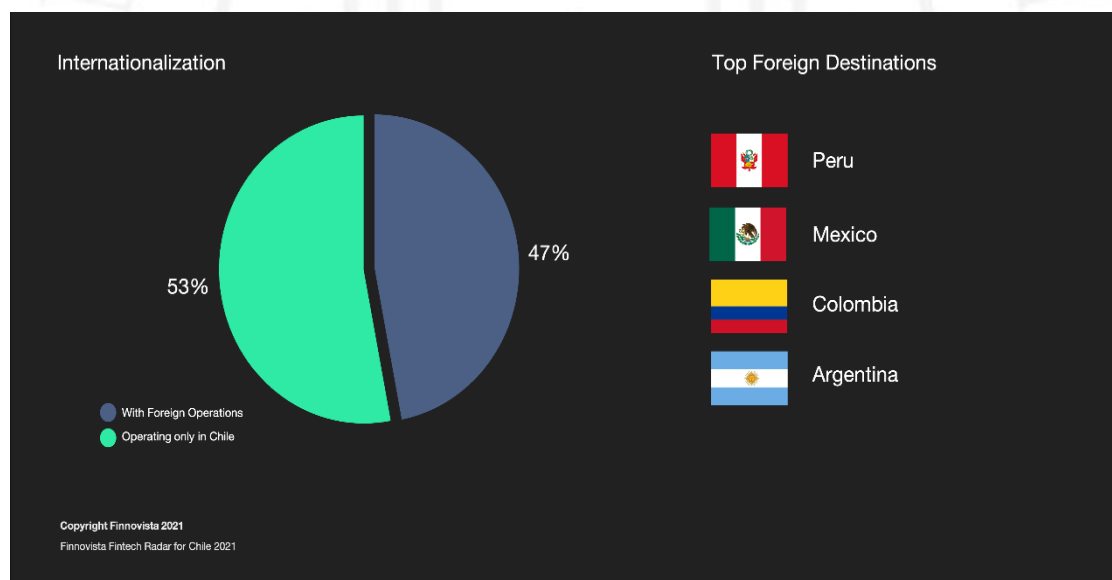
Nota. De “El ecosistema Fintech en Chile crece a un ritmo de 38% anual, llegando a los 179 startups”, por Finnovista, 2021. <https://www.finnovista.com/radar/con-67-empresas-nuevas-el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-a-un-ritmo-de-38-anual-llegando-a-las-179-startups-en-2021/>

Para mayor confianza en las tecnologías financieras digitales, los usuarios chilenos manifestaron en anteriores cuestionarios que el conocimiento de la antigüedad de las Fintech era determinante con respecto a su madurez como firma establecida en la región, es por esa razón que Finnovista tomó este punto y lo dirigió en esta última encuesta y los resultados fueron de gran expectativa hacia un crecimiento a escala a futuro, puesto que un 34% eran empresas que se habían creado en menos de 3 años, un 40% dentro de 3 a 5 años con anterioridad y un 26% venían estableciéndose de forma rígida desde hace ya 5 años. Es decir, que las firmas van incrementando en un buen nivel y en corto periodo. Estas Fintech también mostraron que en su totalidad (83%) provienen de la capital de Chile, Santiago de Chile, seguido de un 12% representado por varias ciudades en conjunto de un 3 y 2% de Viña del mar y Puerto Varas.

En la figura 2.6 se puede ver la internacionalización de las Fintech en Chile y sus países destino.

Figura 2.6

Internacionalización de las Fintech chilenas y país de destino



Nota. De “El ecosistema Fintech en Chile crece a un ritmo de 38% anual, llegando a los 179 startups”, por Finnovista, 2021. <https://www.finnovista.com/radar/con-67-empresas-nuevas-el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-a-un-ritmo-de-38-anual-llegando-a-las-179-startups-en-2021/>

Es un hecho que el 72% de startups chilenas están en una etapa de poder dirigir su crecimiento a mayor magnitud, ya que según Finnovista (2021) las empresas de Fintech de Chile están a niveles de consolidación y entero desarrollo ubicadas por encima de distintos países de LATAM.

Es por esa misma razón que la internacionalización de las Fintech chilenas se evidencian con un 47% de participación, siendo un porcentaje significativo a comparación de otros países de la región. Sus destinos para expandir su intervención son Perú con 20%, seguido de México con 17%, además de Colombia y Argentina con 14 y 10% respectivamente.

2.2 Planteamiento del problema

2.2.1 Problema general

¿Cuál es el efecto de la expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito y percepción del riesgo a través de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial?

2.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es el efecto de la expectativa de rendimiento sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto de la expectativa de esfuerzo sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto de la condición de facilitación sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto de la influencia social sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto de la motivación hedónica sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto del valor del precio sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto del conocimiento sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto del comportamiento por hábito sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto de la percepción del riesgo sobre la adopción de Fintech?
- ¿Cuál es el efecto de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial del sector comida?

CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN

En este capítulo, se podrá explicar el porqué de esta investigación, así como los beneficios teóricos, prácticos y metodológicos que brinda el realizar este estudio y si es que aporta algún nuevo conocimiento. En un país en desarrollo, como lo es Chile, las pequeñas empresas son una parte importante para el avance de la economía, estas ayudan con la creación de nuevos trabajos y reducen la pobreza (Najib et al., 2021).

El sector Restaurantes y Hoteles es totalmente fragmentado, el 98,2% de las firmas son clasificadas como micro y pequeñas empresas, las cuales generan el 36,7% de las ventas anuales y el 37,1% de los puestos de trabajo del sector. En el año 2019, la productividad anual del sector Restaurantes y Hoteles equivalió al 2,3% del PIB de Chile (Cullell, s.f.).

El tema de investigación fue elegido debido al gran potencial que tienen las pequeñas empresas de comida para acceder a nuevas formas de financiamiento con la implementación de las herramientas Fintech. Para que estas empresas consigan capital necesitan acceder a préstamos bancarios, Fintech ofrece otras alternativas, lo que se analizará en esta investigación son los factores que influyen en la decisión de estas empresas.

3.1 Justificación teórica

El término Fintech es utilizado para denominar a aquellas empresas que proveen productos y servicios financieros innovadores, usando tecnología digital o mediante el uso de plataformas tecnológicas Lavalleja, (2020). Las innovaciones de este sector tienen la capacidad de transformar el sector financiero y ayudar a proveer servicios a grupos sociales, que desde tiempos remotos han desentendidos por los bancos Rojas, (2016).

Uno de los servicios Fintech que en la actualidad está creciendo rápidamente es el préstamo peer-to-peer (P2P), este tipo de servicio consiste en una plataforma de préstamos involucrando la interacción de los inversionistas con los prestatarios, sin el requerimiento de asistir a un banco. De esta forma el inversionista es responsable del préstamo y el riesgo financiero, el cual puede extenderse a través de alteraciones fraccionadas. Las compañías que proporcionan la determinación de riesgo y la

información de crédito de cada negocio también están incluidas dentro del servicio financiero Rojas,(2016). En 2019, el tamaño del mercado mundial de préstamos P2P fue de \$ 67,93 aproximadamente, y para 2027 se proyecta que alcance los \$ 558,91 mil millones, lo cual indica una tasa de crecimiento anual compuesta del 29,7% de 2020 a 2027 (Najib et al., 2021).

Debido al rápido avance de la TI y la dificultad de las pequeñas empresas de obtener préstamos bancarios, las plataformas de P2P tuvieron respuestas positivas del mercado de las pymes, la aparición de nuevas Fintech ha llevado a la eliminación de intermediarios en los servicios financieros (Najib et al., 2021).

La presente investigación generará conocimientos sobre nuevas oportunidades de financiamiento con herramientas Fintech, así como su uso y nivel de información, lo cuál ha sido investigado previamente, pero en países en desarrollo en Asia y con limitaciones de información y poco conocimiento sobre los factores sociales como determinantes de la adopción Fintech. Este trabajo permitirá crear una base para la determinación de los factores dependientes e independientes que se involucran con la adopción de esta herramienta financiera en el sector comida de Chile, tomando en cuenta nuevas variables, entre ellas la influencia gubernamental, con lo cual se espera que en un futuro se pueda ampliar la información a diferentes regiones de Latinoamérica.

La información que se recopile en este trabajo de investigación podrá ser analizada y de gran ayuda para la banca tradicional, el Estado, reguladores de inversión, consorcios, cámaras, etc., es decir los tomadores de decisiones. Esto podrá servir de base para crear soluciones, nuevas normativas y regulaciones que permitan que las pymes se desarrollen con su máximo potencial de la mano de la tecnología financiera.

Los conocimientos que se buscan obtener con este estudio son los factores determinantes en la toma de decisión de las pequeñas empresas para la adopción de esta herramienta financiera, al analizar la información se podrá desarrollar nuevos conocimientos y soluciones, lo cual será de gran importancia para el campo de estudio.

3.2 Justificación práctica

Las implicancias prácticas de la presente investigación tendrán como objetivo poder brindar una visión macro del por qué las empresas de servicio de comida en la región de Chile podrían adoptar a las Fintech dentro de su modelo de negocio y cómo esta decisión

involucraría cambiar de manera sostenible el sistema empresarial bajo las herramientas financieras digitales.

Asimismo, el valor de este estudio servirá para que el gobierno chileno y sus entes reguladoras intervengan en dirección a un crecimiento próspero, pudiendo conocer que dentro de algunos factores como rendimiento, esfuerzo, facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor, conocimiento, comportamiento y percepción de riesgo, podrían ser determinantes para poder llevar a cabo o no la evolución de la visión tecnológica y digital que se tiene como transición actual en el sistema financiero chileno.

Además, esta información expuesta busca que la comisión para el mercado financiero chileno con siglas CMF mejore sus relaciones de manera sinérgica con el ministerio de la hacienda de dicho país en conjunto a las ordenanzas de la planeación presidencial y empresas Fintech existentes, estableciendo mejores normas reguladoras y promulgando dictámenes que ayuden al desarrollo digital financiero tanto para el mercado nacional, como para su internacionalización.

3.2.1 Justificación económica

Las implicancias económicas de la presente investigación tendrán espacio hacia un beneficio monetario para aquellas empresas que abran el inicio de uso de Fintech en sus modelos de negocios. Los beneficios se expresan a través de la liquidez que encuentran difícilmente diferentes pequeñas empresas cuando acuden a entes financieros tradicionales.

Los préstamos monetarios que pequeñas empresas solicitan a los bancos no son aceptados en su mayoría ya sea por la documentación o valor que tenga la firma. Estas decisiones no apoyan al crecimiento y evolución que necesita el país. Fintech facilita la financiación rápida, segura y sin muchos requisitos a través de préstamos crowdfunding, P2P y B2B generando mayor disposición de efectivo y caja para una pronta inversión en las empresas permitiéndoles crecer y sostenerse dentro del mercado.

Por un lado, la rentabilidad de participar dentro de las Fintech como prestamista te permite asegurar entre un 9 a 20% de ganancias al término de un periodo Finovista, (2021). Por otro lado, es rentable para aquellas empresas que soliciten por este medio el préstamo que necesitan ya que las tasas de intereses que desembolsaron serán más

ajustadas a comparación de los bancos tradicionales y las predisposiciones de pagos son amolde al tipo de empresa que lo solicite.

3.2.2 Justificación ambiental

En cuanto a las implicancias ambientales, la tecnología financiera digital predispone de un compromiso con los usuarios, donde el cambio de lo tangible hacia lo virtual procede a ser una solución sostenible hacia futuro, reduciendo la producción de artículos que estaban asociados a los bancos tradicionales como únicos para su uso cuando se necesitara hacer alguna gestión bancaria. Así también, de aumentar más alternativas de solución hacia los consumidores en cuestión de préstamos e inversiones, además de poder usar estas herramientas para llevar un análisis contable digital de la propia empresa.

La ONU y Antfinanciera Fintech han planteado normativas entre sí hacia una revolución verde tecnológica dirigida a todas aquellas Fintech que impulsen el cambio sostenible, en consideración a incrementar el retorno de inversión para los usuarios que inviertan en proyectos sostenibles que necesiten de dinero para seguir creciendo. Así mismo, hay Fintech que promueven programas de jubilación en fin de reinvertir el monto depositado en proyectos o empresas que se comprometan a ser sostenibles Finovista, (2021).

La reinversión que hace un banco tradicional debe ser correcta plenamente identificar el costo y beneficio y evaluar rápidamente una escena de riesgo sin embargo al ser cifras muy altas en tránsito el beneficio pretende ser significativo, pero no se enfoca en el daño que esa inversión es causante posiblemente de la deforestación del país si es el sector agrícola por esa razón es que Fintech apunta a un sistema de investigación a fondo a través de datos para poder involucrarse dentro de un sector que haga daño al ecosistema.

3.2.3 Justificación social

En cuanto la justificación social del uso de una Fintech dentro de una sociedad apertura a la iniciativa de un cambio prospero hacia la digitalización de operaciones, es decir que el amplio portafolio de herramientas que una banca común ofrece también se pueda tener en una sencilla app o web virtual con la cual se puede realizar cualquier operación en distintos lugares así mismo lo que masifica el uso de las Fintech como las carteras móviles es la inclusión de un nuevo método de pago para realizar una operación común en

cualquier establecimiento, así también de poder disponer de un préstamo inmediato ante cualquier circunstancia.

Las Fintech son una nueva forma de solución ante la desesperación de múltiples startups o empresas ya que en el mercado se demanda de un monto monetario suficiente que empuje a una empresa en rumbo positivo. La disposición de las 24 horas para poder realizar cualquier tipo de transacción es lo que vuelve posible las tomas de decisiones en los negocios nacionales o internacionales. La oportunidad que genera una Fintech socialmente está dentro de una categoría de financiamiento sostenible pues está dirigida para el futuro beneficio de los agentes en sus empresas de la mano de participar en un crecimiento progresivo que traerá mayor comercio dentro del sector.

Este cambio a la digitalización será bien aprovechado por generaciones futuras las cuales observarán que el manejo de operaciones es más eficiente a través de una Fintech y poder desplazar en un futuro a la banca tradicional y marcar el cambio de una nueva era de financiación y digitalización total.

3.2.4 Justificación tecnológica

En relación con la justificación tecnológica que se empleará en la investigación, se llevará a cabo un estudio de carácter innovador, ya que el valor que tiene la implementación de una Fintech dentro de un modelo de negocio tradicional generará el conocimiento de un impacto positivo o negativo en la firma.

Basando la investigación en el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), la intención del estudio es explicar los factores que determinan el uso de las nuevas tecnologías de información y comunicación, en este caso Fintech, por un número importante de usuarios, gracias a esta herramienta se dará a conocer los factores que influyen en la adopción de Fintech en las pequeñas empresas de comida en Chile.

Así mismo, se verá reflejado en la implementación de un sistema de cobros por Fintech, utilizando este tipo de tecnología las empresas de la categoría de comida podrán desarrollar mayor sinergia y rapidez de información entre la empresa y sus fondos.

Las diferentes clases de operaciones como sistema contable digital, pagos, préstamos e inversión se dan lugar gracias a la innovación digital con data que se encarga del análisis previo a cualquier solicitud que realice un usuario ante cualquier movimiento

financiero. Esta investigación proyectará también la reacción de la antigua y nueva generación en el mercado chileno que se ha involucrado a los negocios de comida con operaciones como cobro y obtención de préstamos bajo una Fintech en perspectiva al uso de una herramienta tecnológica digital.

3.3 Justificación metodológica

En relación con la metodología que se empleará en la presente investigación, esta se dará a cabo a través de un tipo de estudio retrospectivo y experimental, puesto que el objetivo es observar el estado de los negocios en el presente año 2023 y encontrar el factor principal de uso entre las Fintech y los negocios comerciales chilenos gracias a la utilización de data en conjunto hasta la realización de nuestras entrevistas de la mano de una guía de preguntas. Para el análisis de datos, se utilizará una metodología de segunda generación denominada SmartPLS (mínimos cuadrados parciales) con el modelo PLS-SEM (modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales), SmartPLS es un software estadístico que acomoda múltiples conjuntos de datos para estimar un modelo, comparando distintas variables.

Estos instrumentos serán útiles para poder conversar con la muestra de nuestra población, además de conocer y observar las respuestas más afondo de los dueños o representantes que tengan cada uno de los establecimientos de servicios de comida a entrevistar. Así mismo, se podrá conocer como ha sido el efecto de la adopción de las Fintech en un tiempo pasado hasta el día de hoy en cuanto a las características de financiamiento comercial ya sea por motivo del restringido acceso a préstamos por la banca tradicional o por el método de pago que se acomoda al usuario consumidor de servicios de comida también se abordará otras clases de Fintech respecto a fondos y seguros.

Esta investigación es de carácter analítica y transversal ya que presentaremos diversas variables expuestas como posibles factores de adopción y lograr a responder a nuestras hipótesis de estudio con las cuales comprobaremos si son las relacionadas para una posible toma de decisión en incorporar o no a las Fintech en los esquemas de negocios de las pequeñas empresas de servicios de comida en la región de Chile así mismo saber si un factor en peculiar es el determinante de la inclusión o no inclusión de las

herramientas financieras digitales en los modelos de negocios convirtiéndolos en negocios sostenibles hacia los ojos de las demás firmas y público en general.

Se recomienda que para futuros estudios similares centren como población a aquellas startups, pequeñas y medianas empresas que se hayan visto perjudicadas al inicio del desarrollo de sus proyectos debido a las fotos financieras no bien vistas por la banca tradicional, es decir, que se hayan quedado previo a la etapa del crecimiento por motivos de no haber alcanzado con un financiamiento que logre su auge dentro del mercado así mismo enfocar también a aquellas empresas que realicen el e-commerce como sistema de compra y venta de servicios y productos ya que estas se involucraron más en lo digital y se olvidaron del modelo tradicional así mismo transformaron su modelos para obtener mejor ingresos y beneficios a través de llegar a más consumidores.

3.4 Viabilidad de la investigación

El presente trabajo de investigación tiene la intención de ser sostenible en el tiempo, uno de sus principales fines es vincular a las pequeñas empresas de comida en Chile con las herramientas Fintech, a través del análisis de los factores que influyen en este vínculo.

Para la realización de este estudio, se cuenta con las condiciones necesarias de acceso a la información, tiempo suficiente y dedicación, además de un alto grado de compromiso y disposición para realizar este trabajo. De igual forma, la Universidad de Lima brinda acceso a diferentes beneficios y facilidades para encontrar información, como fuentes indexadas y fidedignas.

La investigación puede ser realizada al tener información de base de datos, revistas, informes, libros, páginas web, etc., con lo cual se pueden ver diferentes puntos de vista, contrastes y comparaciones, con el fin de obtener mejores resultados. Además, al tener los contactos necesarios en la región de Chile y recursos propios, las encuestas serán posibles.

3.5 Limitaciones de la investigación

La presente investigación tiene como alcance a pymes chilenas y el análisis de los factores que influyen en su decisión de adaptarse a las herramientas Fintech, el estudio se limita a la región de Chile y a las variables dependientes de: expectativa de rendimiento,

expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento de hábito y percepción del riesgo; y como variable independiente a la sostenibilidad empresarial.

Una de las razones por las que se limitó el estudio al país chileno, es por la facilidad de acceso a la información, y el potencial que tiene este país con el uso de Fintech. Se espera que futuras investigaciones tomen en cuenta a otras regiones de Latinoamérica o su totalidad, así como el estudio de nuevas variables para el análisis de una información más completa.



CAPÍTULO IV: OBJETIVOS

En el presente capítulo se presenta el objetivo general de investigación y los objetivos específicos que se desprenden de la relación entre las variables en estudio según el modelo presentado.

4.1 Objetivo general

Analizar el efecto de la expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito y percepción del riesgo a través de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial dentro de las pequeñas empresas de comida.

4.2 Objetivos específicos

- Determinar el efecto de la expectativa de rendimiento sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto de la expectativa de esfuerzo sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto de la condición de facilitación sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto de la influencia social sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto de la motivación hedónica sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto del valor del precio sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto del conocimiento sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto del comportamiento por hábito sobre la adopción del Fintech
- Determinar el efecto de la percepción de riesgo sobre la adopción de Fintech.
- Determinar el efecto de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial del sector de comida.

CAPÍTULO V: HIPÓTESIS

En el presente capítulo se presenta la hipótesis general del estudio, así mismo, las hipótesis específicas que se desprenden de la relación entre las variables según el modelo presentado.

5.1 Hipótesis general

La expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito, percepción del riesgo tienen un efecto positivo en la adopción de Fintech, y al mismo tiempo la adopción de Fintech influye en la sostenibilidad empresarial del sector comida.

5.2 Hipótesis específicas

- La expectativa de rendimiento tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- La expectativa de esfuerzo tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- La condición de facilitación tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- La influencia social tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- La motivación hedónica tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- El valor del precio tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- El conocimiento tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- El comportamiento por hábito tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.
- La percepción del riesgo tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.

- La adopción de Fintech tiene un efecto positivo y significativo en la sostenibilidad empresarial del sector comida.

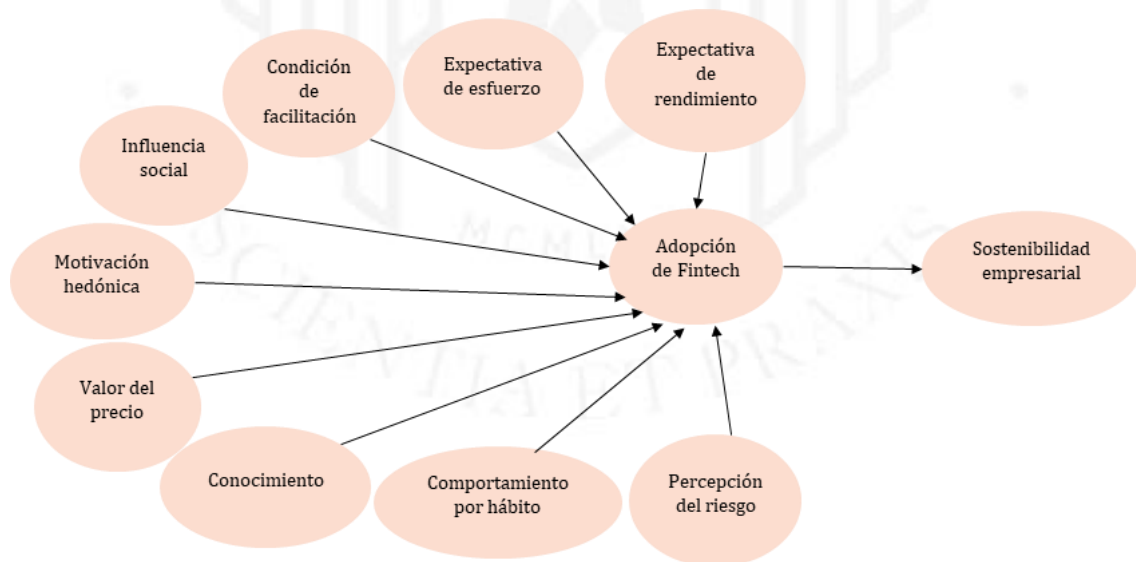
En la siguiente figura, se presentan las variables dependientes: expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito, percepción del riesgo y adopción de Fintech, así como la variable independiente: sostenibilidad empresarial.

El presente estudio analizará el efecto de cada una de las variables dependientes en la adopción de Fintech, y al mismo tiempo, el efecto de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial del sector comida.

Con este modelo se espera identificar las variables más determinantes para la adopción de Fintech en las pequeñas empresas de comida, y junto con los fundamentos teóricos presentados a continuación, se podrá obtener una mayor comprensión del modelo y de los resultados esperados.

Figura 5.3

Modelo correlacional



Nota. Adaptado de Najib et al. (2021)

CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En el presente capítulo se sustentará el estudio de 2 formas: teórica y conceptual. Se analizará la información recopilada de estudios previos para constatar los modelos y poder utilizarlos de guía para la obtención de los resultados esperados.

Además, se investigará a fondo sobre los conceptos base en los que se desarrolla esta investigación, y de esta forma se tendrá una mayor comprensión sobre el problema general y sus variables.

6.1 Marco teórico

La revolución industrial 4.0 ha tenido un impacto en todos los sectores empresariales, Fintech se desarrolla rápidamente en una variedad de contexto diferentes, reemplazando a la banca tradicional. De esta manera, las Fintech se extienden al público en una variedad de contextos diferentes, ofreciendo nuevas innovaciones en productos y servicios.

A continuación, se explicarán las teorías que sostienen la importancia de cada una de las variables de estudio y reflejan la relación entre la sostenibilidad y la adopción de las herramientas Fintech en las pequeñas empresas de comida en Chile.

6.1.1 Teoría de los Stakeholders

La teoría de los Stakeholders supone la existencia de partes que tienen interés en la empresa porque se relacionan con ella de alguna forma. Esta teoría demuestra que los accionistas no son los únicos interesados en la organización, sino que desde de la interrelación social hay una red de colectivos interesados en la organización por varias razones (Cruz et al., 2021).

Además, la teoría de los Stakeholders no implica que los representantes de dichos grupos deben formar parte de los consejos de administración de la compañía, lo que quiere decir es que los intereses de estos grupos están relacionados y que para crear valor se debe ver cómo cada uno de los interesados tiene la posibilidad de hacerlo. Esta teoría se trata sobre cómo funcionan las empresas de manera óptima y cómo podrían funcionar, esto supone ver en cómo se crea y gestiona un negocio eficaz (Freeman, 2010).

Según la definición de Freeman los Stakeholders pueden estar conformados por: empleados, clientes, proveedores, competidores, el Estado, los directivos, los accionistas y los ciudadanos que permanecen cerca de la empresa de forma directa o indirecta González, (2010).

De acuerdo con lo mencionado, la empresa nace como el resultado de la interrelación de todos esos grupos a lo largo del tiempo, y se debe tener en cuenta que la comunicación es el factor que constituye a una empresa y la interacción, lo que constituye al grupo. Según Retolaza et al. (2012) la visión normativa de los Stakeholders apoya la idea de que éstos poseen intereses verdaderos por la actividad de la empresa y que además tienen un valor interno dependiendo de su relación con los resultados financieros (como se menciona en Alpuche y Leines, (2021).

En la figura 6.1 se puede observar la evolución de la participación y la teoría de los Stakeholders.

Figura 6.1

Teoría de los Stakeholders y evolución de la participación



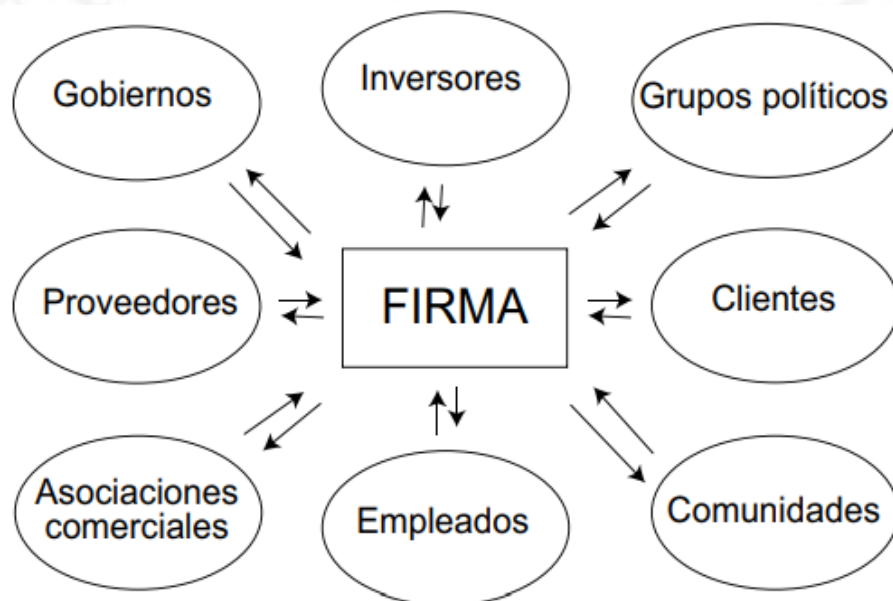
Nota. De “La Teoría de los Stakeholders: un análisis centrado en los grupos dentro de la organización y propuesta de un nuevo grupo”, por Alpuche y Leines, 2021. <https://pensamientocriticoudf.com.mx/4-no-6/14-4-no-6-02/36-la-teoria-de-los-stakeholders-un-analisis-centrado-en-los-grupos-dentro-de-la-organizacion-y-propuesta-de-un-nuevo-grupo-html>

La presente teoría muestra los grupos de interés con los que se relaciona una empresa, donde se debe entender a los propietarios como un colectivo más que debe considerarse, situado en la misma posición que cualquier otro Stakeholder. Se considera que, si se cumplen con los intereses de los Stakeholders, la rentabilidad, la competencia, y eficiencia de la empresa mejorará de manera considerable Alpuche y Leines, (2021).

En la figura 6.2 se puede ver las entradas y salidas del modelo de Stakeholders, que según Donaldson y Preston (1995) son todos los grupos o personas con legítimos intereses que pertenecen a una empresa para obtener beneficios y donde lo más importante no es una serie de intereses (como se cita en González, 2010).

Figura 6.2

Teoría de los Stakeholders



Nota. De “E-Stakeholders: Una aplicación de la teoría de los Stakeholder a Los Negocios Electrónicos. Estudios Gerenciales”, por González, C (2010). ([https://doi:10.1016/s0123-5923\(10\)70101-7](https://doi:10.1016/s0123-5923(10)70101-7))

El presente estudio se relaciona con la teoría de los Stakeholders, ya que se necesita establecer vínculos sanos, sostenibles y duraderos con los inversionistas, proveedores, clientes, el Estado, etc. Por ejemplo, el vínculo con el Estado es muy importante, ya que existe la posibilidad de trabajar en conjunto, facilitando información para que este ente pueda ofrecer mejores alternativas de financiamiento, convirtiéndose en un aliado. Es decir, la participación de los multisectores privados, en la regulación pública, permite que la regulación que se genere sea acorde, facilite y promueva el desarrollo del sector privado.

Por otro lado, uno de los agentes involucrados en esta teoría son los inversionistas, estos se clasifican teniendo en cuenta la tolerancia al riesgo, lo que plantea el presente estudio es la entrada de nuevos inversores a través de los préstamos P2P como alternativa a los modelos tradicionales (bancos). P2P son opciones de financiamiento entre particulares, las plataformas operan en modo online y ponen en contacto a las personas y/o empresas interesadas. Por medio de ese canal se ofrecen diversas posibilidades para evaluar al tomador del crédito, acordar plazos, etc. Los inversores tienen ventajas al poder comprobar la capacidad crediticia, invertir en varias empresas/personas a la vez y así disminuir riesgos (Gen económico, 2018).

Según Harrison y Freeman (1999), la administración de los Stakeholders puede ser de utilidad para la compañía y de esta forma llegar a ser una ventaja competitiva. La información que procede de los Stakeholders puede permitir el desarrollo de nuevas estrategias y productos originales, estas dependerán en parte del reconocimiento de las diferencias existentes entre los diversos grupos de Stakeholders (como se cita en González, 2010).

6.1.2 Teoría TAM (Modelo de aceptación tecnológica)

El presente modelo fue desarrollado por Davis (1989) con base en la teoría de acción de la razón (TRA). El propósito principal de TAM es explicar los factores que determinan el uso de las TIC (Tecnología de Información y Comunicaciones) por un número importante de usuarios. El TAM sugiere que las variables de utilidad y la facilidad de uso son determinantes en la intención de uso de un sistema de un individuo (Varela, 2010).

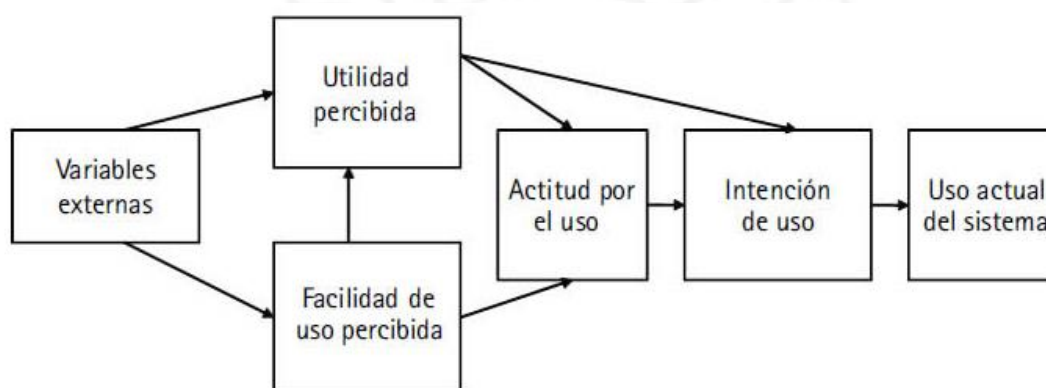
En otras palabras, este modelo consiste en que, a través de un análisis, se puede deducir si un grupo o sociedad está más predispuesto a incorporar novedades o, si por otro lado, es conservadora. Es decir, se habla de una herramienta que sirve para conocer las expectativas de una sociedad con respecto de lo que una tecnología aporta (Martin, 2018). Davis (1989) introdujo el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) como una adaptación de la teoría TRA en el año 1989 en su tesis doctoral “Slone School of Management del Massachusetts Institute of Technology”, esta tesis tuvo como título “La tecnología de la aceptación del modelo empírico de nuevas pruebas para el usuario final de Sistemas de Información: Teoría y Resultados”. En este y otros 2 trabajos publicados

luego de ello, se presenta el trabajo original de TAM, este modelo lo ha hecho el investigador más famoso en esta área de estudio (como se citó en Quicaño, 2019).

El modelo TAM se usa para predecir el uso de las tecnologías de información y comunicaciones, y tiene como base dos características principales: Utilidad percibida y facilidad de uso percibida. En la figura 6.3 se puede observar gráficamente el modelo TAM.

Figura 6.3

Teoría TAM (Modelo de Aceptación Tecnológica)



Nota. De “Modelo de aceptación tecnológica (TAM): un estudio de la influencia de la cultura nacional y del perfil del usuario en el uso de las TIC”, por Varela, L. (2010). http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512010000100014&lng=es&nrm=iso&tlng=es

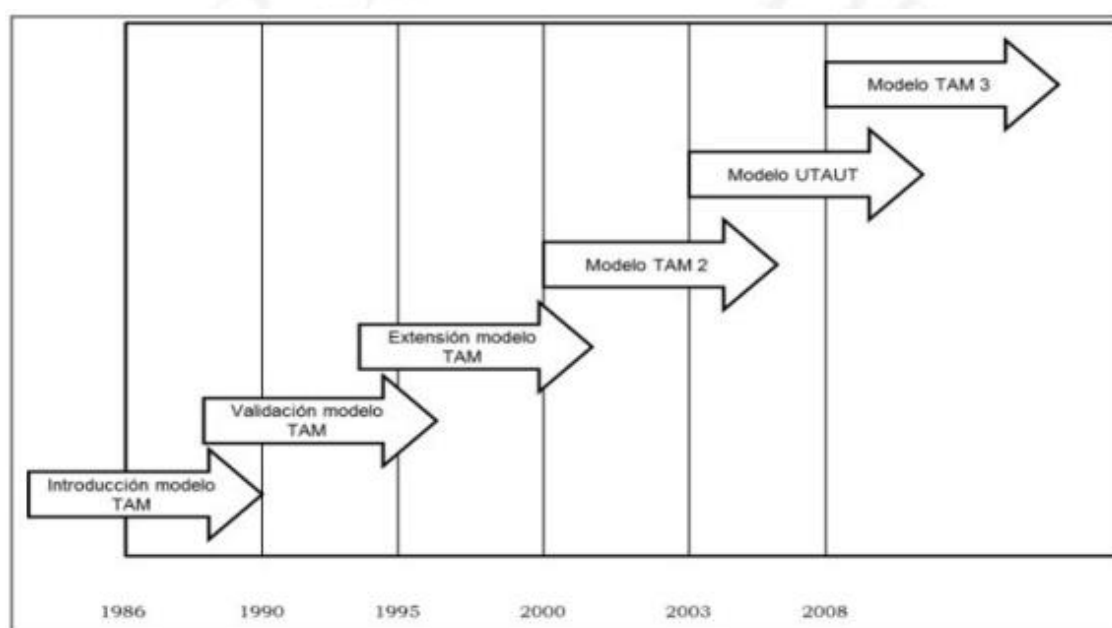
Según esta teoría, la creencia influye en la actitud que, a su vez, forma la intención de teniendo en consideración los factores mencionados previamente. TAM se relaciona con este trabajo de investigación, ya que al estudiar los factores que influyen en la adopción de Fintech en las pequeñas empresas en Chile, se acopla al modelo presentado. Este estudio analiza las variables externas, que también incluyen a la facilidad de uso, para indagar en sus consecuencias y en la intención de uso por parte de las empresas.

Una de las hipótesis primordiales de esta teoría es que el uso de una tecnología en específico es de índole voluntaria. Ajzen y Fishbein (1980) mencionan que, dado el tiempo suficiente y los conocimientos sobre una actividad particular de comportamiento, preferencias dadas de una persona para realizar dicha actividad, se parecen bastante a la forma en la que se comportan. La conjetura mencionada solo es aplicable cuando la conducta está bajo control volitivo de una persona (como se cita en Quicaño, 2019).

Según Ventura (2015), TAM ha sido notablemente rechazado a pesar de su persistente uso, lo que llevó a sus ponentes originales a intentar redefinirla varias veces. Este modelo ha sido aplicado en muchos estudios de la tecnología de información, como procesadores de texto, correo electrónico, sitios y navegadores web, aplicaciones de hojas de cálculo, etc. Finalmente, ha sido demostrado que la teoría TAM es un modelo de investigación adecuado para analizar el uso de las TI (como se cita en Quicaño, 2019). En la figura 6.4 se puede observar la evolución del modelo TAM.

Figura 6.4

Evolución de TAM



Nota. De "Nuevo Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) y su relación con el grado de aceptación del app USMP mobile", por Cabanillas y Mori, 2018.

<https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4927/cabanillas-mori.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Algunos investigadores se dedicaron a comprobar el modelo demostrando su fiabilidad y, en consecuencia, ofrecieron extenderlo tratando de establecer las variables externas que pueden influir sobre el modelo original, y en ese sentido se pueda conocer si una tecnología será usada (Cabanillas y Mori, 2018).

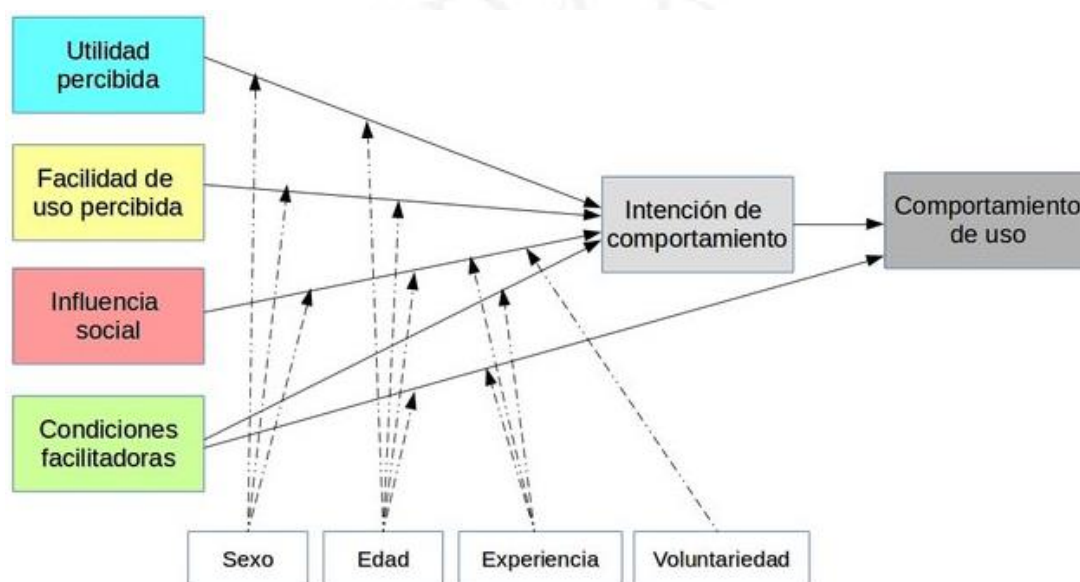
6.1.3 Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología 2 - UTAUT2

La teoría UTAUT fue presentada por Venkatesh, Morris y Davis en el 2003, con cuatro factores definitivos básicos de la intención de uso, y hasta cuatro factores de relaciones

clave. Esta teoría fue formulada para teorizar cuatro determinantes en la aceptación y el comportamiento de uso: esfuerzo esperado, facilidad de condiciones, desempeño esperado e influencia social. Los moderadores clave del modelo son el sexo, edad, carácter voluntario y la experiencia. (Quicaño, 2019). En la figura 6.5 se puede observar el modelo UTAUT (Venkatesh et al., 2003).

Figura 6.5

Teoría UTAUT



Nota. De “*UTAUT2 adaptado para medir la intención del comportamiento en la aceptación tecnológica del servicio de internet de alta velocidad en cadenas hoteleras peruanas caso de estudio: Casa Andina*”, por Quicaño. 2019.

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10851/Quicano_ac.pdf?sequence=1&isAllowed=y

El modelo presentado tiene limitaciones, como la falta de flexibilidad al adaptarse a diferentes contextos. Sin embargo, tiene su poder explicativo en tecnología de hasta 70% (Quicaño, 2019). La teoría UTAUT evolucionó y Venkatesh et al., (2012), agregaron tres nuevos factores a su modelo: motivación hedónica (intrínseca), precio y hábito. Los autores indicaron que en el modelo UTAUT2 hay cambios significativos en la varianza, el modelo explica en forma general por qué las personas utilizan los servicios de TI que tienen a su alcance (Quicaño, 2019).

En la tabla 6.1 se puede observar los valores de varianza como poder predictivo para los diferentes modelos planteados, donde el modelo UTAUT 2 supera a UTAUT por un 4%.

Tabla 6.1

Lista de valores de varianza de modelos.

Modelo	Poder Predictivo
TRA	30%
TAM	38%
MPCU	47%
MM	38%
TPB	37%
C-TAM-TPB	39%
IDT	39%
SCT	37%
TAM 2	40%
UTAUT	70%
TAM 3	40%
UTAUT2	74%

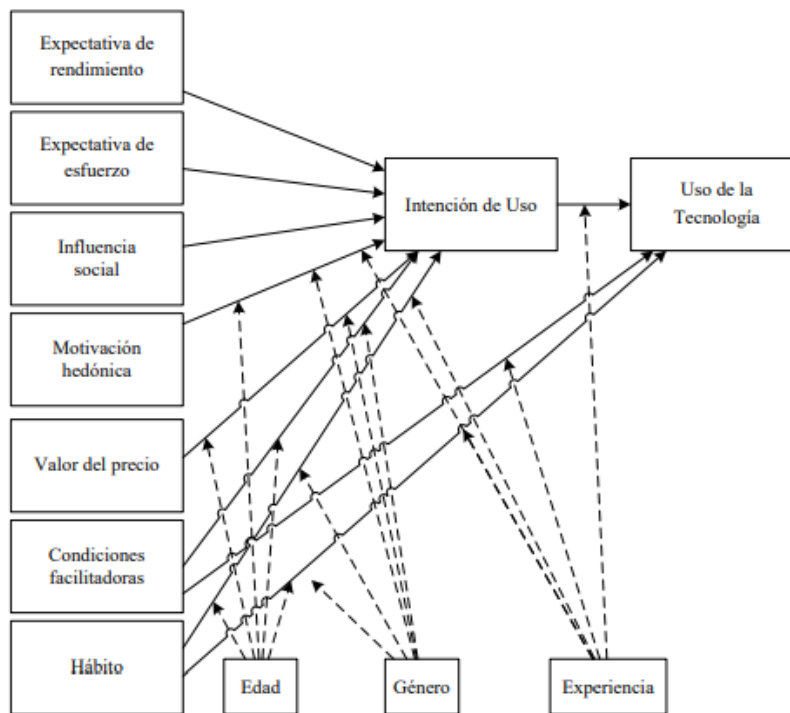
Nota. De “Un modelo para medir el comportamiento en la aceptación tecnológica del servicio de internet en hoteles peruanos basado en UTAUT2. Caso ‘Casa Andina’”, por Quicaño, C., León, C., & Moquillaza, A. 2019. https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2019/03/ART.-1-TIC-Ed.-28_Vol.8_n%C2%BA1-29_03-4.pdf

El modelo UTAUT2 tiene como finalidad analizar la aceptación y el uso de la tecnología en el entorno de consumidores y usuarios. En UTAUT2, el uso de la tecnología está directamente determinado por la intención de uso, las condiciones facilitadoras y por el hábito. Al mismo tiempo, la intención de uso se explica directamente en la expectativa de rendimiento, la expectativa de esfuerzo y la influencia social, la motivación hedonista y el valor del precio (Palos-Sanchez et al., 2019).

En la figura 6.6, se muestra la Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología 2.

Figura 6.6

Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología 2



Nota. De *Modelos de Adopción de Tecnologías de la Información y Cloud Computing en las Organizaciones: Un análisis de la Literatura*, por Palos-Sanchez, P., Reyes-Menendez, A., & Saura, J. (2019). <https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000300003>

UTAUT2 es el último de los modelos de aceptación de tecnología en la comunidad científica. Esta teoría está acotada y sugerida para la evaluación de tecnologías de consumo, el modelo presentado en la figura 6.6 explica la intención de los usuarios al utilizar los servicios de tecnología de la información, las variables dependientes son: la expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, condiciones facilitadoras y hábito, estas determinan directamente la intención de uso. Y la relación entre estas 7 variables mencionadas, con la intención de uso y el uso de la tecnología depende de la edad, género y experiencia.

Para el presente trabajo de investigación, el modelo UTAUT2 es el que se toma como base, esta teoría es útil para analizar los determinantes de la intención de usar nueva tecnología, en este caso Fintech. En pocas palabras, el estudio identifica y analiza los factores determinantes para que los propietarios de las pymes chilenas adopten los

préstamos Fintech a través de la aplicación del modelo UTAUT2 y tomando en consideración variables externas.

6.2 Marco conceptual

El poder contribuir con el comercio, es sin duda una de las mejores maneras de apoyar al desarrollo a un país económicamente. Sin embargo, no todas las personas disponen de dinero en el acto para poder cubrir gastos o financiar algún proyecto que se haya planeado con anterioridad, así mismo, el ingreso al ambiente financiero es ajeno a muchas personas o familias, debido a que no confían en que una banca tradicional administre su dinero o por el simple hecho de que se les hace difícil aproximarse hacia una entidad bancaria, por la distancia a la que se encuentre el local a su domicilio.

Por otro lado, en diferentes países de Sudamérica y en el mundo, aún existe un sector en el cual la modernidad no ha tomado tanta expectativa en sus vidas y viven como solían hacerlo sus antepasados, es decir, juntando el dinero y guardándolo en los roperos o lugares secretos para que nadie se los quite y poderlos administrar ellos mismos cuando lo deseen. La inclusión financiera sirve para reducir la pobreza y entablar un mejor ecosistema dentro de las comunidades en todo el mundo. Se considera que por lo menos 2500 millones de personas en el mundo no utilizan de manera formal un servicio de financiamiento, además que el 75 % de los pobres no disponen de una cuenta bancarizada.

El plan de Acceso Universal a servicios financiero con siglas UFA, apuntó que para el 2020 la meta fuera que la gran mayoría de los adultos del mundo tengan acceso a una cuenta dentro de la banca para poder hacer transacciones como recibir y enviar dinero, generando más adelante el uso de otro servicio de manera más segura y organizada como lo son los ahorros, crédito, seguros, entre otros (Banco mundial, 2018).

Se puede decir que los talentos que tienen las personas están bien distribuidos alrededor del mundo, sin embargo, las oportunidades hacia aquellas no lo están por esa razón no se puede seguir permitiendo que personas que tienen múltiples ideas muy enriquecedoras para salir adelante no se puedan realizar por no brindarle una inclusión financiera (Rebeca Grynspan, 2017). Siguiendo acorde con Gitta Bhatt (2021), se expuso una comparación como primer mensaje a los lectores del boletín del fondo monetario internacional que hoy en día existen dos grupos de sociedad: los conectados y los desconectados, haciendo énfasis en la tecnología digital, la cual es partícipe principal de

esta comparación, ya que en las circunstancias actuales de la pandemia el futuro digital ha tomado impulso y ha sido el salvavidas para numerosas empresas y personas. Esta situación se evidenció cuando los gobiernos proporcionaron ayuda en efectivo tras las crisis, enviando montos necesarios a familias como bonos, brindando nuevos o continuos financiamientos a pequeñas empresas para sobrevivir al ecosistema, derivando estos montos de efectivo digital hacia sus cuentas bancarias, las cuales podrían distribuir a través de las aplicaciones desarrolladas por algunas bancas tradicionales para su fácil obtención.

6.2.1 Fintech

Dentro del ecosistema empresarial la palabra Fintech tiene un significado estándar que es tecnología financiera digital. Sin embargo, para muchos estudios se incorporan más características entre ellos. Según Chen et al. (2019), se menciona que cualquier tipo de tecnología vinculada al sistema financiero ayuda a brindar apoyo en cualquier necesidad de solución de variables demandadas del ser humano, de tal forma quedando claro que las variables son las ofertas que la banca tradicional no ha sabido responder y puede gracias a la tecnología cubrirlas y ampliar más el panorama.

Así mismo se define a las Fintech como tema en general multidisciplinario, el cual combina tres conceptos claves que son: las finanzas, la innovación y gestión tecnológica, es decir, que las Fintech son cualquier idea innovadora que incremente las metas y ahorros de los procesos de servicio financiero al ofrecer soluciones vía el uso de la tecnología acorde a los ambientes comerciales, así también estas ideas pueden crear nuevas expectativas de negocio conduciendo a la realización de diferentes modelos comerciales que aporten al funcionamiento y viabilidad de una firma (Leong & Sung, 2018).

Acorde al significado de lo que es Fintech, Ealde (2019) menciona que las Fintech son startups o firmas con base tecnológica experimental que apunta al mundo de las finanzas y es ahora cuando están contrastando el antes y después de la gran banca tradicional. Aunque hayan nacido hace menos de 10 años este ecosistema que engloba a las Fintech es muy diverso y será a donde apunte la naturaleza de la empresa para que desarrolle el campo de Fintech al que más se acomode.

Categoría de las Fintech

Según Goldstein et al. (2019) el alcance que lograron las Fintech fue de lo mínimo hacia un crecimiento veloz, considerando en principio cómo cambió la implementación de cajeros bancarios hacia el usuario y las transferencias como forma de envío de dinero veloz y seguro hacia otro destino. Gracias a las nuevas generaciones un nuevo aire de implementaciones financieras se ha estado logrado el alcance de su actividad como los son los pagos móviles, crowdfunding, inclusión en las Blockchain, transferencias de dinero, prestamos entre personas, financiamiento y seguro.

La implementación de nuevos sistemas de tecnologías financiera está compitiendo con la oferta vacía que deja la banca tradicional y es lo que hace diferente a las Fintech de la banca común, es por esta razón que hasta el día doy la evolución y desarrollo de más herramientas tecnológicas se está compenetrando con el usuario quien las está recibiendo de manera inclusiva a sus operaciones diarias y beneficiando a su modelo de negocio.

Ealde (2019) considera a las siguientes veinte categorías verticales de Fintech como las más importantes y revolucionarias dentro de la industria financiera:

1. Transferencia de dinero: operaciones traspaso de montos que alcanzan de uno a dos millones de usuarios en tiempos totalmente cortos.
2. Financiamiento de particulares y empresas: el valor de este tipo de Fintech es que el financiamiento es de manera rápida y no son prolongadas gracias a la eficacia de la base de datos y análisis exhaustivo.
3. Asesoramiento en finanzas e inversiones personales: La asesoría que se brinda al usuario es de suma confiabilidad que otorga una viabilidad de ganancias en un plazo promedio a diferencia de la nula información que te dan una banca tradicional.
4. Cobro a través del móvil: Fintech que se está utilizando a su 100% a nivel mundial y que la banca tradicional ha sabido adaptar para su cambio paulatino.
5. Prestamos P2P, Crowdfunding, Crowlending: Este tipo de préstamos son realizables entre persona a persona viéndose más involucrado el prestamista y el prestatario en relación de saber quién en quien y el porqué de las demanda de financiamiento así mismo es fácil y rápida; por otro lado el crowdfunding y crowdlending ha ganado espacio para la obtención de dinero a través de diversas

personas y viceversa en término de préstamos a usuarios los cuales brindarán garantías de los beneficios que obtendrán al culminar el proyecto.

6. Plataformas de inversión: Estas Fintech se dedican al tipo de financiamiento propio por parte del beneficio que involucra la inversión.
7. Sistema de finanzas personales por aplicaciones: A través de una aplicación se podrá hacer partícipe de una gestión propia de tus recursos.
8. Factoring: Gracias a la publicación de los inmuebles estas Fintech esta involucradas a desembolsar el monto a las cuentas una vez la operación sea concretada para luego ellas sean las encargadas del trámite de cobro de lo faltante.
9. Compradores financieros: Estas clases de Fintech es de forma selectiva y brinda información de quien te otorgara mejor crédito dentro de la oferta en base a análisis.
10. Compradores de Lending por algoritmo: Esta clase te brinda de qué forma, cuando y como conseguir con mayor facilidad una operación de crowdlending.
11. Comprador de depósitos: Brindan hacia los usuarios la oportunidad de poder tener el dinero en sus manos a cambio de un porcentaje muy mínimo.
12. Mini operaciones (créditos y préstamos): Como gran ejemplo tenemos a Divus, Fintech que ha logrado minimizar el tiempo de conseguir un financiamiento a buena tasa y buen tiempo de pago.
13. Oferta para el mercado inmobiliario: Fintech expuestas en este sector comercial quien brinda información, financiamiento para poder obtener el sueño del hogar propio como también pertenecer a la parte de los vendedores y recaudar el dinero una vez se haya realizado la transacción de forma segura.
14. Gestión de divisas: Total gestión de las divisas hacia lugar de destino
15. Equity Finance: La venta de acciones se ha impulsado en un gran porcentaje en los últimos años es por eso que estas clases de Fintech permite exponer al mundo para luego vender las acciones de las firmas para así ellas puedan conseguir capital gracias a la previa información brindada.
16. Neobanks: Es un híbrido de Fintech y banca es decir bancos totalmente digitalizados, es la alternativa para el desplazamiento total de la banca tradicional a la digital.
17. Domiciliación de pagos: Opción para la mejora de administración de llevar un buen control entre las facturas y los gastos por declarar

18. Plataforma para cargos comerciales: Estas plataformas son precisas para poder corresponder a realizar un comercio limpio y justo, es decir, que páginas como PayPal han sabido adueñarse de los cargos monetarios de millones de usuarios al brindar seguridad y confianza en las transacciones de compra internacional o nacional.
19. Pagos a colectivos: Fintech encargada de recolectar fondos y pagar a aquellos usuarios que han participado del aporte.
20. Movimiento de remesas: Tales como Transferwise, esta aplicación es muy usada actualmente en pandemia puesto que esta clase de Fintech ayuda mucho a los usuarios que se encuentran alrededor del mundo a transferir un monto de dinero a sus relativos con cómodos porcentajes por movimiento logrando conectar así a más familias y usuarios en cuanto adquisición monetaria.

Por otro lado, cabe señalar que las Fintech están compenetrándose más con las bancas tradicionales para una evolución de sistema. Sin embargo, estas se resisten al cambio, es por ende que las Fintech al notar esta reacción proponen un cambio de infraestructura para servicio financiero, este tipo de Fintech consiste en un servicio que brinda a la evaluación de clientes, someter la rapidez a usuarios a realizar un perfil de riesgo, verificación de la identidad del nuevo usuario, mantener una prevención de fraude ante posibles transacciones dudosas, agregar nuevos medios de pago, mantener al día una Big data en conjunto al análisis pudiendo utilizar inteligencia artificial para toma de decisiones y también las contratación vía electrónica herramientas, que sin duda serán útiles para un proceso de cambio hacia unos años en adelante.

Variables de influencias del usuario consumidor de Fintech.

Dentro del espacio de adopción de una Fintech, los modelos de negocio tienen diferentes variables, por las cuales deciden incorporar estas herramientas tecnológicas al modelo existente, será de sumo beneficio identificarlas previamente para que la adición de una herramienta de esta clase pueda traer beneficios en la empresa, a continuación, las variables:

- **Expectativa de rendimiento**

Se entiende por expectativa de rendimiento a la idea de la empresa en dirección a cómo será el posible desempeño al incorporar una herramienta tecnológica financiera dentro del modelo de la firma. También, si esta adquisición tendrá el rol de proporcionar un crecimiento relativo a fin de obtener beneficios. Según Venkatesh et al. (2003), la motivación, la ventaja relativa y expectativa de resultado son algunos factores por los cuales el rendimiento se pueda definir como la percepción positiva de un usuario al usar un sistema nueva obteniendo una mejoría en el parte funcional laboral.

- **Expectativa de esfuerzo**

La expectativa de esfuerzo se da a través de la incorporación de nueva tecnología financiera y la facilidad de uso de esta para su incorporación a sus métodos financieros entre firma y consumidor final. Además, la percepción positiva será notoria por medio de una ventaja de operación dentro de la empresa.

Por ejemplo, el esfuerzo por adquirir mejor tecnología en pequeñas y medianas empresas de Indonesia no se pudo evitar por la recaudación masiva de ingresos al país por ventas de tienda retail, es por esa razón que la tendencia de la tecnología financiera tomó un lugar en esa región y se incorporó al modelo de transacciones vía otros instrumentos de pago, como lo son vía celular, lo cual agilizó la gestión de ingresos a comparación del uso de dinero en efectivo (Xena y Rahai, 2019).

- **Condición de facilitación**

La condición de facilitación se revela en la forma de brindar apoyo en múltiples características empresariales hacia la firma, de tal forma que será por vía de la organización técnica, infraestructura y recursos tecnológicos que la empresa apuntará a la incorporación de nuevas opciones para su fácil realización de operaciones. Kim et al. (2016), examinaron que la incorporación de nuevos servicios Fintech como el tipo de pago vía celular en empresas, las cuales al adoptarlas causaron el incremento de sus utilidades puesto al ser la modalidad de pago más innovadora y fácil de usar, también facilitaron la gestión monetaria y se expresó un efecto de preferencias hacia estas firmas al brindar este sistema de pago.

- **Influencia social**

La influencia social es el proceso interno de aceptación o conformidad de una persona influenciada por el comportamiento, actitud y opinión de personas a su alrededor. Según Min et al. (2018), se demostró que la adopción del consumidor de una nueva aplicación innovadora como la de Uber en los dispositivos de teléfono fue gracias a la difusión de los usuarios primarios al haber tenido una buena experiencia en su uso así mismo sus reseñas redirigieron a nuevos usuarios para su uso a corto plazo.

- **La motivación hedónica**

La motivación hedónica se manifiesta en los usuarios por la preferencia de estar en contacto o haciendo uso de la tecnología. Variable por la cual se puede tomar en cuenta para el proceso de adaptación a utilizar una Fintech ya que su naturaleza es digital. Según Childers (2001), precisó que en los mercados minoristas la forma más rápida de acoger a un usuario al momento de realizar una compra es brindándole novedades tecnológicas que sirvan como herramienta para que su operación sea placentera y cómoda dentro de la web.

- **Valor del precio**

El valor del precio se distingue entre los beneficios y el costo que se tendrá que desembolsar por acogerse al uso de una herramienta Fintech. Según, Kuo y Yen (2009), se demostró tras una investigación, que el costo tiene un impacto negativo notorio al usuario al inicio de optar por el servicio o producto. Sin embargo, serán los beneficios que traerá esta herramienta para que solvente y consiguen que el precio es el justo.

- **Conocimiento**

El conocimiento es la capacidad de las personas al adquirir nueva información a través de identificación y análisis de actividades o cosas que tiene a su alrededor, es por esa razón que saber qué es Fintech y la amplia variedad de herramientas al público en general influye en la toma de decisión para su posible adopción, siendo este término poco conocido por el consumidor regular. Es por esa razón que Leong y Sung (2019), demuestran tras un estudio que las experiencias de saber identificar nuevas tecnologías y desarrollar soluciones albergan el sentido de lo que es Fintech, también expresaron que

el potencial de estas herramientas puede crear valor comercial al ponerlas en curso en cualquier modelo de negocio.

- **Comportamiento por hábito**

El comportamiento por hábito es cuando los consumidores participan de un aprendizaje repetitivo convirtiendo la experiencia de una vez en un hábito el cual es una acción automática y sin pensar que se va a realizar. Este tipo de comportamiento influye en la adopción de diversas actividades y herramientas tecnológicas ya que en un estudio de factores de intención de uso y comportamiento en realizar reservaciones de hotel vía web ,utilizando el modelo UTAUT2, se logró recopilar datos que expresaron que la conducta de los consumidores era significativa en su toma de decisiones influenciada por la condición facilitadora y motivación hedónica así mismo la influencia social hacen que las reservas y pagos por el servicio se realicen seguidamente vía internet convirtiéndolo un hábito para las futuras reservas (Chang et al., 2019).

- **Percepción de riesgo**

La percepción de riesgo es la conducta adquirida por los consumidores al interpretar que existirá una magnitud de daño para su persona al tomar la decisión de adquirir un producto o rentar un servicio. En un estudio de percepción de riesgo de compras por internet se logró percibir que el tipo de producto a la venta, genero de la personas y familiaridad con la empresa se involucran mucho en la toma final de decisión es decir que bajo ciertos márgenes conductuales personales las personas tienden a rescindir de una compra online ya sea que sus datos esta expuestos o sus claves de tarjetas estén a disposición por los hackers así mismo se logró obtener que la personalidad de un usuario no parece ser tan significativo en la intención de adopción (Ramírez y Jiménez, 2013).

- **Adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial**

La sostenibilidad empresarial es un modelo que prioriza la preservación de la humanidad antes del beneficio monetario. Esta práctica involucra el uso de materiales (materia prima) que no repercuta hacia el medio ambiente en conjunto al respeto por los derechos humanos, es decir, que las gestiones sostenibles apuntan a usar tecnología para seguir creciendo como empresa, pero a su vez eliminar residuos que dejan al elaborar sus productos logrando reducir la huella de carbono. La innovación bancaria se involucró en

el desarrollo social sostenible, el cual permite la oportunidad de inclusión financiera con el fin de otorgar financiamiento a todas las personas eliminando las barreras de la banca tradicional por medio del sistema digital (Carballo y Dalle-Nogare, 2019).

6.2.2 Fintech en el mundo

Las herramientas digitales financieras han tenido un apogeo increíble alrededor del mundo, más aún que los países ya dependen de la tecnología. Es así que el sector financiero toma fuerza para convertirse en cambio presente a la vida cotidiana de los usuarios en general.

En Singapur se piensa que en unos años esta región pueda tomar el centro mundial de las Fintech esto se debe al Brexit y la gran participación que ha tenido este país en el ambiente tecnológico financiero en Asia. Cabe resaltar, que Singapur es una región que siempre ha invertido en inteligencias y desarrollo de la mano de la innovación en sus operaciones como país, así mismo uno de los acontecimientos ocurrido en el 2016 enaltece a Singapur por haber contribuido a la simplificación de leyes relacionados al cambio de divisas de la mano de los pagos y remesas provenientes de los foráneos, lo cual fue una decisión muy adelantada a su tiempo, pero con grandes beneficios para el país.

Por otro lado lo que hace a los ojos del mundo ver a Singapur como un mercado para posicionar startups de Fintech es la política pública, la cual brinda incentivos tributarios que apoyan al desarrollo de este tipo de firmas, además de tener presencia de una gran número de talentos que exploran día a día el mercado de Fintech para crear nuevas opciones al consumir gracias a sus experiencias altamente financieras y la opción para invertir de forma temprana y no quedándose estancados al igual que varios proyectos en el mundo se quedan por motivos de financiamiento.

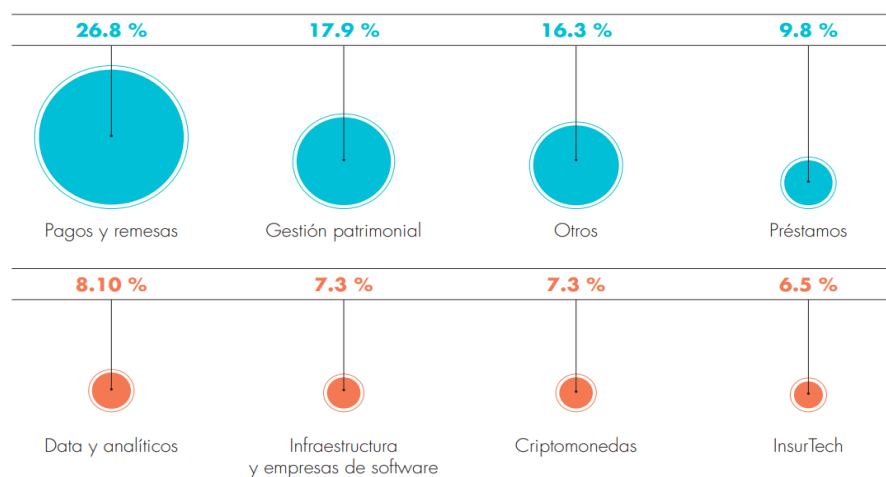
Así también otras características como tener uno de los mejores PBI per cápita (US\$59,797) del mundo y una excelente conexión a internet vía fibra hace que este país sea apto para la apertura, desarrollo y expansión de territorio Fintech.

Unos ejemplos claros de Fintech que son totalmente los más usados por ciudadanos y extranjeros en Singapur además de populares en el sector de pagos en línea son: Mc payment, Paysec, Yololite, Smartkarma, Tradewave, Payswiff, entre otros.

En la Figura 6.7 se ilustra la participación por segmento en el mercado Fintech en el país de Singapur.

Figura 6.7

Participación por segmento en el mercado Fintech en Singapur



Nota. De “*Fintech en el mundo de la revolución: La revolución digital de las finanzas ha llegado a México*”, por Banco Mext, 2018.

Como se puede observar en el Figura 6.7, la participación de la categoría de pagos y remesas se ha considerado como la posición número uno de Fintech en usarse en la región con un 26.8%, seguido de la gestión patrimonial y préstamos con 17.9%, 9.8% respectivamente. Sin embargo, se espera que para el 2020 las Fintech de categoría Data, infraestructura y software, además de Fintech de seguridad con 8.10%, 7.3%, 6.5% consecutivamente, crezcan gracias a las regulaciones que el gobierno promulgará en los años continuos. Sin embargo, las criptomonedas llevan haciendo una buena participación con 7.3% pero su éxito dependerá que más firmas confíen en este sistema de pago a través de registros distribuidos.

En cuanto a la prestación normativa, Singapur presenta diversas leyes reguladoras que sirven como pautas estrictas a cumplir para una desarrollo controlado y progresivo estas son:

- Ley de valores
- Ley de seguros
- Ley de sociedades financieras
- Ley bancaria
- Ley de fidecomisos de negocios

Por otro lado, en el continente Europeo el desarrollo de las Fintech también es un tema de actualidad y los países acogidos a la Unión Europea e Inglaterra han estado incentivando e invirtiendo para su proyección a crecimiento, de tal forma que puedan abarcar la cuota de oferta al mundo y posicionarse como país y continente como mayor variedad de Fintech hacia los ojos de todos los consumidores, es decir, que desean lograr que muchos de los países enfoquen sus procesos de financiamiento por medio de sus plataformas.

Como se puede observar en el Figura 6.8, la inversión de los países Europeos en el tercer cuartil del año 2019 se ha visto muy variante, puesto que en el caso de España, lugar donde se reúnen diferentes representantes de firmas de potencias mundiales y países de Sudamérica para ferias que se realizan cada año en base a la tecnología financiera, así como el Inno day Fintech o Fintech week, se es extraño que el gobierno haya disminuido su financiación hacia las startups, las cuales se han visto afectadas a este cambio para su crecimiento o desarrollo progresivo.

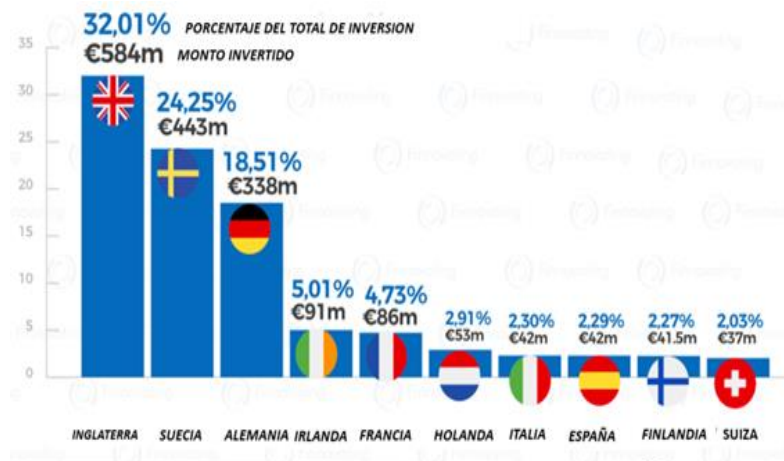
Asimismo, la misma figura muestra que Inglaterra sigue liderando como país que más invierte dentro de esta región con 32.01%, con un monto total de 584 mil euros, la cual pone en la cúspide de los países europeos donde se refleja que el apoyo e incentivo para la revolución tecnológica financiera sea un hecho hacia el 2021. Cabe resaltar que el gobierno sueco viene desde años atrás organizando con mejor comunicación con sus startups y Fintech ya establecidas en conjunto de mejores normas reguladores que hacen un ambiente apto para seguir invirtiendo y creando tecnología digital dentro del sector, es por eso la ubicación que tiene dentro de este ranking que es la de segundo lugar con un 24.25% del total de inversión, que vendría a ser 443 mil euros.

Por otro lado, Alemania se ubica en la posición número tres del ranking con 18.51% del total de inversión y con un monto invertido de 338 mil euros, esto es debido que al 2018 el mercado de Fintech englobó unas 872 empresas, un 38% más que el 2015, representando un volumen de transacciones de 120.950 millones de dólares, sin embargo, difiere en todos los segmentos que posee como oferta.

En la Figura 6.8 se presenta el ranking de países europeos divididos por inversión en Fintech en el q3 del año 2019.

Figura 6.8

Ranking de países europeos por inversión en Fintech en el q3 del 2019



Nota. De “Conectando el ecosistema con Fintech global: Inversión en startups Fintech en el tercer trimestre año”, por Finnovista, 2019.

Lo que genere que un país tenga mejor desarrollo en todas las categorías de Fintech es que el marco regulatorio para estas, sean claras y exista además que las firmas se acojan para poder llevar una gestión en su totalidad.

Como se puede observar en el Figura 6.9, en Europa las Fintech que presentan mayor valor en relación con su uso son las Deposito y préstamo, seguido de pagos así mismo la banca de inversión y otras categorías que en grupo suman una buena cantidad de participación. Sin embargo, dentro del régimen de autorización nacional, solo un 34% de las Fintech de depósitos y préstamos están inscritas, solo un 11% de la categoría pagos participan de este régimen y un 22% dentro de la banca de inversión dejando a un 33 % de otras actividades inscritas en este régimen, esta información nos detalle que poco o nada el sector de pagos y banca de inversión están suscritos a un régimen de autorización nacional.

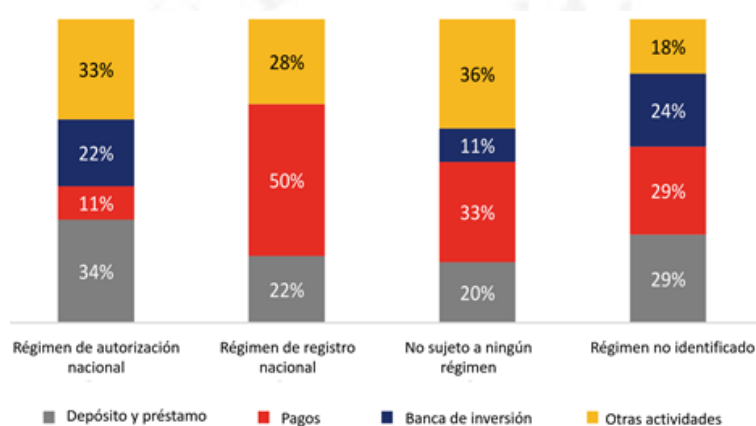
Asimismo, en el régimen de registro nacional, el 50% son de la categoría pagos, diferente a la categoría de depósitos y prestamos las cuales solo un 22% están en este registro por otro lado no hay registro nacional alguno de la banca de inversión el cual se es extraño por los cientos de Fintech que existen en la región. También en las Fintech que no están sujetas a ningún régimen el sector de pagos toma el liderazgo ay que con un 33% se deduce que no han visto el régimen como bueno o trabajan de otra manera así mismo del sector depósito y banco con un 20% y 11% consecutivamente.

Es así como se sabe que no todas las Fintech en su gran número se están adecuando al régimen que existe hoy en día, quedando identificado que un 29% de empresas de depósito y pagos no se han ni identificado para pasar desapercibidos, al igual que un 24% de la totalidad de la banca de inversión, lo cual se concluye que falta hacer más ajustes a este tipo de regímenes y censos para poder tener más clara y sujeta la participación de las Fintech con un mejor marco normativo.

En la Figura 6.9 se presentan los servicios prestados por firmas Fintech en Europa, y a su vez divididos por régimen regulatorio.

Figura 6.9

Servicio prestado por firmas Fintech en Europa por régimen regulatorio



Nota. De “*Fintech and Banks: ¿Friends or Foes? European Economy*”, por Barba, Calzolari, Pozzolo. (2017)

6.2.3 Fintech en la región de Latinoamérica

Dentro de América Latina los países en general aún están tomando conciencia que el uso de la tecnología puede contribuir a generar mayores espacios comerciales e inserción de una vida financiera hacia millones de personas que aún no se adecuen o discrepen de las formas como la banca tradicional los haya tratado durante mucho tiempo. Sin embargo, dentro de la región de Sudamérica un potencia sale a relucir entre como un gran bloque , como podemos observar en la figura 6.10, el país de Brasil es el primero dentro del ranking de inversión en Fintech con un porcentaje de 69.98% que equivale a monto de 1.343 mil dólares; esto es debido a que en los segmentos de Fintech pagos y remesas tiene 96 startups que abarca el 25% de sus totalidad seguida de gestión de finanzas con un 17% conformado por 63 empresas y prestamos con 15% es decir 56 empresas emergentes es

así como se asienta y lidera dentro de la región en conjunto a un crecimiento anual del de 48 % recaudando 330 millones de dólares hasta el 2018 (Finnovista, 2018).

En un segundo lugar se presencia otro país que viene creciendo a un ritmo mucho mayor que el primero y es México un crecimiento anual del 55% y una inversión en el sector del 20.62%, que equivale 396mil dólares gracias a sus 53 firmas de pagos y remesas, 54 firmas en préstamos y 35 firmas en administración de financiamiento empresarial. Por otro lado, en un tercer lugar una argentina con una inversión de 7.91% que equivale a 152 mil dólares y un crecimiento más grande que el segundo con un 56%, debajo viene Colombia, Chile y Perú con 21,6.5 y 1.1 miles de dólares consecutivamente.

En la figura 6.10, se presenta el ranking de países de Latinoamérica, separado por los números de inversión en Fintech.

Figura 6.10

Ranking de países de Latinoamérica por inversión en Fintech



Nota. De “Conectando el ecosistema con Fintech global: Fintech Investment in Latam”, por Finnovista, 2019.

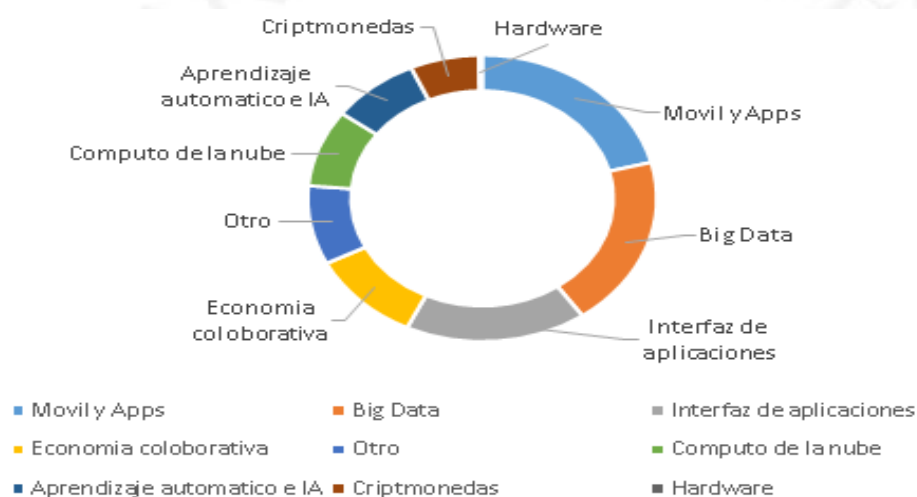
En Latinoamérica seguimos el ejemplo de las grandes potencias como Inglaterra, Suecia y Estados Unidos en Fintech de tal forma que la región va expandiendo más la oferta hacia los consumidores de Fintech, en la figura 6.11 se puede observar que al 2018 la región de LATAM tiene dentro de su cartera a estas categorías de Fintech más avanzada:

- Criptomonedas
- Aprendizaje automático

- Computo en la nube
- Hardware a disposición
- Móvil y aplicaciones en conjunto
- Big data y análisis
- Economía colaborativa de finanzas
- Interfaz de aplicaciones para desarrollo
- Pago e inversión

Figura 6.11

Principales Fintech en América Latina

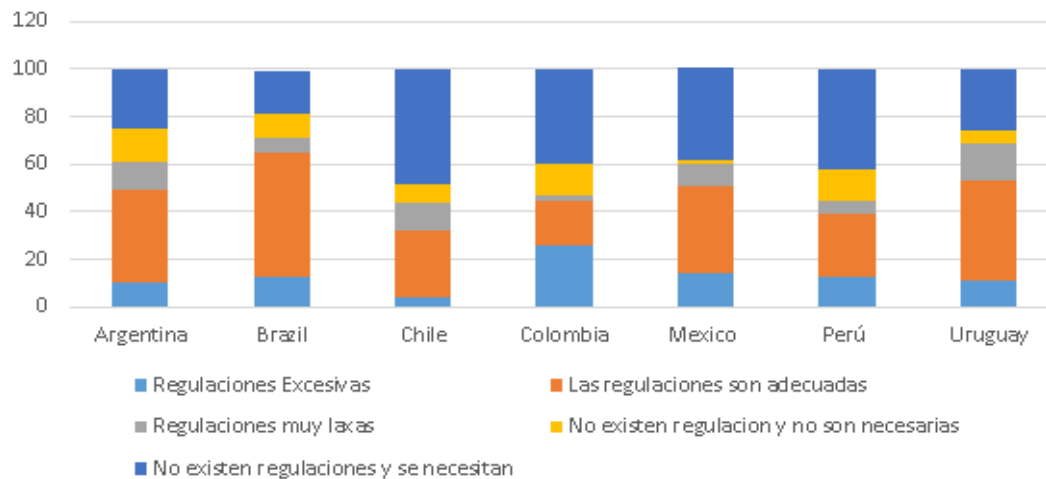


Nota. De “Informe Fintech en América Latina 2018: Crecimiento y consolidación”, por BID y Finnovista, 2018.

Los países de América latina aún tienen deficiencias con desarrollar a gran escala las Fintech y la única forma de que se impulse la evolución tecnológica es que si las normativas por parte de los gobiernos regularicen de manera favorable para este nuevo modelo comercial de finanzas, en la figura 6.12 se aprecia cómo los países de Sudamérica y el Caribe tienen un sistema de regulación adecuada ,excesiva muy largas o por ultimo no existen y no las creen necesarias , es así que para los países de Brasil, Argentina y Chile creen que las regulación son adecuada sin embargo en este último país un gran sector manifieste o percibe que no existe regulación y se necesitan cuanto antes para un mejor crecimiento al igual que en el país de Colombia, México y Perú.

Figura 6.12

Percepción sobre la regulación Fintech en América Latina y el Caribe



Nota. De “Informe Fintech en América Latina 2018: Crecimiento y consolidación”, por BID y Finnovista, 2018.

En la figura 6.13 se observa el balance Scorecard y dentro de este unos marcadores, los cuales reflejarán para las Fintech por país, si es que se tiene, una ley Fintech, una regulación específica de algún vertical Fintech, un sand box, un grupo de trabajo Fintech con entes reguladoras o si tienen una asociación de Fintech. Esta información nos dará a conocer que tanta sinergia tiene el gobierno, las Fintech y los entes reguladores.

En esta figura 6.13, el país más resaltante es el de Chile puesto que no tienen ni un marcador dentro de las casillas, es decir, que para este país hace falta agregar y trabajar en conjunto a los dictámenes presidenciales, entes reguladores del gobierno y las mismas Fintech para poder crear mejores normas y que el crecimiento y desarrollo sea prospero dentro del sector privado y público.

Figura 6.13

Regulación Scorecard de las Fintech por país



Nota. De “Informe Fintech en América Latina 2018: Crecimiento y consolidación”, por BID y Finnovista, 2018.

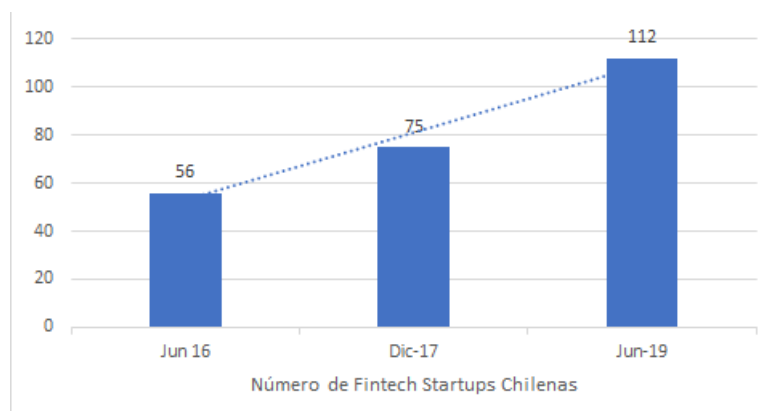
6.2.4 Situación de las Fintech en la región de Chile

El ecosistema de empresas emergentes Fintech de Chile es un referente dentro de la región, dado que cada año son más los emprendimientos que se vinculan a este nuevo sistema financiero (Céspedes, 2021).

En la figura 6.14 se puede observar el aumento de startups Fintech chilenas del 2016 al 2019, donde se reportó un crecimiento del 100% durante esos años. Casi dos tercios de estos startups fueron creados con 3 años de antigüedad, haciendo de Chile un mercado deseable para la inversión (Finnovista, 2019).

Figura 6.14

Número de Fintech startups en Chile



Nota. De “El ecosistema Fintech en Chile crece un 49% en los últimos 18 meses”, por Finnovista. 2019. <https://www.finnovista.com/radar/el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-un-49-en-los-ultimos-18-meses/>

Según Trivelli y Caballero (2018), Chile posee un buen nivel de bancarización y un mercado financiero desarrollado, este país alcanzó el porcentaje más alto, con el 74%, de habitantes con una cuenta bancaria en una institución financiera tradicional en América Latina en el año 2017 (Carballo y Dalle-Nogare, 2019).

En la figura 6.15 se presentan los segmentos más representativos en este país y los números de startups chilenas.

Figura 6.15

Segmentos Fintech y número de startups

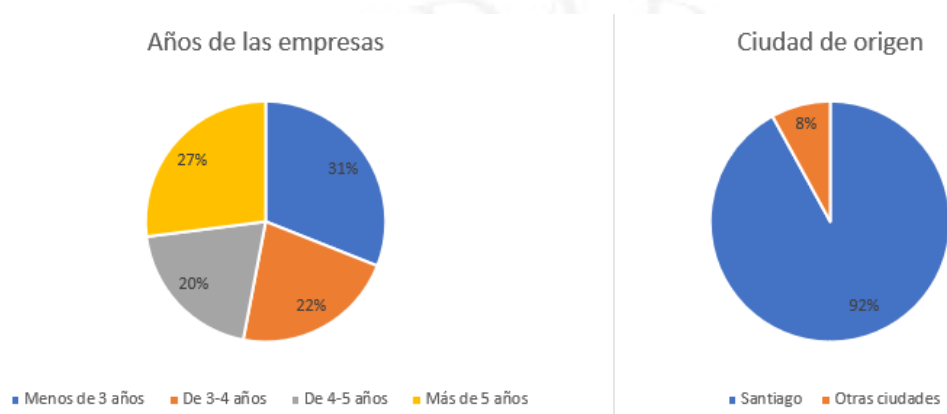
<i>Segmentos fintech</i>	<i>Número de startups</i>
Pagos y Remesas	35 startups (31,3%)
Gestión de Finanzas Empresariales (EFM)	19 startups (17%)
Tecnologías Empresariales para Instituciones Financieras (ETFI)	13 startups (11,6%)
Crowdfunding	10 startups (8,9%)
Préstamos	9 startups (8%)
Gestión de Finanzas Personales (PFM)	7 startups (6,3%)
Seguros	6 startups (5,4%)
Gestión Patrimonial	6 startups (5,4%)
Trading y Mercados de Capitales	3 startups (2,7%)
Puntaje, Identidad y Fraude	2 startups (1,8%)
Bancos Digitales	2 startups (1,8%)

Nota. De “El ecosistema Fintech en Chile crece un 49% en los últimos 18 meses”, por Finnovista, 2019. <https://www.finnovista.com/radar/el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-un-49-en-los-ultimos-18-meses/>

Sin embargo, la ciudad con más números de estas empresas es Santiago, este se mantiene como el polo indestructible para la innovación de este sector en el país, en la Figura 6.16 se aprecian los porcentajes. Además, es interesante observar que este país ha madurado bastante ya que aproximadamente el 63% de los startups que participaron de la encuesta tienen más de 3 años en operación (Finnovista, 2019).

Figura 6.16

Ciudad de origen y años de operación de las empresas Fintech chilenas



Nota. De "El ecosistema Fintech en Chile crece un 49% en los últimos 18 meses", por Finnovista, 2019. <https://www.finnovista.com/radar/el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-un-49-en-los-ultimos-18-meses/>

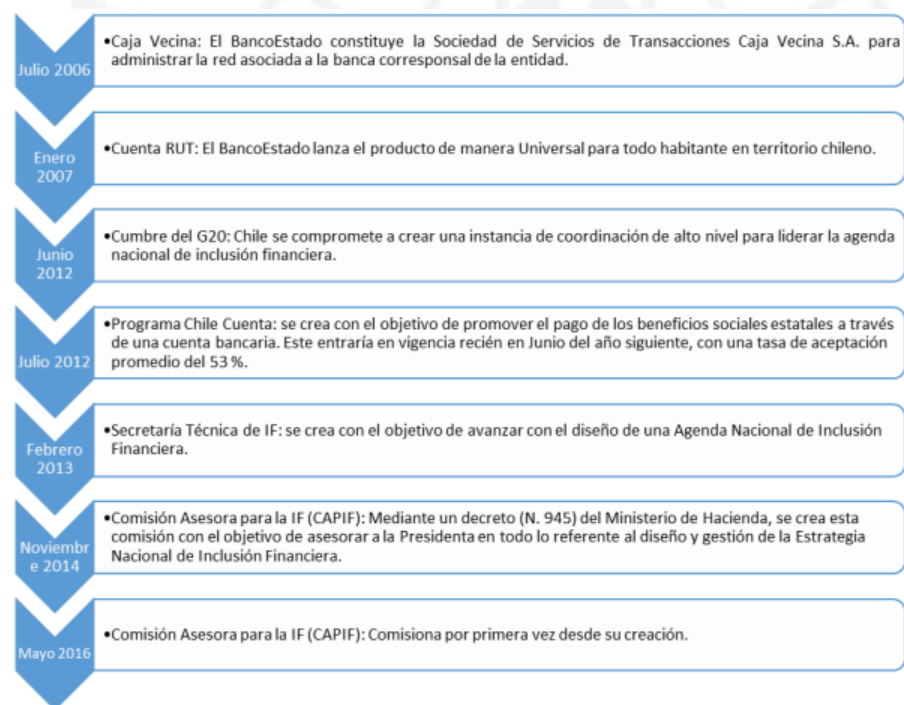
Actualmente, según Fintech Chile (2021), en el país existen y realizan operaciones 179 firmas de origen nacional, lo cual indica una subida del 60% en comparación al reporte del 2019, adicional a estas Fintech otros 35 emprendimientos de esta categoría que no tienen su sede principal en Chile, pero sí operan en el país se suman al orden nacional. El sector Fintech extranjero que opera en el mercado chileno está integrado por un 45,5% de microempresas, un 13,6% de pequeñas empresas, 9,1% de medianas empresas y un 31,8% de grandes empresas (Céspedes, 2021).

Según Ziegler et al. (2017), son varios los reportes que determinan que Chile es uno de los países de Latinoamérica donde se desarrolló en consideración el sector Fintech. Estos hechos son significativos gracias al financiamiento colectivo o crowdfunding. Un periodo después de culminar el 2015, la magnitud de transacciones bancarias en Chile fue el segundo mayor (USD 97.8 millones) en la región, colocándose únicamente por detrás de México (USD 334.5 millones) pero por encima de Brasil (USD 12.6 millones) (como se citó en Carballo y Dalle-Nogare, 2019). Cabe recalcar, que el atributo más distintivo del escenario chileno es otro: la fuerte influencia que a través de los años ha

tenido el Estado sobre la inclusión financiera, específicamente a través del Banco Estado; el único banco comercial estatal en Chile creado en el año 1953. El Banco Estado sustenta haber promocionado la inclusión financiera desde sus inicios, las medidas más disruptivas se han visto en las últimas décadas, por ejemplo, la creación del Programa de Microempresas de 1996 o bien el sistema CuentaRut de 2006 (Carballo y Dalle-Nogare, 2019). Fintech es una de las medidas que Chile adoptó para promover la inclusión financiera. Sin embargo, las dos medidas más importantes son la Sociedad Caja Vecina y el Sistema de CuentaRut, que son tecnologías complementarias que requirieron de una gran alianza con las tecnologías financieras para lograr su impacto (Carballo y Dalle-Nogare, 2019). En la figura 6.17, podemos observar las principales medidas de Chile orientadas al crecimiento Fintech.

Figura 6.17

Medidas chilenas para el crecimiento de Fintech



Nota. De “*Fintech e inclusión financiera: los casos de México, Chile y Perú*”, por Carballo y Dalle-Nogare. 2019. <https://ssrn.com/abstract=3518912>

Si bien no existen regulaciones o leyes en cuanto a Fintech, estos organismos se han sabido adaptar a los retos que implican operar dentro del marco regulatorio, aunque este comportamiento no impide que se produzcan innovaciones, por lo general las regulaciones generales no suelen ser aptas para las Fintech. (Carballo y Dalle-Nogare,

2019). Por ello, el presente estudio busca crear un lazo con el Gobierno, brindar información y trabajar en conjunto para así crear una regulación acorde al sector privado.



6.3 Matriz de consistencia

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Indicador
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general		
¿Cuál es la influencia de la expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito y percepción del riesgo a través de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial?	Analizar la influencia de la expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito y percepción del riesgo a través de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial.	La expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito, percepción del riesgo tienen un efecto positivo en la adopción de Fintech, y al mismo tiempo la adopción de Fintech influye en la sostenibilidad empresarial.		
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Cuál es la influencia de la expectativa de rendimiento sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia de la expectativa de rendimiento sobre la adopción de Fintech.	La expectativa de rendimiento tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Expectativa de rendimiento.	Percepción de rapidez. Facilidad de conexión. Facilidad de trazabilidad.
¿Cuál es la influencia de la expectativa de esfuerzo sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia de la expectativa de esfuerzo sobre la adopción de Fintech.	La expectativa de esfuerzo tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Expectativa de esfuerzo	Facilidad de uso.
¿Cuál es la influencia de la condición de facilitación sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia de la condición de facilitación sobre la adopción de Fintech.	La condición de facilitación tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Condición de facilitación.	Percepción de recursos. Percepción de adaptación.
¿Cuál es la influencia de la influencia social sobre la adopción de Fintech?	Objetivo específico 4: Determinar la influencia de la influencia social sobre la adopción de Fintech.	Hipótesis específica 4: La influencia social tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Influencia social.	Percepción de influencia.
¿Cuál es la influencia de la motivación hedónica sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia de la motivación hedónica sobre la adopción de Fintech.	La motivación hedónica tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Motivación hedónica	Percepción de gusto.
¿Cuál es la influencia del valor del precio sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia del valor del precio sobre la adopción de Fintech.	El valor del precio tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Valor del precio.	Percepción de conveniencia.

(continúa)

(continuación)

¿Cuál es la influencia del conocimiento sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia del conocimiento sobre la adopción de Fintech.	El conocimiento tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Conocimiento.	Percepción de conocimiento.
¿Cuál es la influencia del comportamiento por hábito sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia del comportamiento por hábito sobre la adopción del Fintech.	El comportamiento por hábito tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Comportamiento por hábito.	Percepción de costumbre.
¿Cuál es la influencia de la percepción del riesgo sobre la adopción de Fintech?	Determinar la influencia de la percepción de riesgo sobre la adopción de Fintech.	La percepción del riesgo tiene un efecto positivo en la adopción de Fintech.	Percepción del riesgo.	Percepción de seguridad. Percepción de riesgo.
¿Cuál es influencia de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial?	Determinar la influencia de la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial.	La adopción de Fintech influye en la sostenibilidad empresarial.	Sostenibilidad empresarial.	Percepción de mejora empresarial sostenible.

6.4 Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicador	Item	Fuente del Item	Técnica e instrumentos
Expectativa de rendimiento	Idea de la empresa en dirección a cómo será el posible desempeño al incorporar una herramienta tecnológica financiera dentro del modelo de la firma.	Velocidad y facilidad de uso de Fintech	Percepción de rapidez	-El proceso de servicio de Fintech es más rápido	Venkatesh et al. (2012)	Tipo de Investigación: Cuantitativa, descriptiva Alcance de la investigación: Correlacional
			Facilidad de conexión	-El servicio Fintech facilita la conexión con los inversores. -La plataforma Fintech facilita la conexión con el prestamista.		
			Facilidad de trazabilidad	-La plataforma Fintech facilita el seguimiento de las transacciones.		
Expectativa de esfuerzo	Incorporación de nueva tecnología financiera y la facilidad de uso de esta para su incorporación a sus métodos financieros entre firma y consumidor final (Xena y Rahai, 2019).	Facilidad de uso de plataformas Fintech	Facilidad de uso	-Aprender a usar una plataforma Fintech es fácil para mí. -Los procedimientos de financiamiento son claros y comprensibles. -Me resulta fácil proponer financiación en una empresa Fintech. -Las plataformas Fintech son fáciles de usar.	Venkatesh et al. (2012)	Diseño de Investigación: No experimental Población: Pequeñas empresas de comida en Chile.
Condición de facilitación	Forma de brindar apoyo en múltiples características empresariales hacia la firma en: organización técnica, infraestructura y recursos tecnológicos que la empresa apuntara a la incorporación de nuevas opciones para su fácil realización de operaciones (Kim et al., 2016).	Posesión de recursos y facilidad de adaptación	Percepción de recursos	-Tengo los recursos necesarios para usar una plataforma Fintech	Venkatesh et al. (2012)	Muestra: 382 encuestas a pequeñas empresas de comida de Chile en Santiago de Chile y Iquique
			Percepción de adaptación	-El sistema Fintech es compatible con nuestro modelo de negocio. -Puedo obtener ayuda de otras personas cuando tengo dificultades.		
Influencia social	Proceso interno de aceptación o conformidad de una persona influenciada por el comportamiento, actitud y opinión de personas a su alrededor (Min et al., 2018).	Influencia social en el uso de Fintech	Percepción de influencia	-Las personas que son importantes para mí piensan que debo usar Fintech. -Las personas que influyen en mi comportamiento piensan que debería usar Fintech. -Personas cuyas opiniones valoro prefieren usar Fintech.	Venkatesh et al. (2012)	Técnica: -Encuesta Instrumentos: -Cuestionario
Motivación hedónica	Es la manifestación en los usuarios por la preferencia de estar en contacto o haciendo uso de la tecnología (Childers, 2001)	Placer de uso de Fintech	Percepción de gusto	-Usar las plataformas de Fintech es divertido. -Usar las plataformas de Fintech es agradable. -Usar las plataformas de Fintech es placentero.	Venkatesh et al. (2012)	

(continúa)

(continuación)

Valor del precio	Valor que se distingue entre los beneficios y el costo que se tendrá que desembolsar por acogerse al uso de una nueva herramienta o sistema comercial (Kuo y Yen, 2009)	Conveniencia de uso de Fintech	Percepción de conveniencia	-Siento que el beneficio es más alto que el costo cuando uso Fintech. -Creo que la tasa de interés / tarifa es más baja. -Creo que el costo del fondo de los préstamos P2P de Fintech es menor.	Venkatesh et al. (2012)
Conocimiento	La capacidad de las personas al adquirir nueva información a través de identificación y análisis de actividades o cosas que tiene a su alrededor (Leong y Sung ,2019).	Conocimiento de las plataformas Fintech	Percepción de conocimiento	-Conozco bien el producto de los préstamos Fintech P2P. -Conozco los procedimientos para acceder a una plataforma Fintech. -Conozco los requisitos para obtener financiamiento de Fintech.	Venkatesh et al. (2012)
Comportamiento de hábito	Es cuando los consumidores participan de un aprendizaje repetitivo convirtiendo la experiencia de una vez en un hábito el cual es una acción automática y sin pensar que se va a realizar (Chang et al., 2019)	Costumbre de uso de Fintech	Percepción de costumbre	-Usar teléfonos inteligentes para acceder a Fintech se ha convertido en un hábito. -Usar teléfonos inteligentes para el pago se ha convertido en algo natural para mí. -Debo usar teléfonos inteligentes para acceder a servicios financieros.	Venkatesh et al. (2012)
Percepción del riesgo	Es la conducta adquirida por los consumidores al interpretar que existirá una magnitud de daño para su persona al tomar la decisión de adquirir un producto o rentar un servicio (Ramírez y Jiménez, 2013).	Seguridad y riesgo en el uso de Fintech	Percepción de seguridad Percepción de riesgo	-Los sistemas Fintech son sistemas seguros. -Me siento seguro al proporcionar información cuando utilizo Fintech. -No me preocupa que la información proporcionada al utilizar una plataforma Fintech pueda ser utilizada por otras personas.	Venkatesh et al. (2012)
Adopción de Fintech	Es la decisión alternativa positiva que determina la inclusión de una herramienta tecnológica financiera dentro del modelo de negocio actual. (Carballo y Dalle-Nogare ,2019).	Inclusión de fintech en una empresa	Percepción de inclusión	-He descargado una plataforma Fintech para préstamos P2P. -He propuesto financiamiento de una empresa Fintech. -Utilicé financiamiento de una empresa Fintech.	Venkatesh et al. (2012)

(continúa)

(continuación)

Sostenibilidad empresarial	Es un modelo que prioriza la ayuda y preservación de la humanidad en sinergia al beneficio monetario así mismo esta práctica involucra el uso de materiales (materia prima) pero que no repercuta hacia el medio ambiente en conjunto al respeto por los derechos humanos (Carballo y Dalle-Nogare ,2019)	Mejora empresarial sostenible con el uso de Fintech	Percepción de mejora empresarial Percepción de mejora empresarial sostenible	-El financiamiento de Fintech aumenta la capacidad empresarial. La financiación de Fintech mejora la competitividad empresarial. -Con el financiamiento de Fintech, nuestro negocio aumenta de manera sostenible.	Venkatesh et al. (2012)
-----------------------------------	---	---	---	---	-------------------------



CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En el presente capítulo se presentará la metodología de investigación que seguirá el trabajo, el propósito es hacer frente a los problemas de investigación, visualizando las variables dependientes (expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito, percepción del riesgo, adopción de Fintech) e independiente (sostenibilidad empresarial) para obtener límites conceptuales y metodológicos, direccionando el trabajo en una mejor ruta, basando el estudio en los modelos teóricos y de tecnología aplicada a las interrelaciones y procesos planteados.

7.1 Tipo de investigación

El presente trabajo es de índole cuantitativo, puesto que se busca encontrar información más detallada en las encuestas con las pequeñas empresas de comida en Chile. Los objetivos propuestos en el trabajo requieren de una búsqueda detallada de información, lo cual encontramos en las encuestas. De esta manera, podemos adquirir mayor conocimiento y un mejor análisis acerca de los factores influyentes en la adopción Fintech por parte de las empresas de comida ya mencionadas.

7.1.1 Según la orientación

La presente investigación es aplicada, ya que lo que se desea lograr es un nuevo conocimiento, destinado a permitir soluciones de problemas prácticos. Las Fintech como herramientas digitales financieras pueden ser el cambio en la industria alimenticia, y en cualquier otra empresa; estudiar los factores que influyen en la adopción de este modelo, sirve como base para entender las necesidades de los usuarios y fomentar nuevas formas de financiamiento sostenible.

7.1.2 Según el alcance de la investigación

El alcance de la investigación es correlacional, ya que se dará a conocer la relación y grado de asociación entre las variables estudiadas, precisamente la influencia de las variables: expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento de hábito, percepción del riesgo en la adopción de Fintech y al mismo tiempo como la adopción de Fintech influye en la sostenibilidad empresarial. Para lo cual, se ha establecido un grado de predicción en la matriz de operacionalización presentada previamente.

7.1.3 Según el diseño de la investigación

Según el diseño de la investigación, el presente trabajo es no experimental, ya que no existe manipulación de las variables por parte de los investigadores, ni se intenta cambiar la forma de pensar de los entrevistados. De la misma forma, esta investigación no experimental es de tipo transversal y correlacional porque se mide una sola vez las variables estudiadas y con la información recolectada se hace el análisis. Se miden las características en un momento específico, sin evaluar su evolución.

7.1.4 Según la direccionalidad de la investigación

Según la direccionalidad, esta investigación es de tipo prospectiva, ya que los factores que influyen en la adopción Fintech y la sostenibilidad empresarial tiene la causa en el presente y presentará una influencia en el futuro. De esta forma, se obtienen resultados que pueden ser de utilidad en un futuro.

7.1.5 Según el tipo de fuente de recolección de datos

Según el tipo de fuente, la investigación es prolectiva, ya que los investigadores obtendrán la data del estudio, mediante el desarrollo de las encuestas de acuerdo con los objetivos planteados, logrando los criterios propuestos.

7.2 Población, Muestra y Muestreo

La presente investigación necesita conocer cuántas de las pequeñas empresas puedan adoptar una Fintech en conjunto a sostenibilidad empresarial, por ende, es necesario

ubicar a aquellos negocios con características en similitud en nuestra región de estudio. Precisar la población y muestra reducirá un gran campo hacia una pequeña proporción la cual servirá para la obtención de datos con mejor resultado.

7.2.1 Población

La población de estudio en la investigación será conformada por todas aquellas pequeñas empresas de comida ubicadas en la región de Chile. Asimismo, se hará uso de una muestra del espacio para que el análisis de datos sea manejable en cuanto a su número, así también la técnica de muestro es intencional de la mano de tres criterios para su rápida distinción los cuales son: Haber hecho uso o tener contacto con herramientas Fintech, ser propietario de una pequeña empresa de rubro alimentaria y estar posicionado en Santiago de Chile o Iquique.

7.2.2 Muestra

Gracias a la base de datos de Chile, dentro de la población objetivo se encontraron 70,000 pequeñas empresas de servicios de comida, de las cuales fueron expuestas al cálculo de la muestra a investigar y resultaron 382 empresas. Estas firmas pasaran por técnicas de recolección de datos para poder proseguir con el resultado del cuestionamiento a las variables.

Para llegar al número 382, se utilizó la fórmula del tamaño de la muestra, población finita, la cual se muestra a continuación: $n = Z^2 p \cdot q N / e^2 (n-1) + Z^2 p \cdot q$.

Donde:

- Z = nivel de confianza, establecido en 95%.
- p = probabilidad a favor (0.5).
- q = probabilidad en contra.
- e = error muestral.
- N = población (70000).
- n = tamaño de la muestra.

7.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

7.3.1 Técnica

El procedimiento que se empleará para el presente estudio para la recopilación de datos será con la ayuda de encuestas online a través de aplicaciones digitales como Google Forms o Survey Monkey, las cuales ayudarán a la participación de las empresas y también servirá como solución a causa de inconvenientes de tiempo u otras complicaciones que dificulten responder a las preguntas.

7.3.2 Instrumento

El instrumento que será utilizado en la presente investigación es el de cuestionario, puesto que anteriormente se analizó que este tipo de método de recolección de datos por encuesta es el más proyectivo a conocer el comportamiento y las relaciones que pudieran existir entre variables (Chin y Newsted,1999).

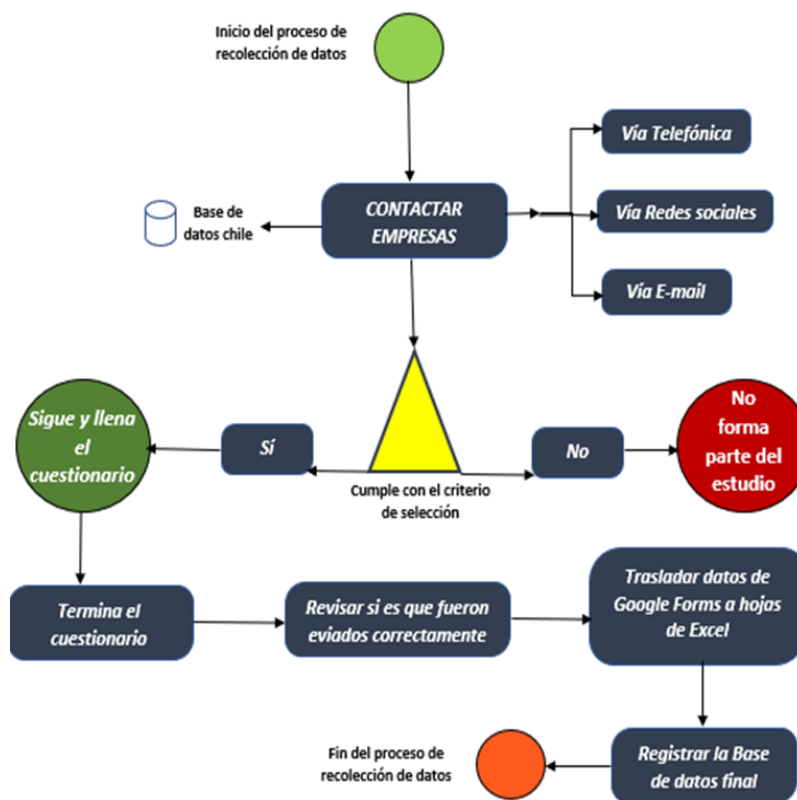
Este cuestionario ayudará a obtener la respuesta de las pequeñas empresas de comida chilenas con los ítems previstos en conjunto a la escala Likert de cinco puntos (muy de acuerdo=1, muy en desacuerdo=5) el cual ayudará a la medición de las respuestas del encuestado.

7.3.3 Proceso de recolección de datos

En la figura 7.1, se observa el proceso de recolección de datos de la presente investigación a través de un esquema el cual se utilizará como hoja de ruta, señalando la secuencia exacta para poder cubrir el proceso de una forma ordenada.

Figura 7.1

Proceso de recolección de datos



7.4 Técnicas de análisis de datos

Para realizar el análisis de los datos obtenidos en las encuestas realizadas se emplea el software estadístico SmartPLS (mínimos cuadrados parciales) con el modelo PLS-SEM (modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales).

SmartPLS es un programa de software completo, con una interfaz gráfica amigable e intuitiva, que ayudó a popularizar el método PLS-SEM. Este software permite acomodar múltiples conjuntos de datos y modelos de ruta, permitiendo la estimación de un modelo a través de distintos conjuntos de datos o comparando distintas variables de un modelo, con un solo conjunto de datos (Sarstedt y Cheah, 2019). La técnica PLS-SEM, es una técnica flexible que tiene ventajas como: la posibilidad de utilizar tamaños pequeños de muestra, aunque si la muestra es más grande, aumenta la precisión; el número de ítem de cada constructo puede ser desde 1, etc. La presente técnica tiene como objetivo maximizar la cantidad de varianza Martínez y Fierro, (2018).

En el presente trabajo de investigación, esta herramienta ayudará en el análisis multivariante de los datos. De esta forma, se logrará alcanzar los objetivos planteados en la investigación y se permitirá identificar con más claridad las relaciones de las variables presentadas. El cuestionario del presente estudio dispone de preguntas basadas en el instrumento utilizado, en base al modelo planteado previamente. Las variables que se exponen dentro del estudio se midieron a través de una escala tipo Likert de 5 puntos donde, 1 = Completamente en desacuerdo y 5 = completamente de acuerdo.

La escala de actitudes de la investigación consta de once ítems: expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento de hábito, percepción del riesgo y adopción de Fintech.

En cuanto a la implementación del modelo de aceptación tecnológica (TAM), en la presente investigación este se desprende a través del conocimiento de la intención del uso de la tecnología dentro del marco comercial del sector comida. Al presentar las variables de estudio, el modelo sugiere que las variables de utilidad y facilidad de uso son determinantes en la intención de adopción de tecnologías, dando por resultado un grado aceptable del uso Fintech.

CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS CUANTITATIVOS

En el presente capítulo se darán a conocer los resultados y el análisis de estos, tomando en cuenta los objetivos de la investigación, y presentando un contraste con los antecedentes del estudio. El objetivo de este capítulo es aceptar o rechazar las hipótesis hechas al inicio de esta investigación.

8.1 Presentación de resultados

Para el proceso de validación del instrumento por medio de la técnica SEM-PLS, se incluye un análisis de confiabilidad de cada ítem, la consistencia interna de dimensiones a través de la confiabilidad compuesta y un análisis de la varianza extraída. El presente estudio posee una muestra de 384 encuestas.

En la tabla 8.1, se puede observar que para casi todos los ítems se tiene un factor de carga con valor mayor a 0.70, lo que significa un buen indicador, para los ítems que son menores a 0.70, se entiende que el ítem no es muy representativo. El valor alfa de Cronbach de confiabilidad compuesta debe ser mayor a 0.70 para indicar alta confiabilidad, en el caso de comportamiento de hábito, percepción del riesgo, y adopción de Fintech, se tiene un 0.639, 0.645 y 0.505, respectivamente, lo que indica un valor de consistencia interna bajo.

Usando los criterios de Fornell-Larcker se identifica la validez discriminante, como se aprecia en la Tabla 8.2, donde la correlación de la misma variable siempre es más alta que la correlación con las demás variables, lo que indica que los 11 constructos son válidos.

Para la construcción de la tabla 8.3 se empleó la técnica Bootstrapping, los valores mostrados en esta tabla fueron calculados al 95% de confianza, los valores por debajo de 0.05 son significativos y por lo tanto aceptados. Por ejemplo, la relación de la variable adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial es significativa y aceptada para el estudio, con un valor positivo de 0.277 y una significancia con el p-valor de 0.000.

Tabla 8.1*Validez de constructo de los ítems de las variables mediante SEM PLS*

Escala-Ítems	Peso factorial	Confiabilidad compuesta	Varianza extraída	Alfa de Cronbach
Expectativa de rendimiento				
El proceso de servicio de Fintech es más rápido	0.857	0.930	0.769	0.900
El servicio Fintech facilita la conexión con los inversores.	0.903			
La plataforma Fintech facilita la conexión con el prestamista.	0.905			
La plataforma Fintech facilita el seguimiento de las transacciones	0.841			
Expectativa de esfuerzo				
Aprender a usar una plataforma Fintech es fácil para mí.	0.879	0.955	0.840	0.937
Los procedimientos de financiamiento son claros y comprensibles	0.926			
Me resulta fácil proponer financiación en una empresa Fintech.	0.916			
Las plataformas Fintech son fáciles de usar	0.944			
Condición de facilitación				
Tengo los recursos necesarios para usar una plataforma Fintech	0.890	0.903	0.758	0.840
El sistema Fintech es compatible con nuestro modelo de negocio	0.920			
Puedo obtener ayuda de otras personas cuando tengo dificultades	0.797			
Influencia social				
Las personas que son importantes para mí piensan que debo usar Fintech	0.881	0.908	0.768	0.855
Las personas que influyen en mi comportamiento piensan que debería usar Fintech	0.873			
Personas cuyas opiniones valoro prefieren usar Fintech	0.875			
Motivación hedónica				
Usar las plataformas de Fintech es divertido	0.961	0.975	0.927	0.961
Usar las plataformas de Fintech es agradable	0.958			
Usar las plataformas de Fintech es placentero	0.970			
Valor del precio				
Siento que el beneficio es más alto que el costo cuando uso Fintech	0.864	0.905	0.760	0.848
Creo que la tasa de interés / tarifa es más baja	0.849			
Creo que el costo del fondo de los préstamos P2P de Fintech es menor	0.902			
Conocimiento				

Conozco bien el producto de los préstamos Fintech P2P	0.931	0.909	0.772	0.856
Conozco los procedimientos para acceder a una plataforma Fintech	0.736			
Conozco los requisitos para obtener financiamiento de Fintech	0.953			
Comportamiento de hábito				
Usar teléfonos inteligentes para acceder a Fintech se ha convertido en un hábito	0.896	0.795	0.570	0.639
Usar teléfonos inteligentes para el pago se ha convertido en algo natural para mí	0.721			
Debo usar teléfonos inteligentes para acceder a servicios financieros	0.622			
Percepción del riesgo				
Los sistemas Fintech son sistemas seguros	0.810	0.776	0.540	0.645
Me siento seguro al proporcionar información cuando utilizo Fintech	0.591			
No me preocupa que la información proporcionada al utilizar una plataforma Fintech pueda ser utilizada por otras personas	0.785			
Adopción de Fintech				
He descargado una plataforma Fintech para préstamos P2P	0.733	0.737	0.488	0.505
He propuesto financiamiento de una empresa Fintech	0.790			
Utilicé financiamiento de una empresa Fintech	0.553			
Sostenibilidad empresarial				
El financiamiento de Fintech aumenta la capacidad empresarial	0.922	0.939	0.837	0.903
La financiación de Fintech mejora la competitividad empresarial	0.894			
Con el financiamiento de Fintech, nuestro negocio aumenta de manera sostenible	0.928			

Nota: Muestra: 384 encuestas

Tabla 8.2*Validez discriminante de las subescalas utilizando el criterio de Fornell-Larcker*

Escala	Adopción de Fintech	Comportamiento de hábito	Condición de facilitación	Conocimiento	Expectativa de esfuerzo	Expectativa de rendimiento	Influencia social	Motivación hedónica	Percepción del riesgo	Sostenibilidad empresarial	Valor del precio
Adopción de Fintech	0.699										
Comportamiento de hábito	0.261	0.870									
Condición de facilitación	0.218	0.558	0.879								
Conocimiento	-0.215	-0.217	-0.313	0.917							
Expectativa de esfuerzo	0.176	0.631	-0.574	-0.259	0.877						
Expectativa de rendimiento	-0.329	-0.302	-0.324	0.631	-0.376	0.755					
Influencia social	0.084	0.539	0.600	-0.514	0.633	-0.437	0.876				
Motivación hedónica	-0.322	-0.142	-0.158	0.394	-0.141	0.535	-0.073	0.963			
Percepción del riesgo	0.223	0.442	0.539	-0.467	0.453	-0.395	0.544	-0.110	0.735		
Sostenibilidad empresarial	0.277	0.532	0.461	-0.108	0.460	-0.182	0.324	-0.221	0.366	0.915	
Valor del precio	0.296	0.396	0.484	-0.295	0.424	-0.238	0.387	-0.112	0.528	0.410	0.872

Nota. Muestra: 384 encuestas.

Tabla 8.3*Significancia de los coeficientes de trayectoria (beta)*

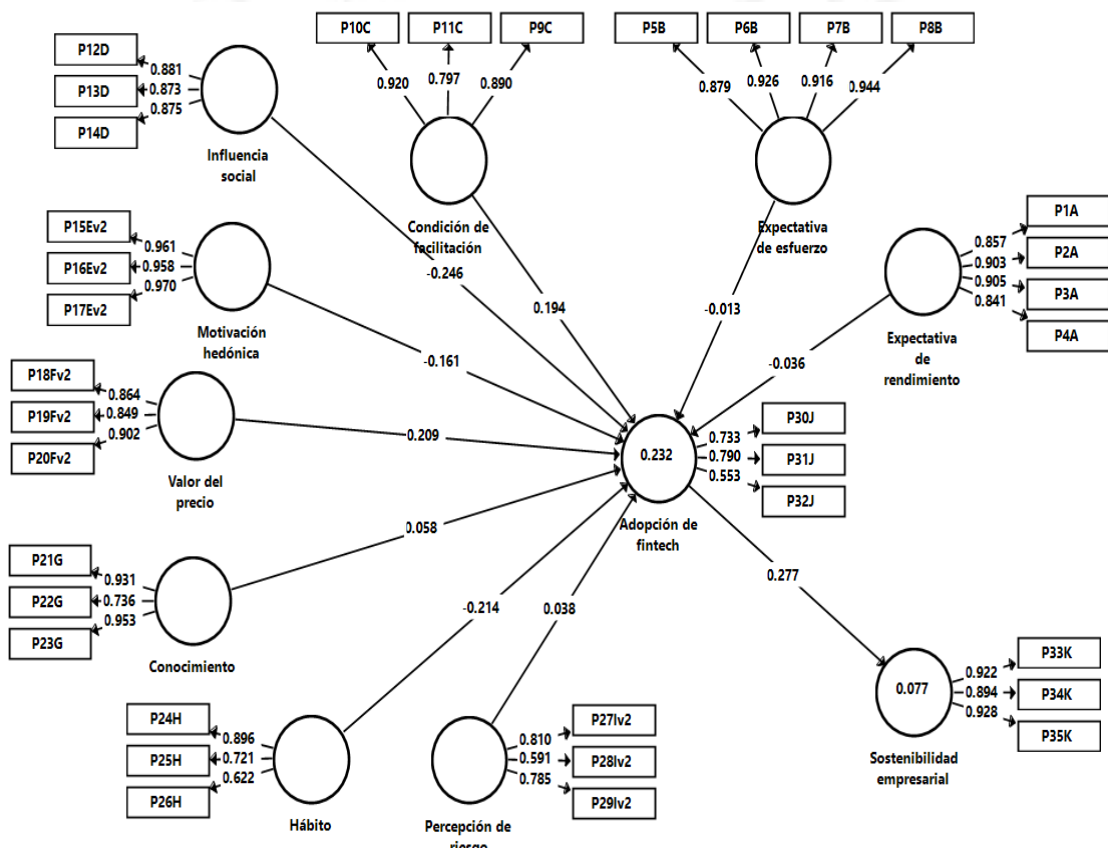
Escala	Muestra original (O)	Media de la muestra (M)	Desviación estándar (STDEV)	Estadísticos t (O/STDEV)	P Valores
Adopción de Fintech ↔ Sostenibilidad empresarial	0.277	0.276	0.077	3.620	0.000**
Condición de facilitación ↔ Adopción de Fintech	0.194	0.187	0.105	1.847	0.065
Conocimiento ↔ Adopción de Fintech	0.058	0.055	0.082	0.710	0.478
Expectativa de esfuerzo ↔ Adopción de Fintech	-0.013	-0.000	0.073	0.172	0.863
Expectativa de rendimiento ↔ Adopción de Fintech	-0.036	-0.034	0.085	0.427	0.670
Hábito ↔ Adopción de Fintech	-0.214	-0.212	0.080	2.660	0.008**
Influencia social ↔ Adopción de Fintech	-0.246	-0.209	0.107	2.304	0.021*
Motivación Hedónica ↔ Adopción de Fintech	-0.161	-0.172	0.080	2.018	0.044*
Percepción del riesgo ↔ Adopción de Fintech	0.038	0.043	0.082	0.460	0.646
Valor del precio ↔ Adopción de Fintech	0.209	0.204	0.068	3.050	0.002**

Nota. Técnica Bootstrapping (5000 veces) usando Smart PLS. *p* valor < 0.05*, *p* valor <.01** Muestra: 384 encuestas.

La figura 8.1 muestra el modelo de investigación probado. De acuerdo con las 384 encuestas tomadas en cuenta para este análisis, se concluye que las únicas variables con efecto positivo y significativo son valor del precio en la adopción de Fintech y adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial, lo cual será explicado a detalle en el punto 8.2 Análisis de resultados.

Figura 8.1

Modelo de investigación probado



8.2 Análisis de resultados

El análisis de los datos implica una contrastación de los resultados obtenidos, a continuación, se presenta la Tabla 8.4, la cual presenta la contrastación de los resultados con los antecedentes del estudio, con el objetivo de ver cuánto difieren o coinciden entre sí.

En la tabla 8.5 podemos observar la contrastación de las hipótesis con los resultados, donde las hipótesis 6 y 10 se aceptan completamente, y las hipótesis 3, 7 y 9 se aceptan parcialmente, las demás se rechazan, teniendo como resultado una aceptación parcial de la hipótesis general.



Tabla 8.4

Contrastación de resultados con antecedentes

Categoría	Autor y país estudiado	Descripción del antecedente	Resultados
Adopción de Fintech	Yoon y Lim (2021) - Corea	Se desarrollo del modelo push-pull & mooring effects (PPM) como teoría de migración de nuevos usuarios a las Fintech y retención de nuevos clientes. Se aceptaron 10 hipótesis de 14 en el estudio siendo significativas la baja calidad del sistema y políticas de operación las cuales afectaron a la intención de adopción de Fintech.	Los resultados de la presente investigación referente a la percepción del costo y conocimiento en la decisión del usuario para la adopción de Fintech son aquellas hipótesis significativas aceptadas semejantes al resultado de Yoon y Lim (2021).
	Najib et al. (2021) - Indonesia	EL estudio aplica el modelo UTAUT 2 e identifica diferentes determinantes en cuanto al uso de Fintech en condición de P2P para propietarios de pequeñas empresas dando como resultado que la expectativa de desempeño, la influencia social, el valor del precio ,condición de facilitación, percepción de seguridad, conocimiento y la adopción de Fintech hacia una sostenibilidad empresarial son significativas y aceptadas en las hipótesis a corroborar, sin embargo las motivación hedónica, hábitos y expectativa de esfuerzo son rechazadas .	En el presente estudio se utilizó el modelo UTAUT 2 así mismo se basó en el modelo inicial de factores de Najib et al (2020), para conocer la adopción de Fintech en las pequeñas empresas de la región de chile y si está cubrirá una sostenibilidad empresarial, los resultados obtenidos sea asemejan cuando la condición de facilitación, conocimiento surgen significativos en este espacio al igual que valor de precio y la adopción de Fintech, sin embargo, se rechazaron las otras variables.
	Kijkasiwat (2021) - Tailandia	Con un análisis descriptivo y de contenido, Kijkasiwat (2021) logró recopilar entre 66 startups de la Asociación de Fintech y fundadores de otras Fintech que la oportunidad de adopción de una Fintech es reflejada de manera significativa un nivel alto de instrucción digital y buenas regulaciones financieras dentro de la región.	El resultado de la presente investigación donde los startups y Fintech ya tienen un marco regulatorio estable y la alfabetización de los procesos digitales con relación a tecnología financiera es un hecho dirige los objetivos de búsqueda de adopción de Fintech hacia otros espacios de decisión.
	Xie et al. (2021) - China	Con la ayuda del UTAUT el estudio mostro que las escalas de expectativa de desempeño, expectativa de esfuerzo, influencia social, percepción de riesgo, condiciones facilitadoras e intención de adopción fueron aceptadas significativamente con sus hipótesis para la adopción de una Fintech sin embargo entre sus hipótesis rechazadas y no significativos se encontraron a la expectativa de esfuerzo y expectativa percibida.	Para la presente investigación también se dio uso del modelo UTAUT sin embargo no relaciona el valor percibido entre diversas variables así mismo la inclusión de la sostenibilidad empresarial en el modelo, en cuantos los resultados la hipótesis significativa aceptada que se asemejo fueron las condiciones facilitadoras e intención de adopción

	Hu et al. (2019) - China	Esta investigación usa el modelo de aceptación de tecnología mejorada (TAM) que incorpora la innovación del usuario, la imagen de marca, el apoyo del gobierno, el riesgo percibido como variables de confianza para la adopción de Fintech.	Los resultados que coinciden con el presente estudio son que el riesgo percibido no es una variable significativa y no influye en la decisión de adoptar una Fintech.
	Khatun y Tamanna (2020) - Bangladesh	Khatun y Tamanna (2020) a través del modelo UTAUT examinaron la adopción de Fintech en instituciones financieras obteniendo resultados como la expectativa de esfuerzo, la influencia social, la condición facilitadora, la confiabilidad percibida, el valor agregado como influyentes positivamente	En la presente investigación la hipótesis semejante que obtuvo un efecto positivo y significativo en la adopción de las Fintech entre las antes mencionadas fue la de influencia social dejando como no significativas a las sobrantes.
	Singh et al. (2020) - India	Singh et al. (2020) a través del modelo de adaptación de tecnología Y el uso del UTAUT conducen a analizar la adaptación de Fintech dando como resultado que las variables como seguridad, la influencia social y productividad dirigen a un comportamiento de intención de adaptación de Fintech de escala significativa.	A diferencia del estudio de Singh et al. (2020), el presente estudio tiene como hipótesis rechaza de influencia social ya que su valor de partida es negativo con -0.246 sin embargo posee una fiabilidad significativa del 0.021.
	Zarrouk et al. (2021) - Emiratos Árabes Unidos	El estudio determina los factores económicos y tecnológicos del éxito de las Fintech en Emiratos unidos dando como resultado que los recursos en capital de riesgo son vitales para las Fintech en crecimiento, pero barreras financieras, el entorno regulatorio	Los resultados del presente estudio no presentan similitud dentro de un marco de sostenibilidad empresarial sin embargo en cuanto a la adopción de Fintech estos ayudan a entender que los factores que obtuvieron se encuentran presentes en la región investigada.
Percepción de riesgo	Hwang et al. (2021) - Corea	En el estudio se desarrolló la percepción del entorno de seguridad de pagos móviles en conjunto de los usuarios dando como resultados los determinantes de éxito del SPM, el resultado de esta investigación determinó que las hipótesis: mayor nivel de conveniencia percibida, mayor nivel de interoperabilidad percibida, confianza en el uso, comodidad en el uso y confianza en el uso tengan un valor significativo si se da un incremento en la plataforma de seguridad así mismo el grado de confianza, comodidad e interoperabilidad influyen positivamente en los usuarios en seguir usando el SMP.	El presente estudio se enfoca también en el entorno de la seguridad hacia el usuario en si la percepción del riesgo tiene un efecto positivo para una pequeña empresa de Chile en la adopción de una Fintech sin embargo los resultados determinaron que con un p-valor $0.645 > 0.05$ no fue significativo para el estudio y se rechazó la hipótesis.
	Ryu y Ko (2020) - Corea	Estudio que explora la relación de la incertidumbre y calidad de TI al adoptar una Fintech, los resultados fueron de tan solo 3 hipótesis aprobadas, fueron el servicio de calidad, un riesgo percibido y sistema de servicio para la adopción de un Fintech.	Dentro de la presente investigación al igual que la de Ryo y Kyo (2020) la expectativa de percepción de riesgo va en dirección positiva sin embargo la expectativa de rendimiento que asemeja a un servicio de calidad fue rechazada para adoptar una Fintech.

Expectativa de rendimiento	Fu et al. (2020) - Suiza	Este estudio identifico la magnitud de decisión de los usuarios a nivel región en adoptar una Fintech en tiempo de COVID 19, los resultados mostraron que alrededor de 30 % de firmas descargaron aplicaciones de finanzas es decir que la población de suiza estaba en proyecciones positivas de poder adaptar financiamiento digital.	El presente estudio no identifica o proyecta un alcance porcentual de adaptación en su lugar proporciona aquellas variables de adopción de una Fintech en criterio de empresas pequeñas de comida.
	Yudistira y Nanggala (2020) - Indonesia	Este estudio exploró la expectativa del uso de Fintech para pagos en firmas de indonesia donde el resultado arrojo que dentro de sus 4 hipótesis la utilidad percibida y la seguridad tienen un efecto positivo significativo.	El presente estudio resalta una naturaleza similar en las hipótesis de adopción de Fintech en función de percepción de riesgo y sostenibilidad empresarial las cuales fueron aceptadas también de manera significativa.
	Mascarenhas et al. (2021) - Brasil	Estudio que apunta a identificar cuál es la influencia de las percepciones de riesgos y beneficios para el uso continuo de Fintech donde el resultado fueron que 4 hipótesis de 11 que son: intención de continuidad, riesgo percibido, beneficio percibido, conveniencia, similitud de transacciones destacaron como variables para la determinación en el continuo uso de Fintech.	En cuanto al presente estudio los objetivos involucrados determinan la posible adopción de una Fintech mas no determina un uso continuo sin embargo la variable de riesgo percibido está presente en el estudio y coincide como una relación directa a un posible adopción y continuidad de operación.
	Liu et al. (2021) - China	Estudio que analiza la responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero como factores de rendimiento de la tecnología financiera digital con resultados significativos en retorno de activos, capital, operación bancaria así mismo de servicio digital y prestamos p2p para consolidar un uso de Fintech.	El presente estudio no identifica la relación social – cooperativa como juicio de mejoría en la adaptación Fintech en su lugar proporciona aquellas variables de adopción de un Fintech en criterio de empresas pequeñas de comida.
	Mention (2019) - Sudeste Asiático	Estudio descriptivo y analítico que apunta al conocimiento del futuro de las Fintech en la sociedad del Sudeste Asiático el cual determino que actitudes corporativas en el ecosistema Fintech proyectan una red intersectorial para el crecimiento de las empresas emergentes las cuales inducirán en la ruptura de una corriente de regionalista descentralizado en el sistema financiero por medio de la digitalización.	El presente estudio determinó de manera similar que los objetivos sean por la condición de facilitación y conocimiento por parte de los dueños de las pequeñas empresas son aquellos que influyen de manera significativa parcialmente la adopción de Fintech en relación a obtener una sostenibilidad empresarial en el mercado.
	Grennan y Michaely (2020) - Estados Unidos	El estudio detalló la relación del mercado de análisis financiero y las Fintech a través del comportamiento de los inversionistas, la información tradicional de los productores y la eficiencia del mercado. Los resultados demostraron que el aumento del uso de las Fintech es debido al valor del precio percibido. Así mismo, se encontró de manera significativa que el comportamiento de los	De manera similar el presente estudio analizó entre sus objetivos la adopción de las Fintech a través de la influencia del valor del precio. Los resultados obtenidos por medio de esta variable fueron positivos al poder aceptar de manera significativa dicha hipótesis con un p-valor de $0.002 < 0.01$.

		inversores involucra un mejor rendimiento de crecimiento para una Fintech.	
Conocimiento de Fintech	Chen et al. (2019) - Estados Unidos	El estudio analizó el valor de la innovación financiera digital a través de una clasificación de operación dentro de las Fintech como ciberseguridad, transacción entre móviles, análisis de datos, préstamo entre personas, cadena de bloques, aviso de peligro, y el Internet de las cosas (IoT) así mismo demostró que las primeras 4 categorías resaltaron con mayor intervención en firmas públicas y privadas.	El presente estudio tomó como guía al análisis de Chen et al. (2019) para precisar que categoría influiría más dentro del mercado de pequeñas empresas chilenas de comida para conllevar a una sostenibilidad empresarial así mismo se dirigió el estudio hacia la categoría de P2P ya que muchas de las empresas chilenas no son aceptadas para un financiamiento en la banca tradicional implicando en su crecimiento y desarrollo
	Goldstain et al. (2019) - Estados Unidos	Estudio que evidenció los alcances de una Fintech a través de un concurso de propuestas de investigación financiera. Los resultados obtenidos fueron temas como: Big data Finance, incremento de participación regional, mercado en equilibrio, tecnología como amenaza a sistemas financieros y el préstamo entre personas como primer método de financiamiento digital.	El presente estudio tuvo como uno de los objetivos al conocimiento para la adopción de Fintech, obteniendo un valor positivo dentro de la media se aceptó parcialmente la hipótesis así mismo el estudio abordó la decisión positiva de los usuarios al descargar plataformas Fintech para realizar p2p.
Sostenibilidad en Fintech	Moro-Visconti et al. (2020) - Italia	El estudio analiza la sostenibilidad en la adopción de una Fintech a través de enfoques de evaluación de firmas tradicionales, startups tecnológicas, bancos tradicionales. Los resultados con enfoques financieros (flujos de cajas descontados) y mercado comparado dieron como blanco para identificar que el crecimiento de las Fintech se debe que el mercado nuevo a explotar conlleva a un desarrollo de tecnología así mismo que la adaptación de una Fintech involucra operar de manera sostenible financieramente y social por la inserción de nuevos usuarios a disposición de una oportunidad financiera.	El presente estudio tomó como base el análisis de Moro-Visconti et al. (2020) puesto que identifica que las empresas que adoptan una Fintech dentro de su sistema de financiamiento son conducidas hacia una práctica sostenible dentro del mercado ya que el procedimiento de financiamiento tradicional no ofrece cobertura a aquellas empresas pequeñas que necesitan de una inversión para sobresalir. Los resultados de la presente investigación contrastan al aceptar las hipótesis de condición de facilitación, conocimiento, valor del precio al adaptar una Fintech en sus procesos.

Tabla 8.5*Contrastación de resultados con hipótesis*

Hipótesis	Descripción	Resultados	Aceptación/Rechazo
H1	La expectativa de rendimiento tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	La expectativa de rendimiento tiene un efecto negativo (-0.036) en la adopción de Fintech. Al mismo tiempo, no tiene efecto significativo con un p-valor de 0.670.	RECHAZA
H2	La expectativa de esfuerzo tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	La expectativa de esfuerzo tiene un efecto negativo (-0.013) en la adopción de Fintech. Al mismo tiempo, no tiene efecto significativo con un p-valor de 0.863.	RECHAZA
H3	La condición de facilitación tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	La condición de facilitación tiene un efecto positivo (0.194) en la adopción de Fintech, sin embargo, no tiene efecto significativo en la misma, con un p-valor de 0.065.	ACEPTA PARCIALMENTE
H4	La influencia social tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	La influencia social tiene un efecto negativo (-0.246) en la adopción de Fintech, y significativo con un p-valor de 0.021.	RECHAZA
H5	La motivación hedónica tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	La motivación hedónica tiene un efecto negativo (-0.161) y significativo en la adopción de Fintech, con un p-valor de 0.044.	RECHAZA
H6	El valor del precio tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	El valor del precio tiene un efecto positivo (0.209) y significativo en la adopción de Fintech, con un p-valor de 0.002.	ACEPTA
H7	El conocimiento tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	El conocimiento tiene un efecto positivo (0.058) en la adopción de Fintech, sin embargo, no tiene efecto significativo, con un p-valor de 0.478.	ACEPTA PARCIALMENTE
H8	El comportamiento por hábito tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	El comportamiento por hábito tiene un efecto negativo (-0.214) y significativo en la adopción de Fintech, con un p-valor de 0.008.	RECHAZA

H9	La percepción del riesgo tiene un efecto positivo y significativo en la adopción de Fintech.	La percepción del riesgo tiene un efecto positivo (0.038) en la adopción de Fintech, con un efecto no significativo (p-valor de 0.646).	ACEPTA PARCIALMENTE
H10	La adopción de Fintech tiene un efecto positivo y significativo en la sostenibilidad empresarial.	La adopción de Fintech tiene un efecto positivo (0.277) y significativo en la sostenibilidad empresarial, con un p-valor de 0.000.	ACEPTA
Hipótesis general	La expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, valor del precio, conocimiento, comportamiento por hábito, percepción del riesgo tienen un efecto positivo en la adopción de Fintech, y al mismo tiempo la adopción de Fintech influye en la sostenibilidad empresarial.	El valor del precio, así como la adopción de Fintech en la sostenibilidad empresarial, son variables que tiene un efecto positivo y significativo, mientras que la expectativa de rendimiento, expectativa de esfuerzo, condición de facilitación, influencia social, motivación hedónica, conocimiento, hábito y percepción del riesgo, no tienen un efecto significativo, aunque si positivo mayormente en la adopción de Fintech.	ACEPTADA PARCIALMENTE

CONCLUSIONES

- Se concluye que existe una relación positiva con el antecedente de Moro-Visconti et al. (2020) donde demuestran que las Fintech son una solución al financiamiento sostenible y eventualmente se converge hacia un mercado común, ya que, según los resultados presentados, la adopción de Fintech influye en la sostenibilidad empresarial de manera positiva y significativa. En el estudio, los encuestados afirman que el financiamiento de Fintech aumenta la capacidad empresarial, mejora la competitividad empresarial y hace que el negocio aumente de manera sostenible.
- Al igual que el modelo base, las variables de motivación hedónica, expectativa de esfuerzo y hábito son rechazadas debido a que tienen un efecto negativo y poco significativo, lo que implica que los usuarios no encuentran una percepción de gusto en las Fintech, facilidad en su uso y percepción de costumbre.
- La adopción de Fintech dentro del mercado chileno viene acaparando más participación en todas sus categorías hoy en día, así mismo, gracias a la presente investigación se puede concluir que las pequeñas empresas chilenas de comidas en las ciudades de Iquique y Santiago de Chile conocen y han incorporado el uso de plataformas digitales financieras para préstamos entre personas (P2P) ya sea para un próspero desarrollo sostenibles o inclusión financiera. Sin embargo, existe un 15% de empresas dentro del estudio que han propuesto financiamiento y descargado una plataforma para el uso de Fintech, mas no realizaron un financiamiento por este medio, esto es debido a que la percepción de riesgo por los datos brindados a las plataformas juega un rol significativo parcialmente para la adopción de Fintech.

RECOMENDACIONES

- Para estudios posteriores que pretenden tener un fin descriptivo y analítico similar al presente, es recomendable hacer uso de variables independientes que conformen el carácter de usuarios que manejen herramientas financieras en sus negocios y que hayan tenido contacto con al menos una Fintech para poder conocer más afondo la experiencia y no entrar en controversia al tema dirigido.
- En cuanto a las técnicas e instrumentos de estudio es recomendable considerar una técnica de recolección de datos diferente para no limitar el desarrollo de una recopilación de información y conocer más aspectos de los entrevistados generando un estudio más rico en contenido.
- Se recomienda a las pequeñas empresas e inversionistas a ser parte del financiamiento sostenible, ya sea invirtiendo a través de plataformas Fintech o requiriendo un financiamiento por medio de estas, de esta manera se podrá contribuir al desarrollo de las Fintech en el Perú.
- Se recomienda a futuros investigadores, que para estudios posteriores en cuanto a la población y muestra sea dirigida hacia regiones asiáticas puesto que el crecimiento en tales territorios involucra más el desarrollo tecnológico y creación de herramientas Fintech. Asimismo internacionalmente tienen una gran participación potencial en diferentes firmas reconocidas.
- Se recomienda para aquellos alumnos de la Universidad de Lima, asimismo, a otros estudiantes de diferentes instituciones que hayan leído el presente estudio, que sigan investigando y se involucren más en este tipo de temas, puesto que hoy en día la transformación tecnológica en la sociedad es un hecho y será de buen provecho tener una proyección al futuro en cuánto y cómo se dará la evolución de estas herramientas financieras tecnológicas en múltiples firmas o startups.

REFERENCIAS

- Alpuche, E., & Leines, L. (2021). La Teoría de los Stakeholders: un análisis centrado en los grupos dentro de la organización y propuesta de un nuevo grupo. *Pensamiento crítico*. 4(6), 21-34. <https://pensamientocriticoudf.com.mx/4-no-6/14-4-no-6-02/36-la-teoria-de-los-stakeholders-un-analisis-centrado-en-los-grupos-dentro-de-la-organizacion-y-propuesta-de-un-nuevo-grupo-html>
- Avla. (2019). Percepción y Expectativas Económicas de las Pymes. Estudio: medición n°28 Barómetro de las pymes. *¿Cómo se financian las pymes en Chile?*. <https://www.avla.com/cl/como-se-financian-las-pymes-en-chile/>
- Barba, G., Calzolari, G., Pozzolo, A. (2017). Fintech and Banks: Friends or Foes? [Fintech y bancos: ¿Amigos o enemigos?]. *European Economy Banks Regulation and the real sector*. https://european-economy.eu/wp-content/uploads/2018/01/EE_2.2017-2.pdf
- BBVA (2017). El acceso universal a los servicios financieros y el apoyo a la mujer reducirán la pobreza, coinciden los expertos. <http://www.fundacionmicrofinanzasbbva.org/acceso-universal-los-servicios-financieros-apoyo-la-mujer-reduciran-la-pobreza-coinciden-los-expertos>
- Cabanillas, M. & Mori., R. (2018). Nuevo Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) y su relación con el grado de aceptación del app USMP mobile. *Escuela profesional de Ingeniería de Computación Y Sistemas*. <https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4927/cabanillas-mori.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carballo, I. & Dalle-Nogare, F. (2019) Fintech e inclusión financiera: los casos de México, Chile y Perú. <https://ssrn.com/abstract=3518912>
- Céspedes, A. (2021). Análisis del crecimiento de las Fintech en los países de la Alianza del Pacífico. *Universidad Cooperativa de Colombia*. https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/34930/2/2021_analisis_crecimiento_fintech.pdf
- Chang, C., Liu, L., Huang, H., & Hsieh, H (2019). Factors Influencing Online Hotel Booking: Extending UTAUT2 with Age, Gender, and Experience as Moderators. [Factores que influyen en la reserva de hotel en línea: Ampliación de UTAUT2 con la edad, el género y la experiencia como moderadores]. 10(9), 281. <https://doi.org/10.3390/info10090281>
- Chen, M., Wu, Q., & Yang, B. (2019). How valuable is fintech innovation? [¿Qué valor tiene la innovación fintech?] *The review of financial studies*. 32(5), 2062-2106. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhy130>
- Childers, T. L., Carr, C. L., Peck, J., & Carson, S. (2001). Hedonic and utilitarian motivations for online retail shopping behavior. [Motivaciones hedónicas y

- utilitarias para el comportamiento de compra minorista en línea]. *Journal of Retailing*. 77(4), 511–535. [https://doi.org/10.1016/s0022-4359\(01\)00056-2](https://doi.org/10.1016/s0022-4359(01)00056-2)
- Ealde (2021). Los 20 tipos de Fintech que revolucionan la industria financiera. *EALDE Business School*. <https://www.ealde.es/tipos-fintech>
- Foro Económico Mundial (2017). Fintech: el boom de la innovación financiera. <https://es.weforum.org/agenda/2017/08/fintech-el-boom-de-la-innovacion-financiera/>
- Finnovista. (2019). El ecosistema Fintech en Chile crece un 49% en los últimos 18 meses. <https://www.finnovista.com/radar/el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-un-49-en-los-ultimos-18-meses/>
- Finnovista. (2021). Con 67 empresas nuevas, el ecosistema Fintech en Chile crece a un ritmo de 38% anual, llegando a los 179 startups en 2021. <https://www.finnovista.com/radar/con-67-empresas-nuevas-el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-a-un-ritmo-de-38-anual-llegando-a-las-179-startups-en-2021/>
- Finnovating (2019). España octavo país europeo por inversión en startups Fintech en el tercer trimestre del año. Finnovating News – Conectando el ecosistema. *Fintech global*. <https://www.finnovating.com/news/inversion-en-startups-fintech-en-el-tercer-trimestre-ano/>
- Fu, J., & Mishrna, M. (2020). The Global Impact of COVID-19 on Fintech Adoption. [El impacto global de COVID-19 en la adopción de Fintech]. *Swiss Finance Institute Research Paper*. 20-38. <https://doi.org/10.5167/uzh-187776>
- García De La Cruz, R. (2020). Latam Fintech Investment 2019. [Inversión Latam Fintech 2019]. *Finnovating.com*. <https://www.finnovating.com/reports/latam-fintech-investment-2019/>
- Gen económico (2018). Préstamos P2P: beneficios y riesgos de un formato que no deja de crecer. <https://geneconomico.com/prestamos-p2p-beneficios-y-riesgos/>
- Goldstein, I., Jiang, W., & Karolyi, A.G. (2019). To Fintech and Beyond. [Hacia Fintech y más allá]. *The Review of Financial Studies*. 32(05), 1647-1661. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz025>
- Gonzalez, C. (2010). E-Stakeholders: Una aplicación de la teoría de los Stakeholder a Los Negocios Electrónicos. *Estudios Gerenciales*. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(10\)70101-7](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(10)70101-7)
- Grennan, J., & Michaely, R. (2020). Fintechs and the Market for Financial Analysis. [Fintechs y el mercado de análisis financiero]. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*. <http://doi.org/10.2139/ssrn.3136150>
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019) Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. [Intención de adopción de servicios fintech para usuarios

- bancarios: un examen empírico con un modelo de aceptación de tecnología extendida]. *Symmetry*. <https://doi.org/10.3390/sym11030340>
- Hornuf, L., Klus, M.F., Lohwasser, T.S. et al. (2020). How do banks interact with fintech startups? [¿Cómo interactúan los bancos con las startups fintech?]. *Small Bus Econ*. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00359-3>
- Hwang, Y., Park, S., & Shin, N. (2021). Sustainable Development of a Mobile Payment Security Environment Using Fintech Solutions. [Desarrollo sostenible de un entorno de seguridad de pagos móviles utilizando soluciones Fintech]. *Sustainability*. 13(15), 8375. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/15/8375>
- Inclusiones financiera. (s. f.). World Bank. Recuperado 3 de octubre de 2021, de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialeconomicinclusion/overview#1>
- Inter-American Development Bank., IDB Invest., & Finnovista. (2018). Fintech: Latin America 2018: Growth and Consolidation. [Fintech: Latinoamérica 2018: Crecimiento y Consolidación]. IDB. <https://doi.org/gx56>
- Itay, G., Wei J., Andrew K. (2019) To Fintech and Beyond. [Hacia Fintech y más allá]. *The Review of Financial Studies*. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhz025>
- Khatun, N., & Tamanna, M. (2020). Factors Affecting the Adoption of Fintech: A Study Based on the Financial Institutions in Bangladesh. [Factores que afectan la adopción de Fintech: un estudio basado en las instituciones financieras en Bangladesh]. *Copernican Journal of Finance & Accounting*. 9(4), 51–75. <https://doi.org/10.12775/CJFA.2020.021>
- Kijkasiwat, P. (2021). Opportunities and challenges for Fintech startups: the case study of Thailand. [Oportunidades y desafíos para las startups Fintech: el caso de estudio de Tailandia]. *ABAC Journal*. 41(2), 41-60.
- Kim, Y., Choi, J., Park, Y., & Yeon, J. (2016). The Adoption of Mobile Payment Services for "Fintech". [La adopción de servicios de pago móvil para "Fintech"]. *International journal of applied engineering research*, 11, 1058-1061.
- Kuo, Y. F., & Yen, S. N. (2009). Towards an understanding of the behavioral intention to use 3G mobile value-added services. [Hacia una comprensión de la intención conductual de utilizar servicios móviles de valor añadido 3G]. *Computers in Human Behavior*. 25(1), 103-110.
- Lavalleja, M. (2020). Panorama de las fintech: principales desafíos y oportunidades para el Uruguay. *Serie Estudios y Perspectivas*. 48. <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/45727>
- Leong, K., & Sung, A. (2018) Fintech (Financial Technology): What is It and How to Use Technologies to Create Business Value in Fintech Way? [¿Qué es y cómo usar las tecnologías para crear valor comercial en Fintech Way?]. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 9 (2). <https://doi.org/gx49>

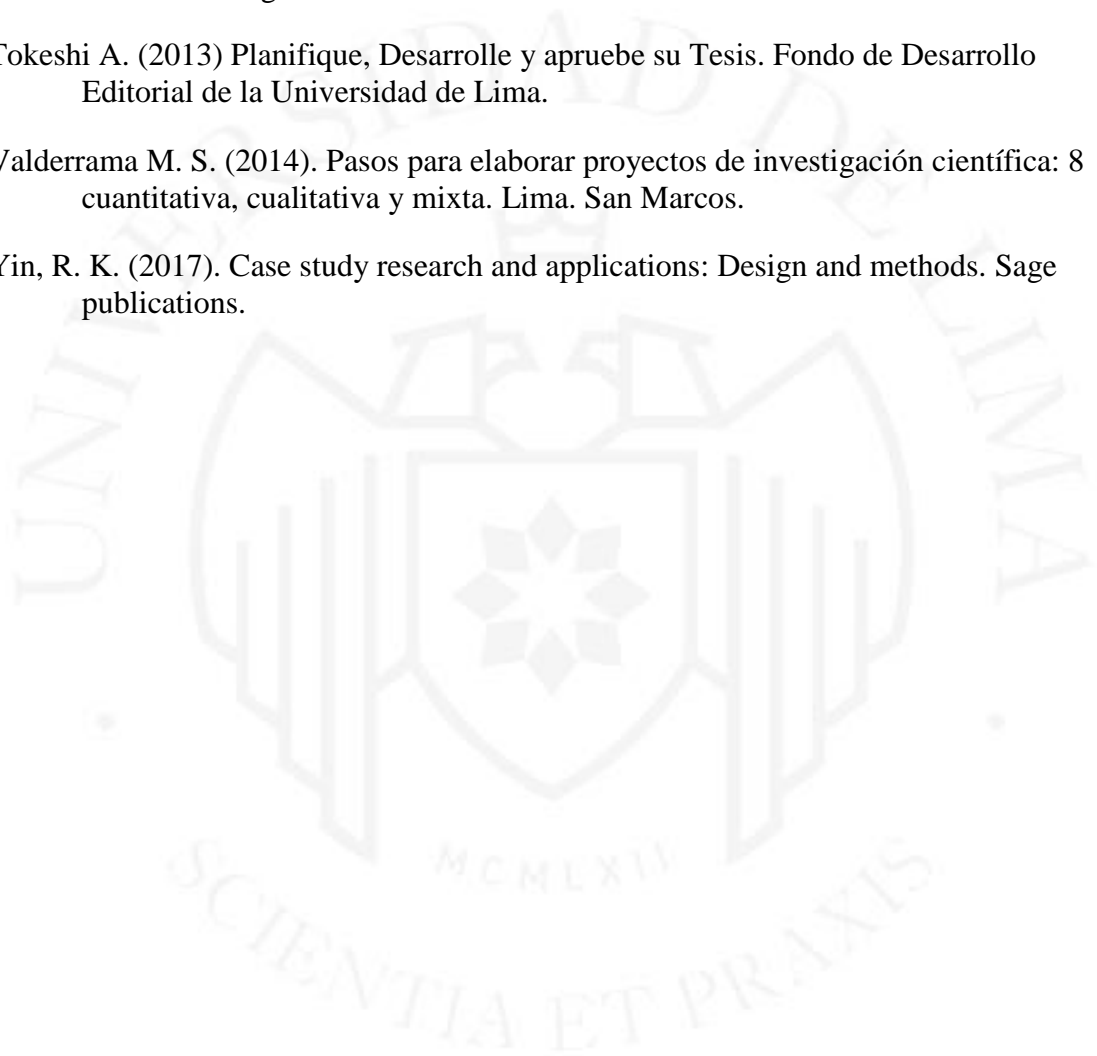
- Liu, Y., Saleem, S., Shabbir, R., Shabbir, M. S., Irshad, A., & Khan, S. (2021). The relationship between corporate social responsibility and financial performance: A moderate role of fintech technology. [La relación entre la responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un rol moderado de la tecnología fintech]. *Environmental Science and Pollution Research*. 28(16), 20174-20187.
- Madrazo, Pilar. (2018). "Fintech en el mundo de la revolución : La revolución digital de las finanzas ha llegado México".
<https://www.researchgate.net/publication/339944531>
- Martínez, M. y Fierro, E. (2018). Aplicación de la técnica PLS-SEM en la gestión del conocimiento: un enfoque técnico práctico. *RIDE*. <https://orcid.org/0000-0002-4397-1179>
- Mascarenhas, A., Perpétuo, C., Borgonovo, E., & Perides, M. (2021). The Influence of Perceptions of Risks and Benefits on the Continuity of Use of Fintech Services. [La influencia de las percepciones de riesgos y beneficios en la continuidad del uso de los servicios Fintech]. *Scielo*. <https://doi.org/10.15728/bbr.2021.18.1.1>
- Mention, A. L. (2019). The future of fintech. [El futuro de las fintech]. *Research-Technology Management*, 68(4), 59-63.
<https://doi.org/10.1080/08956308.2019.1613123>
- Min, S., Fung, K., & Miyoung, J. (2018). Consumer Adoption of the Uber Mobile Application: Insights from Diffusion of Innovation Theory and Technology Acceptance Model. [Adopción del consumidor de la aplicación móvil de Uber: Perspectivas de la teoría de la difusión de la innovación y el modelo de aceptación de la tecnología]. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.
<https://doi.org/36.10.1080/10548408.2018.1507866>
- Moro-Visconti, R., Rambaud, S. C., & Pascual, J. L. (2020). Sustainability in Fintechs: An explanation through business model scalability and market valuation. [Sostenibilidad en Fintechs: Una explicación a través de la escalabilidad del modelo de negocio y valoración de mercado]. *Sustainability (Switzerland)*. 12(24), 1-24. <https://doi.org/10.3390/su122410316>
- Najib, M., Juwita, W., Fahma, F., Endri, E., & Suhartanto, D. (2021) Fintech in the Small Food Business and Its Relation with Open Innovation. [Fintech en la pequeña empresa de alimentos y su relación con la innovación abierta]. *Journal of Open Innovation*. 7(1), 88. <https://www.mdpi.com/2199-8531/7/1/88>
- Palos-Sanchez, P., Reyes-Menendez, A., & Saura, J. (2019). Modelos de Adopción de Tecnologías de la Información y Cloud Computing en las Organizaciones: Un análisis de la Literatura. *Información Tecnológica*.
<https://doi.org/10.4067/S0718-07642019000300003>
- Parmar, B., Freeman, R. Harrison, J., Wicks, A., De Colle, S., Purnell, L. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. [Teoría de las partes interesadas: el estado del arte]. *The Academy of Management Annals*. 3(403-445).
<https://doi.org/10.1080/19416520.2010.495581>

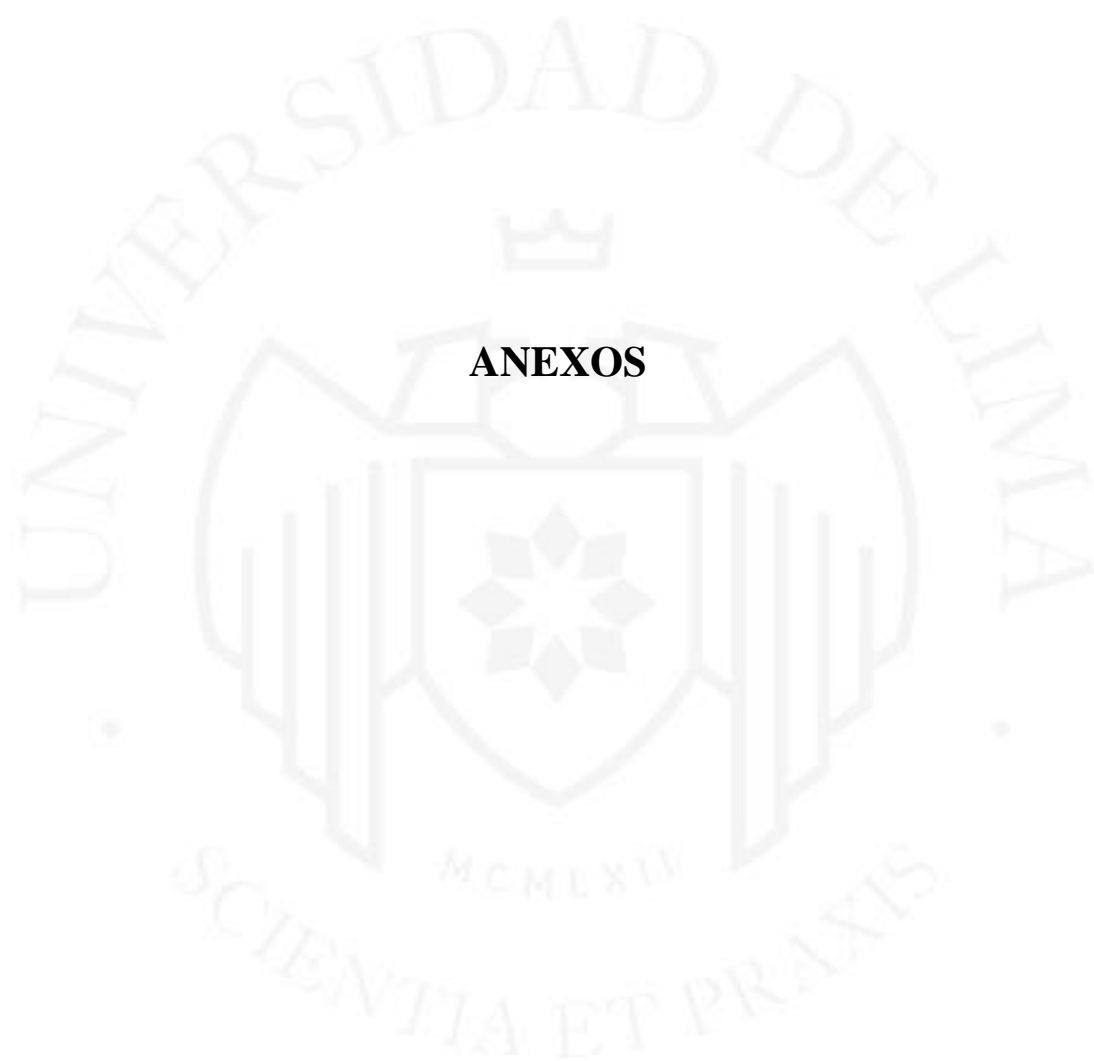
- Quicaño, C. (2019). UTAUT2 adaptado para medir la intención del comportamiento en la aceptación tecnológica del servicio de internet de alta velocidad en cadenas hoteleras peruanas caso de estudio: Casa Andina. *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*.
https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10851/Quicano_ac.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Quicaño, C., León, C. y Moquillaza, A. (2019). Un modelo para medir el comportamiento en la aceptación tecnológica del servicio de Internet en hoteles peruanos basado en UTAUT2. Caso “Casa Andina”. *Cuadernos de desarrollo aplicados a las TIC*. <http://doi.org/10.17993/3ctic.2019.81.12-35>
- Ramírez, D. C. H, & Leal, W. J. (2013). Percepción de riesgo y compras por internet: su relación con la personalidad y el tipo de producto. *Revista Suma Psicológica*, 20(2), 147. <https://doi.org/10.14349/sumapsi2013.1409>
- Rojas, L. (2016). La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la Banca. *Disrupción tecnológica en el sector financiero*. 24.
<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/976>
- Ryu, H., & Ko, K. (2020). Sustainable Development of Fintech: Focused on Uncertainty and Perceived Quality Issues. [Desarrollo Sostenible de Fintech: Enfocado en Incertidumbre y Problemas de Calidad Percibida]. *Sustainability*. 12(18), 7669. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/18/7669/htm>
- San Martin, D. (2014) Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. 16(1). 104-122. <http://www.scielo.org.mx/pdf/redie/v16n1/v16n1a8.pdf>
- Sarstedt, M., Cheah, JH. (2019). Partial least squares structural equation modeling using SmartPLS: a software review. [Modelado de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales usando SmartPLS: una revisión de software]. *J Market Anal*. <https://doi.org/10.1057/s41270-019-00058-3>
- Singh, S., Sahni, M.M. & Kovid, R.K. (2020). What drives Fintech adoption? A multi-method evaluation using an adapted technology acceptance model. [¿Qué impulsa la adopción de Fintech? Una evaluación multimétodo utilizando un modelo de aceptación de tecnología adaptada]. *Management Decision*. 58(8) 1675-1697. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1318>
- Varela, L., Rivas, L., Chaparro, J. (2010). Modelo de aceptación tecnológica (TAM): un estudio de la influencia de la cultura nacional y del perfil del usuario en el uso de las TIC *Innovar*.
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0121-50512010000100014&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. [Aceptación de los usuarios de la tecnología de la información: hacia una visión unificada]. *Management Information Systems Quarterly*.

- World Bank. (2018). *Achieving Universal Financial Access by 2020*. [Lograr el acceso financiero universal para 2020].
<https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/brief/achieving-universal-financial-access-by-2020>
- Xena, P. y Rahadi, R. A. (2019). Adoption of E-Payment to Support Small Medium Enterprise Payment System: A Conceptualised Model. [Adopción de pagos electrónicos para respaldar el sistema de pago de pequeñas y medianas empresas: un modelo conceptualizado]. *International Journal of Accounting, Finance and Business*. (IJAFB), 4(18), 32-41.
- Xie, J., Ye, L., Huang, W., & Ye, M. (2021). Understanding Fintech Platform Adoption: Impacts of Perceived Value and Perceived Risk. [Comprender la adopción de la plataforma Fintech: impactos del valor percibido y el riesgo percibido]. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. 16(5), 1893-1911. <https://www.mdpi.com/0718-1876/16/5/106>
- Yoon, C., & Lim D. (2021). Customers intentions to switch to internet-only banks: Perspective of the push-pull-mooring model. [Intenciones de los clientes de cambiar a bancos solo por Internet: Perspectiva del modelo push-pull-mooring]. *Sustainability*. 13(14), 8062. <https://doi.org/10.3390/su13148062>
- Yudistira, A., & Nanggala, A. (2020). Use of Fintech for Payment: Approach to Technology Acceptance Model Modified. [Uso de Fintech para pagos: modelo de enfoque de aceptación de tecnología modificado]. *Journal of contemporary information technology, management and accounting*.
<http://journal.p2ai.or.id/index.php/JCITMA/article/view/6/2>
- Zarrouk, H., El Ghak, T., & Bakhouch, A. (2021). Exploring Economic and Technological Determinants of Fintech Startups' Success and Growth in the United Arab Emirates. [Exploración de los determinantes económicos y tecnológicos del éxito y el crecimiento de las startups fintech en los Emiratos Árabes Unidos]. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. (2021), 7(1), 50. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010050>

BIBLIOGRAFÍA

- Hernández S., R., Fernández C., C & Baptista L. P. (2014). Metodología de la investigación. (6ta ed.) México: Mc Graw - Hill.
- Moreno-León, J. (2021). Dimensiones del contexto estratégico internacional. Universidad de Lima, Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas, Carrera de Negocios Internacionales.
- Tokeshi A. (2013) Planifique, Desarrolle y apruebe su Tesis. Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima.
- Valderrama M. S. (2014). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica: 8 cuantitativa, cualitativa y mixta. Lima. San Marcos.
- Yin, R. K. (2017). Case study research and applications: Design and methods. Sage publications.





ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

ADOPCIÓN DE FINTECH Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DE COMIDA EN CHILE

El objetivo del estudio “Adopción de fintech y sostenibilidad empresarial en las pequeñas empresas de comida en Chile” es conocer cuáles son los factores que influyen en la intención de implementación de fintech en dichas empresas. Si accede a participar, le pediremos algunos datos personales y solicitaremos su apoyo respondiendo algunas preguntas.

Su participación en el estudio le tomará aproximadamente 10 minutos. Si luego de empezar a responder las preguntas, no desea seguir adelante por distintas razones, siéntase con total libertad para comunicarlo. Su participación es voluntaria, por tanto, la información obtenida será confidencial y solo se usará con fines de investigación.

Respecto a la siguiente investigación:

	Sí	No
He decidido libremente participar en el siguiente estudio		
Comprendo que mi participación es voluntaria		
Recibí información sobre los objetivos del presente trabajo de investigación		

¿Cuántos años tiene la empresa en el sector alimentario?

Respuesta: _____

¿En qué ciudad de Chile se encuentra la empresa?

Respuesta: _____

¿Cuál es el número de empleados que tiene la empresa?

Respuesta: _____

Bloque 1: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

CED- Completamente en desacuerdo.
ED- En desacuerdo.
NDNED- Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
DA- De acuerdo.
CDA- Completamente de acuerdo.

	CED	ED	NDNED	DA	CDA
El proceso de servicio de Fintech es más rápido					
El servicio Fintech facilita la conexión con los inversores.					
La plataforma Fintech facilita la conexión con el prestamista.					
La plataforma Fintech facilita el seguimiento de las transacciones.					

Bloque 2: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

CED- Completamente en desacuerdo.
ED- En desacuerdo.
NDNED- Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
DA- De acuerdo.
CDA- Completamente de acuerdo.

	CED	ED	NDNED	DA	CDA
Aprender a usar una plataforma Fintech es fácil para mí.					
Los procedimientos de financiamiento son claros y comprensibles.					
Me resulta fácil proponer financiación en una empresa Fintech.					
Las plataformas Fintech son fáciles de usar.					

Bloque 3: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

CED- Completamente en desacuerdo.
ED- En desacuerdo.
NDNED- Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
DA- De acuerdo.
CDA- Completamente de acuerdo.

	CED	ED	NDNED	DA	CDA
Tengo los recursos necesarios para usar una plataforma Fintech.					
El sistema Fintech es compatible con nuestro modelo de negocio.					
Puedo obtener ayuda de otras personas cuando tengo dificultades.					

Bloque 4: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

CED- Completamente en desacuerdo.

ED- En desacuerdo.

NDNED- Ni de acuerdo ni en desacuerdo.

DA- De acuerdo.

CDA- Completamente de acuerdo.

	CED	ED	NDNED	DA	CDA
Las personas que son importantes para mí piensan que debo usar Fintech.					
Las personas que influyen en mi comportamiento piensan que debería usar Fintech.					
Personas cuyas opiniones valoro prefieren usar Fintech.					

Bloque 5: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

1- Siempre

2- Casi siempre

3- A veces

4- Casi nunca

5- Nunca

	1	2	3	4	5
Usar las plataformas de Fintech es divertido.					
Usar las plataformas de Fintech es agradable.					
Usar las plataformas de Fintech es placentero.					

Bloque 6: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

- 1- Siempre
- 2- Casi siempre
- 3- A veces
- 4- Casi nunca
- 5- Nunca

	1	2	3	4	5
Siento que el beneficio es más alto que el costo cuando uso Fintech.					
Creo que la tasa de interés / tarifa es más baja.					
Creo que el costo del fondo de los préstamos P2P de Fintech es menor.					

Bloque 7: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

- CED-** Completamente en desacuerdo.
- ED-** En desacuerdo.
- NDNED-** Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- DA-** De acuerdo.
- CDA-** Completamente de acuerdo.

	CED	ED	NDNED	DA	CDA
Conozco bien el producto de los préstamos Fintech P2P.					
Conozco los procedimientos para acceder a una plataforma Fintech.					
Conozco los requisitos para obtener financiamiento de Fintech.					

Bloque 8: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

- Sí-** Si la afirmación es positiva
- No-** Si la afirmación es negativa.

	Sí	No
Usar teléfonos inteligentes para acceder a Fintech se ha convertido en un hábito		
Usar teléfonos inteligentes para el pago se ha convertido en algo natural para mí.		

Debo usar teléfonos inteligentes para acceder a servicios financieros.		
--	--	--

Bloque 9: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

- 1- Siempre
- 2- Casi siempre
- 3- A veces
- 4- Casi nunca
- 5- Nunca

	1	2	3	4	5
Los sistemas Fintech son sistemas seguros.					
Me siento seguro al proporcionar información cuando utilizo Fintech.					
No me preocupa que la información proporcionada al utilizar una plataforma Fintech pueda ser utilizada por otras personas.					

Bloque 10: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

- Sí-** Si la afirmación es positiva
- No-** Si la afirmación es negativa.

	Sí	No
He descargado una plataforma Fintech para préstamos P2P		
He propuesto financiamiento de una empresa Fintech.		
Utilicé financiamiento de una empresa Fintech		

Bloque 11: Para cada afirmación, marcar según la siguiente valoración:

- CED-** Completamente en desacuerdo.
- ED-** En desacuerdo.
- NDNED-** Ni de acuerdo ni en desacuerdo.
- DA-** De acuerdo.
- CDA-** Completamente de acuerdo.

	CED	ED	NDNED	DA	CDA
El financiamiento de Fintech aumenta la capacidad empresarial.					
La financiación de Fintech mejora la competitividad empresarial.					
Con el financiamiento de Fintech, el negocio aumenta de manera sostenible.					



Anexo 2: Formato de validación de juicio de expertos

Nombre de la tesis	ADOPCIÓN DE FINTECH Y SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DE COMIDA EN CHILE
Nombre del tesista(s)	Ximena Acosta y Renzo Alfaro
Nombres del validador	Dr. Alfredo Estrada Merino
Profesión	Doctor en Educación, Dr © en Administración y Negocios Globales, Master en Alta Dirección Internacional
Grado académico	Licenciado () Magíster () Doctor (X)
Años de experiencia laboral	De 5 a 10 () De 11 a 15 () De 16 a 20 (x) Más de 20 ()
Organización donde labora	Universidad de Lima
Cargo actual	Docente
Correo electrónico de contacto	Aestrada@ulima.edu.pe

Luego de revisar el instrumento cuestionario / guía de entrevista, se sugiere cambios en los siguientes ítems / preguntas. Aquellos ítems/preguntas que no se mencionan se considera que no requieren cambios porque están acordes a las preguntas/objetivos/hipótesis de la investigación, así como a las variables, dimensiones e indicadores planteados.

1. El penúltimo bloque “adopción del fintech”, sugiero que se reubique o que acote dentro de otros bloques, dado que es un bloque algo más introductorio.
2. La cantidad de preguntas es muy extensa, se sugiere acotar tanto la cantidad de preguntas como la cantidad de bloques
3. Existen ítems que están orientados al modelo de negocio, pero que están dispersos, se sugiere revisarlos para agruparlos y darles mayor coherencia, sin

dejar de lado la articulación lograda por el autor en los trabajos teóricos que fundamentan los ítems.






15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text
- ▶ Small Matches (less than 9 words)

Top Sources

- 15%  Internet sources
- 4%  Publications
- 10%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 15% Internet sources
- 4% Publications
- 10% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	
hdl.handle.net		2%
2	Internet	
repositorio.ulima.edu.pe		2%
3	Student papers	
Universidad de Lima		1%
4	Internet	
cybertesis.unmsm.edu.pe		<1%
5	Student papers	
Universidad Tecnologica del Peru		<1%
6	Internet	
docta.ucm.es		<1%
7	Internet	
portal.amelica.org		<1%
8	Student papers	
Universidad Catolica de la Santisima Concepcion		<1%
9	Internet	
repositorioacademico.upc.edu.pe		<1%
10	Internet	
pensamientocriticoudf.com.mx		<1%
11	Student papers	
Pontificia Universidad Catolica del Peru		<1%

12	Internet	repository.ucc.edu.co	<1%
13	Internet	repositorio.unbosque.edu.co	<1%
14	Internet	issuu.com	<1%
15	Student papers	Universidad Tecnológica Centroamericana UNITEC	<1%
16	Internet	datospdf.com	<1%
17	Internet	www.coursehero.com	<1%
18	Internet	www.theibfr.com	<1%
19	Internet	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe	<1%
20	Internet	tesis.pucp.edu.pe	<1%
21	Student papers	National University College - Online	<1%
22	Student papers	Universitat Internacional de Catalunya	<1%
23	Student papers	Universidad del Pacifico	<1%
24	Student papers	Fundación Universitaria del Area Andina	<1%
25	Internet	revistainclusiones.com	<1%

26	Student papers	Universidad Andrés Bello	<1%
27	Internet	revistas.unal.edu.co	<1%
28	Student papers	Universidad de Manizales	<1%
29	Student papers	Universidad del Norte, Colombia	<1%
30	Internet	repositorio.comillas.edu	<1%
31	Internet	tesis.usat.edu.pe	<1%
32	Internet	1library.co	<1%
33	Student papers	Universidad San Ignacio de Loyola	<1%
34	Internet	bdigital.dgse.uaa.mx:8080	<1%
35	Internet	repositorio.upn.edu.pe	<1%
36	Internet	scholar.archive.org	<1%
37	Student papers	UTEC Universidad de Ingeniería & Tecnología	<1%
38	Internet	openaccess.uoc.edu	<1%
39	Internet	www.apec.org	<1%

40	Internet	pubhtml5.com	<1%
41	Internet	produccioncientificaluz.org	<1%
42	Internet	repositorio.usil.edu.pe	<1%
43	Student papers	UNIV DE LAS AMERICAS	<1%
44	Internet	dspace.unl.edu.ec	<1%
45	Internet	openaccessojs.com	<1%
46	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%
47	Internet	www.slideshare.net	<1%
48	Internet	scioteca.caf.com	<1%
49	Internet	www.congresoeducacion.es	<1%
50	Publication	"¿Se Habla Dinero?", Wiley, 2012	<1%
51	Internet	(3-31-14) http://132.248.242.14/~posgrado/posbiblio/pdfs/11/EstUsuarios.pdf	<1%
52	Internet	epub.lib.aalto.fi	<1%
53	Internet	www.reportefintech.com	<1%

54	Student papers	Universidad Pública de Navarra	<1%
55	Internet	vdocumento.com	<1%
56	Internet	www.intangiblecapital.org	<1%
57	Internet	ri.ues.edu.sv	<1%
58	Student papers	Universidad Católica Boliviana "San Pablo"	<1%
59	Student papers	Universidad de Huelva	<1%
60	Publication	Jichuan Wang, Amir Hefetz, Gabriel Liberman. "Applying structural equation mod..."	<1%
61	Student papers	Universidad Complutense de Madrid	<1%
62	Internet	core.ac.uk	<1%
63	Internet	dehesa.unex.es	<1%
64	Internet	muac.unam.mx	<1%
65	Student papers	Universitat Politècnica de València	<1%
66	Internet	ojs.revistainteracciones.com	<1%
67	Internet	rabida.uhu.es	<1%

68	Internet	repositorio.ute.edu.ec	<1%
69	Internet	repository.javeriana.edu.co	<1%
70	Internet	www.cambridge.org	<1%
71	Internet	www.senado.cl	<1%
72	Publication	"¿Por qué las mujeres han dejado de participar en el mercado laboral?: una aprox...	<1%
73	Student papers	Infile	<1%
74	Internet	docs.google.com	<1%
75	Internet	dspace.utb.edu.ec	<1%
76	Internet	es.slideshare.net	<1%
77	Internet	transportesynegocios.wordpress.com	<1%
78	Internet	www.openaccessojs.com	<1%
79	Internet	96abf9fb-a2b4-4f23-8e8b-68d6bbf54168.usrfiles.com	<1%
80	Publication	Mehraj Din Wani, Zubair Ahmad Dada, Shamim Ahmad Shah. "Behavioural intenti...	<1%
81	Internet	cdigital.uv.mx	<1%

82	Internet	repositoriousco.co	<1%
83	Internet	rgsa.openaccesspublications.org	<1%
84	Internet	www.aedave.es	<1%
85	Internet	www.elearningamericalatina.com	<1%
86	Internet	www.guiadelgolfo.com	<1%
87	Internet	www.researchgate.net	<1%
88	Internet	www.risti.xyz	<1%
89	Internet	zagan.unizar.es	<1%