



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE
comerciales.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Fonseca Leopoldo, Jair Jesus (orcid.org/0000-0001-9765-4884)

Pariona Quispe, Yisela (orcid.org/0000-0002-5515-7318)

ASESOR:

Dr. Illa Sihuincha, Godofredo Pastor (orcid.org/0000-0002-2532-3194)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Finanzas

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a nuestra familia, por su apoyo incondicional y anhelar siempre lo mejor para nosotros, así mismo agradecer a los docentes que nos brindaron su apoyo en todo lo necesario para desarrollar este proyecto de investigación.

AGRADECIMIENTO

A Dios que nos dio la vida y salud, a la Universidad y docentes que brindaron sus aportes pedagógicos y a nuestra familia por apoyarnos en este sendero.



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Declaratoria de autenticidad del asesor

Yo, ILLA SIHUINCHA GODOFREDO PASTOR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales.", cuyos autores son FONSECA LEOPOLDO JAIR JESUS, PARIONA QUISPE YISELA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 09 de Julio del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
ILLA SIHUINCHA GODOFREDO PASTOR DNI: 10596867 ORCID: 0000-0002-2532-3194	Firmado electrónicamente por: GILLAS el 09-07- 2023 14:32:28

Código documento Trilce: TRI - 0581609



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Declaratoria de originalidad del autor

Nosotros, FONSECA LEOPOLDO JAIR JESUS, PARIONA QUISPE YISELA estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales.", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Nombres y Apellidos	Firma
JAIR JESUS FONSECA LEOPOLDO DNI: 73257249 ORCID: 0000-0001-9765-4884	Firmado electrónicamente por: JFONSECAL el 09-07- 2023 15:39:49
YISELA PARIONA QUISPE DNI: 40490262 ORCID: 0000-0002-5515-7318	Firmado electrónicamente por: PPARIONAQU el 09- 07-2023 16:20:00

Código documento Trilce: TRI - 0581610

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR	iv
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	27
3.1. Tipo y diseño de investigación	27
3.2. Variables y operacionalización	28
3.3. Población, muestra, muestreo	32
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	34
3.5. Procedimientos	35
3.6. Método de análisis de datos	36
3.7. Aspectos éticos	36
IV. RESULTADOS	38
V. DISCUSIÓN	45
VI. CONCLUSIONES	55
VII. RECOMENDACIONES	59
REFERENCIAS	63
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Fiabilidad del indicador y fiabilidad compuesta</i>	39
Tabla 2. <i>Validez discriminante (criterio de Fornell-Larcker)</i>	40
Tabla 3. <i>Cargas factoriales cruzadas</i>	41
Tabla 4. <i>Índices de ajuste del modelo</i>	43
Tabla 5. <i>Índices de ajuste de modelo</i>	44

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Modelo teórico de las Fintech en la inclusión financiera.....</i>	16
Figura 2. <i>Modelo teórico propuesto.....</i>	17
Figura 3. <i>Modelo teórico.....</i>	38
Figura 4. <i>Estimación del modelo path.....</i>	43

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad: Evaluar el efecto entre la influencia social y la inclusión financiera de las MyPE comerciales, evaluar el efecto entre la usabilidad e inclusión financiera de las MyPE comerciales. La importancia de esta investigación radica en emplear las Fintech para cubrir las expectativas de los consumidores. La metodología fue de tipo aplicada de corte transversal, con un enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, de nivel correlacional-causal. Se demostró la validez convergente mediante la fiabilidad de las variables latentes, donde todos sus valores son mayores a $\geq ,70$; evaluados a través del Alpha de Cronbach. Además, de acuerdo a la correlación se obtuvieron los resultados de los objetivos influencia social e inclusión financiera ($R^2 ,560$; $R^2 ,606$; $\beta. ,249$); usabilidad e inclusión financiera ($R^2 ,576$; $R^2 ,606$; $\beta. ,592$); confirmando la relación existente entre las variables latentes. Para el criterio de ajuste se tomó en cuenta APC; ,631; ARS. ,597; AVIF. 1,714; SRMR. 0,083 y GoF. ,65. Se concluye que, los socios del Mercado Los Molles, al adoptar los diferentes productos financieros mejorarían sus procesos de pago y cobro a través de los servicios financieros digitales que brindan las entidades financieras.

Palabras clave: Tecnología financiera, MyPE, servicios financieros.

ABSTRACT

The present research aims to: Evaluate the effect between social influence and financial inclusion in commercial MSEs, evaluate the effect between usability and financial inclusion in commercial MSEs. The importance of this research lies in employing Fintech to meet consumer expectations. The methodology was applied cross-sectional, with a quantitative approach, non-experimental design, correlational-causal level. Convergent validity was demonstrated through the reliability of the latent variables, where all their values are greater than $\geq ,70$; evaluated through Cronbach's Alpha. In addition, according to the correlation, the results of the objectives social influence and financial inclusion ($R^2 ,560$; $R^2 ,606$; $\beta. ,249$); usability and financial inclusion ($R^2 ,576$; $R^2 ,606$; $\beta. ,592$) were abstained; confirming the existing relationship between the latent variables. For the adjustment criterion, APC was taken into account; $,631$; ARS. $,597$; AVIF. 1.714 ; SRMR. 0.083 and GoF. $,65$. It is concluded that the members of Mercado Los Molles, by adopting different financial products, would improve their payment and collection processes through digital financial services provided by financial institutions.

Keywords. Financial technology, MyPE, financial services

I. INTRODUCCIÓN

Para la elaboración del primer capítulo fue indispensable iniciar buscando información en la cual se precisa a la primera variable Fintech, en la cual se realizó una revisión explorativa real y completa de dicha variable, además de como ayuda a generar mayor inclusión financiera. Luego se precisó de manera meticulosa las variables latentes seleccionadas por el autor teórico base donde se toma como referencia; intención de comportamiento, servicio de confianza, influencia social y usabilidad; además se detallaron las variables latentes de la inclusión financiera las cuales son acceso, uso y servicio financiero. El conglomerado de datos informativos fue recabado de artículos científicos los cuales se extrajeron de una base de datos de páginas confiables las cuales tienen un rango de cuartiles Q1, Q2 y Q3; seguido se propone el problema a investigar. Además, se señalaron las justificaciones teóricas, metodológica, práctico y social, posteriormente, se sugirió los objetivos a investigar para luego plantear la hipótesis.

Emplear la tecnología financiera hace referencia a las nuevas herramientas innovadoras las cuales son imprescindibles para la supervivencia de las personas empresas u organización, es por ello que son los agentes encargados de brindar mediante estas diferentes plataformas tecnológicas una variedad de productos, servicios financieros de forma práctica y sencilla que oriente a los usuarios y organizaciones a minimizar sus procesos (Carballo y Dalle, 2019, p. 15). De tal forma renueva la propuesta de los servicios financieros tradicionales a los digitales generando operaciones más amigables (Barón y Forero, 2022, p.150). Además, sirve como medio para ofrecer productos de manera didáctica y personalizada con características que sea acorde a los usuarios finales que la usan (Hinojo y Rodríguez, 2019, p. 20 y Valencia, 2020, p. 188). Al usar estas tecnologías financieras ayuda a mejorar el bienestar de las personas como también de las organizaciones teniendo acceso a los productos y servicios financieros los cuales son útiles para cubrir las expectativas, asimismo satisfacer sus necesidades generando una mayor inclusión financiera (Senyo, 2021, p. 112).

A nivel internacional se realizó un estudio de investigación en China sobre cómo las Fintech influyen en el desarrollo en el sector financiero, donde los resultados establecen que las Fintech tiene un vínculo positivo con el desarrollo

financiero, además el apoyo que recibe hace mejorar el acceso a los préstamos, depósitos y las reservas dentro de los centros financieros (Muganyi, 2022, p. 16). En Pakistán, se realizó un estudio de investigación sobre la Fintech y su inclusión financiera islámica, dicho estudio presentó que las Fintech en las finanzas islámicas tiene un gran potencial para poder elevar el desarrollo socioeconómico para las comunidades subdesarrolladas, personas sin el acceso a los servicios bancarios y las MyPE; además la adopción de las Fintech ayuda al gobierno a mejorar la inclusión financiera y superar las crisis, logrando objetivos de desarrollo sostenible para una nación (Muneer et al., 2022, p. 21). En Montenegro, se realizó un estudio de los últimos desarrollos en el área Fintech, beneficios en potencia y los riesgos asociados, donde concluye que la tecnología financiera ha cambiado los métodos tradicionales en los servicios financieros, lo cuales ahora son rápidos, baratos y de fácil acceso, pero también tiene debilidades que son el riesgo cibernético y la dependencia de la conexión de internet (Vučinić y Luburić, 2022, p. 48).

Un estudio realizado en Indonesia cuyo objetivo es analizar el interés de las MIPYMES en la calidad de los servicios financieros, indica que el progreso de ellas es muy necesario como en el aumento de su capital empresarial, su interés por obtención de créditos es muy alto pero existen obstáculos en el uso de la tecnología y acceso a diversas aplicaciones financieras, el resultado del estudio manifestó que los servicios financieros tienen un efecto positivo en el interés de los préstamos de capital para las MIPYME (Suharyati y Utami, 2022, p. 220). La realización de una investigación en Sierra Leona, indica que el auge de los servicios financieros ha contribuido al ahorro de tiempo en los empresarios, asimismo los emprendedores y sus clientes se han beneficiado de las Fintech ya que han aprendido nuevas formas de hacer sus transacciones a través de los móviles y aplicaciones Fintech relacionadas, donde hay un aumento de autoestima y confianza en los servicios (Arslán et al., 2021, p. 19). Una investigación de estudio hecho en África, indica que la inclusión financiera está impulsada por la inclusión financiera digital, y cuentan con la ayuda de las diferentes herramientas digitales, asimismo ello ayudará a que más personas se beneficien con el uso de los servicios financieros; además de imponer la economía digital ayudando a ampliar la base imponible en África para que haya una mayor inclusión financiera (Mpofu y Mhlanga, 2022, p. 18).

A nivel nacional en una entrevista realizada a Dario Bregante, Senior Manager en EY Law Perú (Diario La República, mayo 2022), refiere que las Fintech es una industria que está en crecimiento y se ejerce en el sector financiero, asimismo la Fintech ayudan a la población a que esté más digitalizada en sus procesos y tengan mayor incentivo en acceder a los servicios digitales ya que debido a la pandemia casi el 50% de los peruanos tenían el acceso al internet y el 90 % hacia operaciones desde sus móviles. Una entrevista realizada a Ljubica Vodanovic, fundadora de Vadonovic Legal (Diario Gestión, diciembre 2021) refiere que en el mercado Fintech los bancos peruanos celebran alianzas con ellas para que sean parte de la transformación digital y así poder digitalizar sus procesos y productos para que adopten el modelo Fintech; asimismo manifestó que el crecimiento de los servicios digitales de las empresas del rubro financiero en el Perú llegó a un promedio del 70% anual entre los años del 2019 y 2020 en la pandemia. En una entrevista realizada a María José Artacho country manager de Global 66 Perú (Diario La República, marzo 2023) refiere que el plan de la inclusión financiera es crear alianzas con diferentes startups para simplificar procesos y complementar un nuevo ecosistema financiero digital donde se opte por lo económico y de fácil acceso para que los individuos realicen sus transacciones desde una aplicación móvil o a través de un sitio web.

A nivel organizacional el mercado Los Molles cuenta con más de 101 puestos el cual se divide en diferentes rubros de comercio, como es bazar, textil, infraestructura, abarrotes y comida, es un lugar frecuentado por diferentes personas de distintas edades en el rango 18 a 65 años el cual hacen sus compras para la semana, a ello la mayoría de los socios del mercado (dueños) son personas mayores de edad, donde en su mayoría tienen desconocimiento de los diferentes servicios financieros que existen en la actualidad, como las transferencias bancarias, pagos digitales como el yape, plin y los préstamos digitales para las MyPE. Los usuarios que adquieren sus productos en el mercado manifestaron que el proceso de la atención y el pago de los productos es muy lento ya que los comerciantes solo usan el intercambio de dinero físico y no cuentan con estos diferentes servicios financiero tecnológicos brindados por la entidades bancarias, para poder hacer el pago rápido, ello se debe a la desconfianza que hay en estos diferentes medios tecnológicos por las distintas estafas que se reportan diariamente

generando incertidumbre en los comerciantes. Además de ello los comerciantes necesitan capital para invertir en su negocio, pero el proceso de solicitar un préstamo a través de la banca tradicional es muy engorroso, generando que soliciten préstamos informales con tasas de interés altísima por la necesidad, todo ello se genera por el desconocimiento de los diferentes instrumentos financieros que existen hoy en día.

De acuerdo a lo mencionado las consecuencias que acarrea el no tener conocimiento de los diferentes instrumentos financieros tecnológicos generará retrasos en la atención, reduciendo las ventas, pérdida de clientes y demora en sus procesos de gestión financiera. Por tal razón si los comerciantes del mercado Los Molles persisten en estas mismas condiciones no solo generarán pérdidas para ellos, sino también para la asociación donde su rentabilidad se vería involucrada afectando el ingreso que reciben por parte de los comerciantes, el cual sirve para reforzar la infraestructura del lugar y servicios que paga el mercado, asimismo dicho aporte sirve para la resolución de los problemas, identificando los aspectos que causa la demora en la atención y el problema que tienen para acceder a estos productos financieros digitales, ello permitiría idear estrategias, capacitaciones e inducciones que ayude resolver y reforzar el problema en el mercado que es la demora en los procesos de atención y los obstáculos que presentan para acceder y usar los diferentes servicios financieros digitales.

La sugerencia de una problemática es la primera fase y el punto de inicio para toda investigación de la ciencia que se desea realizar, un paso erróneo puede acarrear dificultades en el proceso siguiente, es por ello que se tiene que identificar el problema y prestar atención en su desarrollo (Vergara et al., 2022, p. 921). asimismo, se define como un acontecimiento que se desea aclarar o una acción que dificulta la obtención de algo (Montes, 2021, p. 294). Además, el planteamiento del problema conlleva a defender con teorías sólidas y reales sobre la necesidad de responder las interrogantes del contexto (Diaz, 2022, p. 260). De acuerdo a lo mencionado se planteó los problemas siguientes (a)¿Cuál es el efecto entre la intención de comportamiento y la influencia social en las MyPE comerciales ?, (b)¿Cuál es el efecto entre la intención de comportamiento y la usabilidad en las MyPE comerciales?, (c)¿Cuál es el efecto entre la influencia social y la inclusión financiera en las MyPE comerciales?, (d)¿Cuál es el efecto entre el servicio de

confianza y la intención de comportamiento en las MyPE comerciales?, (e) ¿Cuál es el efecto entre la usabilidad y la inclusión financiera en las MyPE comerciales?

La justificación es la encargada de describir la importancia y vigencia del problema el cual se tiene como pregunta, logrando los resultados de la investigación, donde estos criterios son los sociales, prácticos, teórico y metodológico el cual ayudan a hacer la justificación (Espinoza, 2018, p. 29). Se justifica teóricamente cuando el investigador detecta un vacío en un campo científico que se desea estudiar y la misma inducción de este estudio ayudará a llenarlo total o parcialmente, generando reflexión y discusión intelectual sobre los diferentes conocimientos existentes (Fernández, 2020, p. 70); Por ello la importancia de conocer las diferentes plataformas digitales, que permitirá mejorar los procesos y gestión de manera óptima, incrementando la rentabilidad. Así mismo el estudio de investigación aportará conocimiento de acuerdo a la teoría de las Fintech, por medio de los textos bibliográficos y teóricos de los diferentes autores citados en la investigación.

La justificación metodológica propone y amplifica una nueva estrategia o método el cual ayuda a conseguir diferentes conocimientos confiables y sobre todo válidos (Fernández, 2020, p. 71); asimismo ayuda al investigador que cree una nueva metodología proponiendo una solución al problema hallado (Arias y Covinos, 2021, p. 63); ello orientará al investigador en la descripción y análisis del problema hallado, utilizando técnicas de observación y recopilación de datos para determinar la realización del estudio (Azuelo, 2018, p. 112); según lo mencionado líneas anteriores, la metodología de la investigación a usar para el presente estudio es de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, diseño transversal, no experimental, correlacional causal; la recopilación de datos fueron de artículos científicos indexados de cuartiles uno, dos y tres, el cual pertenecen a distintos repositorios conocidos y validados por expertos.

Justificación social se define como el estudio que busca resolver los problemas sociales o colectivos que daña a un sector (Ñaupas et al., 2018, p. 221), por ello busca dar respuesta a la pregunta que surge como ¿Quiénes se beneficiarán? y ¿Qué proyecto social tiene? (Arias, 2020, p. 40), además se recomienda que para las investigaciones aplicadas que realizan los autores estén enfocadas a la mejora de la sociedad (Fernández, 2020, p. 72); por consiguiente,

la presente investigación se argumenta socialmente ya es dirigida para el sector MyPE donde se busca una mejora al simplificar sus procesos usando la tecnología financiera, sabiendo además los beneficios que aporta en su vida cotidiana.

Los objetivos de la investigación tienen un rol importante el cual es definir todo aquello que se quiere lograr, partiendo de un problema el cual requiere ser atendido, donde el objetivo toma acción buscando la solución (Arias, 2021, p. 32), por ello dichas acciones inducen el progreso de la investigación en donde deben de manifestarse en forma de verbos, anunciándose de forma real, simple y sobre todo posible de lograr (Tapia et al., 2018, p. 34), además los objetivos deben relacionarse con los conocimientos que el autor pretende alcanzar (Arias et al., 2020, p. 239). Por consiguiente, en el presente estudio se esboza los objetivos cada una alineada con las variables latentes. Los objetivos formulados son (a) Evaluar el efecto entre intención de comportamiento y la influencia social en las MyPE comerciales, (b) Evaluar el efecto entre la intención conductual y la usabilidad en las MyPE comerciales, (c) Evaluar el efecto entre la influencia social y la inclusión financiera en las MyPE comerciales, (d) Evaluar el efecto entre el servicio de confianza y la intención de comportamiento en las MyPE comerciales, (e) Evaluar el efecto entre la usabilidad y la inclusión financiera en las MyPE comerciales.

La hipótesis es la cadena que llevará a descubrir nuevas cosas, desarrollando distintos aspectos, desde una presunción y esbozando los resultados de distintos estudios o también puede estar fundamentada en una teoría (Tapia et al., 2018, p. 32), además desde esta perspectiva del autor la hipótesis se plantea como la solución a la pregunta que hacemos inicialmente y se convierte en la parte elemental clave que orienta y guía a lo que se desea estudiar y como se estudiará dentro de la investigación científica (Arias, 2021, p. 29).

Las hipótesis de la investigación propuesta son, (a) La intención de comportamiento tienen efecto significativo en la influencia social de las MyPE comerciales. (b) La intención de comportamiento tiene efectos significativos en la usabilidad de las MyPE comerciales; (c) La influencia social tiene efectos significativos en la inclusión financiera en las MyPE comerciales; (d) El servicio de confianza tiene efectos significativos en la intención de comportamiento en las MyPE comerciales; (e) La usabilidad tiene efectos significativos entre la inclusión financiera en las MyPE comerciales.

II. MARCO TEÓRICO

Para elaborar el segundo capítulo, se inició con la sustentación de los teóricos en relación de las variables a estudiar. Tomando como parte el desarrollo de los antecedentes realizados en investigaciones anteriores entre ellas nacionales e internacionales, proporcionando la definición del comportamiento de las variables latentes investigadas en la geolocalización donde se concibió la investigación; de igual forma, se toma los antecedentes con las teorías que se emplean como objeto de estudio, así mismo dicho estudio infiere en los tipos de investigación los cuales son aplicables para los resultados y la conclusión respectiva de la investigación dada, luego se incluye las bases teóricas en las que se define las variables latentes del estudio de investigación.

Tomic et al. (2022) en su estudio de investigación; *Uso del modelo UTAUT para analizar la intención del usuario de aceptar sistemas de pago electrónico en Serbia*. Teniendo como objetivo general, identificar los impulsores claves de la intención de comportamiento y determinar sus efectos y los efectos de las demás variables incluidas sobre el comportamiento de los usuarios. La intención de comportamiento es como un mediador el cual depende de los defectos de una serie de variables y a la vez todas ellas tienen influencia en la conducta, siendo reflejadas en la creencia y actitud personal del usuario (Ma et al., 2011) así mismo se considera que la variable tiene un efecto decisivo sobre la intención de comportamiento (Im et al., 2011). Por otro lado, la influencia social es un factor altamente subjetivo el cual se relaciona con el sentimiento con que una comunidad quiere que el usuario adopte un patrón de comportamiento específico (Singh et al., 2010). Dicho estudio demostró que el entorno es de gran importancia para la adopción de los servicios de banca móvil resaltando que los usuarios no solo usan nuevas tecnologías, sino también son parte de un nuevo sistema social. El nivel de correlación del presente estudio de investigación es de 0,66 y con un Sig. Bilateral de ,002 siendo significativamente alta. Finalmente, el resultado del estudio muestra que tanto la expectativa de desempeño, la seguridad percibida, la confianza y la influencia social poseen fuertes efectos positivos sobre la intención de comportamiento para adoptar Fintech.

Al Saide et al., (2020) en su estudio de investigación; *Desarrollo de un modelo UTAUT extendido general para la adopción de pagos móviles*, en la cual tiene tres

objetivos a estudiar, primero; revisar sistemáticamente los artículos de adopción de pagos móviles que extendieron el modelo UTAUT. Segundo; determinar los factores más frecuentes que lograron resultados significativos en los estudios revisados y tercero; proponer un modelo general UTAUT extendido a través de la extensión del modelo con los factores determinados. Cuando a los usuarios se le brinda un sistema nuevo de pago la intención conductual de usar dicho sistema se ve influenciada por varios factores, en otras palabras, la intención conductual o de comportamiento se representa de forma cognitiva mediante la disposición de una persona para la realización de una conducta dada (Venkatesh et al., 2003). Así mismo, la influencia social mide el uso de la tecnología en las personas siendo relacionada por las opiniones de los demás menciona (Venkatesh et al., 2013). Por lo tanto, se anticipa que la influencia social es un pilar importante e influye en la predicción de la aceptación de nuevas tecnologías (Leong et al., 2013). El nivel de correlación para este estudio de investigación es de ,216 y con un Sig. Bilateral de ,000 Teniendo un efecto positivo significativo en la intención conductual de las personas que utilizan el sistema de pago móvil. Finalmente, los resultados de este estudio podrían proporcionar un apoyo adecuado para los tomadores de decisiones en Omán en la construcción de la infraestructura de pago Móvil y garantice los canales del mismo siendo capaces de realizar transacciones financieras de manera eficiente, segura, cuando y donde los usuarios prefieran usarlos.

Setiawan et al., (2023) en su estudio de investigación *Búsqueda de la inclusión financiera a través de los servicios financieros digitales (Fintech) durante la pandemia de Covid-19 estudio de caso de las mujeres en Indonesia*. Teniendo como propósito; Investigar los agentes que influyen en la intención conductual de adoptar Fintech desde la perspectiva de las mujeres de Indonesia. Apoyado en la teoría de comportamiento planificado, el autor intenta determinar el comportamiento utilizando a la intención como una variable predictora la cual se mide según las actitudes, normas sociales y control de comportamiento percibido (Ajzen, 1991). De la misma manera, menciona que los clientes tienen la intención de adoptar una nueva tecnología si creen que esta beneficiara su rendimiento (Singh et al., 2020). Por otro lado, en referencia a la facilidad de uso se refiere como el nivel de esfuerzo requerido por un individuo para utilizar una nueva tecnología (Davis et al., 1989). Así mismo se menciona a la facilidad de uso percibido como la eficiencia con la que

se utilizan estos servicios financieros tecnológicos y con la forma tan sencilla con la que se puede utilizar dichos productos a través de los diversos dispositivos electrónicos (Setiawan et al., 2023). Para este estudio de investigación el nivel de correlación es de ,604 y un Sig. Bilateral de ,05. Este resultado fue llamativo debido a que muestra que la facilidad de uso percibido tiene un impacto significativamente negativo en la intención de adoptar servicios de tecnología financiera en el caso de las mujeres de Indonesia. Finalmente, la intención de adoptar Fintech estimularía a descubrir y probar nuevos productos financieros.

Nugraha et al. (2022) en su estudio de investigación con título; *Impulsores de adopción de Fintech para la innovación de las Pymes en Indonesia*, tiene como objetivo; explorar los determinantes de las Pymes Indonesias en la adopción de los servicios Fintech durante la pandemia de Covid-19. Donde consideran a los impulsores de la intención de comportamiento en relación a las Fintech para que puedan diseñar las estrategias de vanguardia en la promoción de los servicios, con la finalidad de ampliar el acceso financiero que se asemeje y concuerde con las necesidades de las Pymes (Wisniewski, et al., 2021). Así mismo, se hace mención clara de que la intención de usar una nueva tecnología dependerá de que la persona crea que esta nueva tecnología generará beneficios en su rendimiento (Singh et al., 2020). Por otro lado, la usabilidad interpretada como Facilidad de uso percibido, se refiere al esfuerzo que una persona necesita para usar nueva tecnología (Zhang et al., 2018). Además, se argumenta que de acuerdo a estudios científicos los tableros fáciles de usar y los diseños de interfaz del usuario ayudan a los consumidores a interactuar con los servicios financieros tecnológicos (Agyei, 2020). Para este estudio de investigación el nivel de correlación es de ,734 y un Sig. Bilateral de ,000. Finalmente, los hallazgos mencionan que uno de los factores como la facilidad de uso percibida requieren del apoyo del gobierno, esto es esencial porque ayudaría a minimizar los principales problemas en el uso de la tecnología financiera brindada por las entidades bancarias.

Leefmans et al. (2021) en su estudio de investigación titulado; *Influencia social y el uso del mPOS; los efectos del género* teniendo como objetivo general; conocer porque la influencia social y la compatibilidad de género son determinantes del uso del mPOS entre los adultos y jóvenes, La influencia social de acuerdo al autor la define como un factor esencial que influye sobre la adopción de tecnologías

(Polasic et al., 2012). Así mismo, la influencia social es el nivel en que una persona percibe que otra importante crea que debe utilizar un nuevo sistema de información (Venkatesh, 2023). Por otro lado, también definen a la influencia social como la presión que ejercen sobre el individuo a través de las opiniones de los demás (Van Biljon y Kotze 2008). Asimismo, de acuerdo al modelo UTAUT, la inclusión financiera es definida como el acceso y uso que se da a las nuevas tecnologías utilizando como puente a las Fintech (Wang et al., 2010). Además, para tener accesibilidad y usabilidad de la inclusión financiera participan tres variables moderadoras como son la influencia social, la conciencia y el género (Leefmans, 2023), así mismo hace hincapié que para el incremento de la inclusión financiera en un país en vías de desarrollo el estudio de dichas variables son de gran importancia ya que sirven de guía para los desarrolladores de mPOS, anunciantes y propietarios de las Pymes (Leefmans, 2023). El nivel de correlación entre la influencia social y la inclusión financiera en este estudio de investigación es de ,316 y el Sig. Bilateral es de ,005. En síntesis, este estudio sugiere que los proveedores de servicios mPOS en México deberían prestar más atención a la influencia social de los usuarios de mPOS. Por ello es esencial crear conocimiento de mPOS en México, especialmente para los comerciantes que no tienen dichos conocimientos y otro grupo objetivo el cual tenga la información necesaria y el fácil acceso de dichos servicios financieros.

Daniali et al. (2022) En su trabajo de investigación; *Exploración del modelo UTAUT en el servicio móvil 4.5 G: Moderación de los efectos socioeconómicos del género y la conciencia*. Teniendo como objetivo general Examinar cómo las intenciones de uso de los estudiantes de usar teléfonos móviles 4.5 G; se ven afectados por los factores socio económicos de expectativa de rendimiento, costo, expectativa de esfuerzo e influencia social. La influencia social como uno de los determinantes influyentes y esenciales para la aceptación del uso de nuevas tecnologías (Lui et al., 2009), además son el grado de reconocimiento de los estudiantes en relación a las personas que son importantes para ellos, los cuales esperarían que obtuvieron y usarán un teléfono móvil 4.5 G (Venkatesh, 2023). En concordancia con los autores anteriores refieren a la influencia social como uno de los determinantes esenciales para la aceptación de nuevas tecnologías (Ho et al., 2013). Por lo tanto; la influencia social tanto a familiares, colegas, amistades, y hasta los mismos compañeros de estudio fueron fundamentales para persuadir a

los estudiantes de usar la tecnología móvil (Leong et al., 2013). Por otro lado, de acuerdo al modelo UTAUT la inclusión financiera se define como el acceso y uso que se da a las nuevas tecnologías utilizando como puente a las Fintech (Wang et al., 2010). Es así que de acuerdo a la investigación existente se demostró que los constructos como influencia social e intención de comportamiento juegan un papel importante para el uso, acceso e incremento de la inclusión financiera (Okazaki y Méndez, 2013). El nivel de correlación en el presente estudio de investigación es de ,425 y un Sig. Bilateral de ,001. Finalmente, los hallazgos encontrados indican que, para mayor uso y adopción de estas nuevas tecnologías, las personas deben de percibir que dichas tecnologías sean aplicables.

Setiawan et al. (2023) en su estudio de investigación; *Búsqueda de la inclusión financiera a través de los servicios financieros digitales (Fintech) durante la pandemia de Covid-19 estudio de caso de las mujeres en Indonesia*. Presenta como objetivo general; Investigar los factores que conducen a la adopción de Fintech por parte de las mujeres en Indonesia. La confianza es la base de los servicios financieros según (Broby 2021), y se relaciona con la privacidad y la garantía de los datos personales en los servicios Fintech (Cojoianu et al., 2021), por lo tanto; se puede decir que la confianza afecta de forma positiva en la adopción de Fintech (Ali et al., 2021). Por otro lado, la intención de comportamiento es el factor más crítico que rige la aceptación y el uso por parte del usuario (Zhou et al., 2008). Además de acuerdo a varias investigaciones afirma que las intenciones de comportamiento es un punto central y preciso en la conducta del usuario (Khalid et al., 2021). El nivel de correlación en este estudio de investigación es de ,897 y un Sig. Bilateral de ,05. La que indicaría que tal hipótesis es aceptada. Finalmente concluyen que es importante la comprensión de las variables en la pretensión de adoptar finanzas tecnológicas por parte de las mujeres de Indonesia, así mismo lo valioso que es para cerrar la brecha de género en la accesibilidad y la democratización de los servicios Fintech en todos los segmentos sociales.

Nugraha et al. (2022) en su trabajo de investigación; *Impulsores de adopción de Fintech para la innovación para las Pymes en Indonesia*. Tiene como objetivo general explorar los determinantes de las Pymes Indonesias en la adopción de servicios Fintech durante la pandemia covid-19. Donde refieren a la confianza como la base de los servicios financieros (Cojoianu et al., 2021). Así mismo la confianza

afecta de forma positiva en la intención de adoptar Fintech y se relaciona con la protección y seguridad de la data personal de los servicios Fintech (Broby et al., 2013), Por otro lado, la intención de comportamiento se encuentra ligada hacia el uso de sistemas de pagos móviles y está designada en gran parte por el nivel de expectativa de esfuerzo (Al-Okaily et al., 2020), en otras palabras; la intención de comportamiento se ve influenciada por los constructos que permiten tener la intención de usarlos mejorando así la inclusión. El nivel de correlación para el estudio de investigación es de ,511 y un Sig. Bilateral de ,001. Finalmente, los hallazgos permitieron identificar que casi todas las variables latentes tienen un impacto de forma directa en la intención conductual al momento de adoptar las Fintech entre las MyPE de Indonesia.

Abdalwaly Lufi (2021) en su estudio de investigación titulado; *Sostenibilidad de la inclusión financiera digital en el contexto jordano*. Siendo el objetivo general; Determinar los factores que conducen a la aceptación del sistema JoMoPay entre los ciudadanos jordanos. La facilidad de uso interpretada bajo los términos de la usabilidad al grado en que los usuarios creen que la aplicación de un sistema específico estaría exenta de todo esfuerzo (Davis, 1989). Además de acuerdo a varios estudios se determinó que la facilidad de uso es un factor de suma importancia en la intención de uso de los sistemas (Alalwan, 2017); por ello se espera que los ciudadanos de Jordania puedan encontrar que, los sistemas de pago móviles sean de fácil manejo y sin mucho esfuerzo, generando la probabilidad de que más usuarios adopten dichos sistemas. Por otro lado, se define a la inclusión financiera como el grado en que las personas pueden acceder a una diversidad de productos y servicios financieros, las cuales se realizan de manera adecuada, confiable y de forma sostenible a un costo razonable el cual cubra las expectativas de las necesidades de los usuarios (Al-Okaily, 2021). Cabe mencionar que la inclusión financiera se esfuerza por eliminar las barreras que excluyen sobre todo a las personas que participan en los servicios del sector financiero los cuales ayudarán a mejorar su nivel de vida (Abdalwaly, 2021). El nivel de correlación para el presente estudio es .017 y un Sig. Bilateral (NS) donde indica que se rechaza la hipótesis, debido a que la hipótesis no es consciente con la predicción del modelo TAM, implicando que los ciudadanos jordanos no les den la importancia a los sistemas de pagos móviles.

Aly Mahmoud et al. (2022) en su estudio de investigación con título; *El impacto del pago móvil en las tasas de inclusión financiera*. Tiene como objetivo general mejorar los flujos financieros los que conducen a una mayor seguridad de transacciones entre los miembros de la sociedad. En donde refieren a la facilidad de uso como la capacidad del cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicio de manera rápida simple y directa, haciendo hincapié de que cuanto más control tenga el cliente sobre los sistemas más conveniente será usarlos (Li et al., 2020). Así mismo se hace mención del precio del servicio referido a un valor monetario que el cliente está dispuesto a pagar y soportar siempre y cuando el servicio tecnológico pueda brindar algún beneficio (Arab et al., 2013). Por otro lado, se refiere a la inclusión financiera tecnológica como una fase bancaria el cual tiene como objetivo asegurar que los grupos y segmentos social con bajos recursos puedan tener acceso a servicios y productos financieros apropiados a un costo razonable de manera simple y sin complicaciones (Lučić. 2021). Además de ello se recalca que la inclusión financiera tiene un rol importante a través de sus tres dimensiones, acceso a los servicios bancarios, uso y calidad de los mismos (Al Amareen, 2022). El nivel de correlación para este estudio de investigación en relación a las variables de facilidad de uso e inclusión financiera es de ,615 y un Sig. Bilateral de ,000 aceptando la hipótesis en la cual se establece que hay una significativa relación entre la facilidad de uso de pago móvil y la inclusión financiera en el Banco Árabe.

Para las bases teóricas es un procedimiento el cual implica el curso de entrada en el conocimiento existente y libre que se tiene, donde el objetivo es analizar y exponer de manera fácil las teorías (Hernández y Mendoza, 2018, p.70), asimismo la elaboración de las bases teóricas científicas se genera mediante el uso de una estructura o mapa conceptual sistemático y lógico donde se pueda investigar y diseñar la investigación propuesta (Ñaupas et al., 2018, p. 234). Por tal razón es imprescindible seguir un modelo donde el camino sea concreto y se aproxime a la solución del problema planteado (Viñan et al., 2018, p. 5).

Las Fintech se definen como la optimización de la tecnológica digital en un procedimiento de finanzas que genera tanto como productos, servicios o actuales prototipos de negocios (Nugraha et al.,2022, p. 2). Asimismo, las Fintech se consideran un favorecedor de la inclusión financiera, que puede inducir un

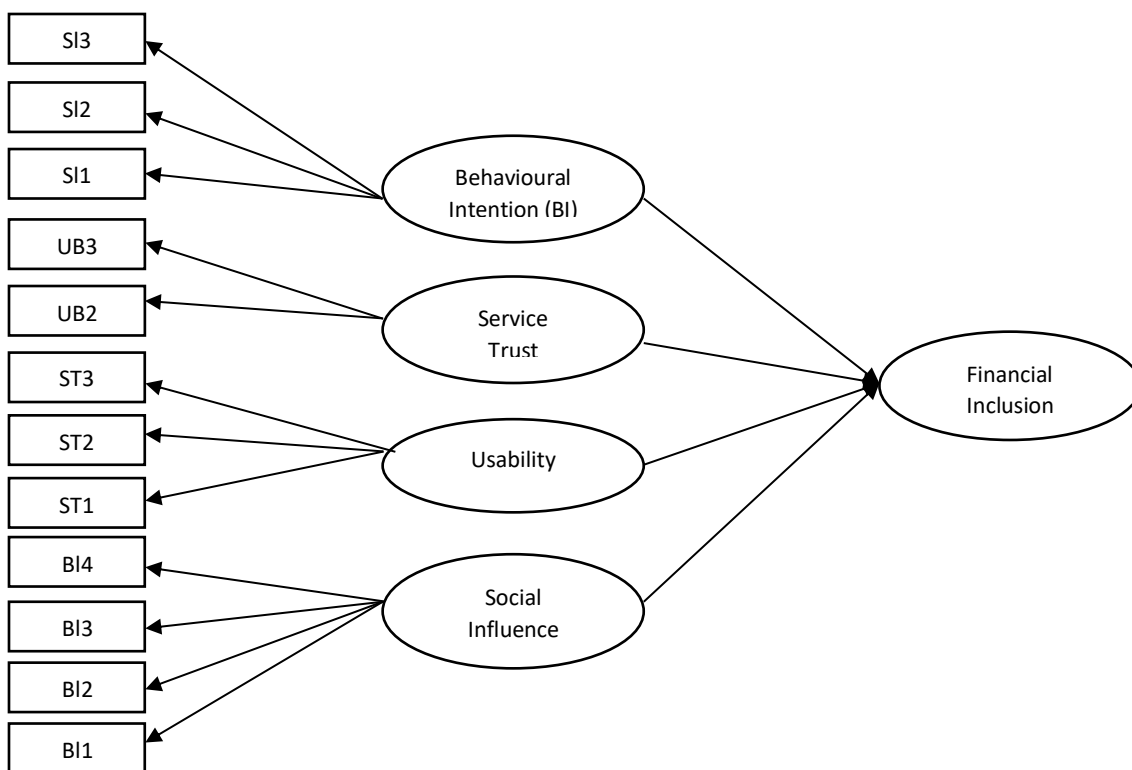
incremento de los ingresos más equitativo (Chinoda y Mashamba, 2021, p. 2). Las Fintech abarcan las innovaciones digitales como un modelo de negocio tecnológico habilitado en el sector financiero, de esta forma poder adoptar nuevos servicios tecnológicos en las instituciones (Khan y Alhadi, 2022, p. 2). Además, en otra perspectiva se define como una innovación favorecedora de tecnología se esparce velozmente en los países en desarrollo mejorando la inclusión financiera (Vilcanqui et al., 2022, p. 2). Por consiguiente, las finanzas digitales son eficaces en el sistema financiero, asimismo sirven de apoyo a aquellas personas que se encuentran aisladas de la banca tradicional. Por lo tanto, es preciso mencionar que los servicios de las finanzas digitales ayudarían a reducir la forma asimétrica en que brindan la información, además de ello también ayudaría a disminuir los costos de las transacciones financieras (Pengpeng et al., 2022, p. 1).

Los resultados obtenidos de acuerdo al modelo teórico de la investigación científica que se muestra en la figura uno, identifica el impacto de las Fintech y los servicios financieros digitales en la inclusión financiera de la India. Para ello realizó una encuesta utilizando el método de muestreo de juicio estratificado, el marco de la muestra estaba integrado por tres distritos del estado de Haryana en la India, el número total de encuestados de estos tres distritos fueron de 400 personas, donde los resultados revelaron que los clientes que están destinados a participar en la inclusión financiera mediante la usabilidad de los servicios financieros tecnológicos están de acuerdo con utilizar tales servicios, además se adaptan de forma rápida a la facilidad de uso de estos servicios y la mayoría de los encuestados hacen uso moderado de los servicios que impulsan la inclusión financiera basados en Fintech creyendo que tales servicios incrementan su rendimiento y ahorro.

Para la realización del presente estudio se toma como base la Teoría Unificada de aceptación y uso de la tecnología (UTAUT) cuya finalidad se basa en demostrar la conducta de las personas de poder usar un sistema informativo y su conducta en el uso, teniendo en cuenta cuatro constructos; la expectativa de desempeño, la cual hace referencia al nivel en que las personas esperan que las soluciones tecnológicas mejoren los resultados de sus negocios, la expectativa de esfuerzo, relacionada con la facilidad de uso dando una solución de innovación; la influencia social la cual representa el grado donde los usuarios creen que su entorno social espera de ellos que adapten la tecnología como parte de una

solución innovadora donde estos primeros tres constructos según la teoría la direcciona a que haya una intención de comportamiento, por ultimo las condiciones facilitadoras que se refiere a la existencia de infraestructura organizativa y técnica para facilitar el uso de las nuevas tecnología, donde este último constructo según el modelo tiene relación con el comportamiento de uso (Tomić et al., 2022, p. 252-253). De la misma manera se tomó como modelo teórico a Asif et al., (2023) en la cual evalúa el impacto que tiene la intención conductual de los usuarios a través del uso de la tecnología financiera, así mismo se estudia como la intención conductual de las personas está impulsada por la confianza, la facilidad de uso y la influencia social como variable importantes en el uso de los servicios Fintech para la inclusión financiera (Asif et al., 2023, p. 1), ambos, modelo teórico y la base teórica han ayudado y servido de guía para evaluar el efecto que causa las Fintech en la Inclusión financiera, como también el efecto que causa las variables latentes; intención de comportamiento, influencia social, usabilidad, además del servicio de confianza en las MyPE comerciales, siendo la variables endógenas y exógenas principales dentro del modelo Path la cuales son; la influencia social que influye directamente a la inclusión financiera, de la misma manera la usabilidad que influye directamente a la inclusión financiera.

Figura 1. Modelo teórico de las Fintech en la inclusión financiera



Fuente: Asif, M., Khan, M. N., Tiwari, S., Wani, S. K. y Alam, F. (2023). El impacto de las Fintech y los servicios financieros digitales en la inclusión financiera en la India. *Revista de Gestión Financiera y de Riesgos*, 16(2).

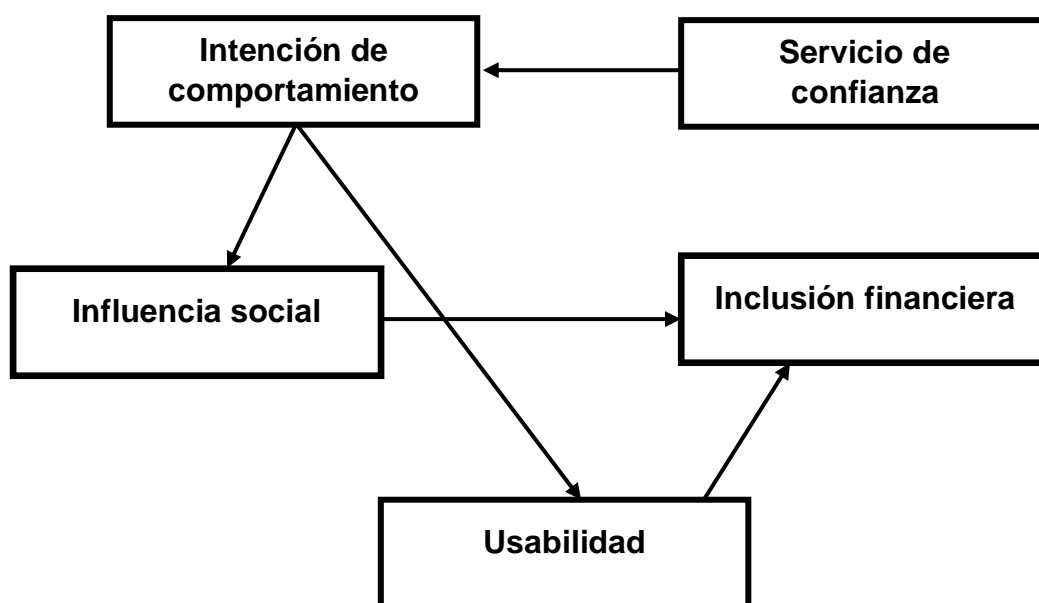
Nota: La figura anterior se muestra el modelo propuesto por el teórico donde se manifiesta el efecto de las Fintech que han tenido en la expansión de la inclusión finanzas en la india rural por (Asif et al., 2023), donde se muestran las cuatro variables latentes que son la intención de comportamiento, influencia social, servicio de confianza y la usabilidad.

El modelo teórico se basó en cuatro predictores; la intención de comportamiento, confianza en el servicio, usabilidad e influencia social, asimismo el impacto que tienen sobre la inclusión financiera debido a la alteración que hacen las empresas Fintech en las zonas rurales de la india, Así mismo se observó que la confianza en el servicio es el factor más destacado de los cuatro predictores, donde su impacto es significativo para la inclusión financiera, en segundo lugar es la influencia social que es un indicador significativo para la inclusión financiera aunque su valor en la tabla de estimaciones no resultó significativo, la intención de comportamiento como tercer razón destacada y por último la facilidad de uso o

usabilidad estos cuatro factores influyen significativamente en la inclusión financiera cada una con mayor impacto, tal como se menciona líneas arriba de manera descendente, por ello cada factor tienen un valor significativo de la inclusión financiera y la impresión que tienen cada uno con referente a las personas de las zonas rurales de la india (Asif, et al., 2023, p. 9).

Los resultados revelaron que la inclusión financiera es necesaria para aliviar la pobreza de las zonas pobres de la india, asimismo ayuda a promover un crecimiento económico equilibrado y estable, llegando a la conclusión que las personas que hacen uso de los diferentes servicios Fintech están destinados a participar en la inclusión financiera, donde en su mayoría las personas que usan tales servicios indican que su rentabilidad y ahorros han tenido un incremento económico, permitiendo hacer transferencias de dinero a cualquier destino a un costo razonable (Asif et al., 2023, p. 13).

Figura 2. Modelo teórico propuesto



Fuente: Modelo adaptado de (Asif, M., Khan, M. N., Tiwari, S., Wani, S. K. y Alam, F. (2023). El impacto de las Fintech y los servicios financieros digitales en la inclusión financiera en la India. Revista de Gestión Financiera y de Riesgos, 16(2), 122. Elaboración propia

Nota. El modelo causal se describe de forma gráfica en la figura 2. En el modelo mostrado existen cinco variables latentes (VL) conformadas por el servicio de confianza (SC), la intención de comportamiento (IC), influencia social (IS),

usabilidad (US), inclusión financiera (INF); todas ellas conformadas por indicadores formativos y reflectivos.

Asimismo, las Fintech tienen un impacto significativo en la inclusión financiera en las zonas comerciales, porque gracias a la tecnología actual el cliente o MyPE logra tener acceso y libre uso de los diferentes productos financieros que son otorgados por parte de las Fintech. Es por ello que dentro de este trabajo de investigación se visualizan cinco variables latentes, las cuales cuatro son variables formativas; tales como: intención de comportamiento, influencia social, servicio de confianza y usabilidad. Además, resaltamos que la quinta variable inclusión financiera es una variable reflectiva; en vista que, se observa la relación que existe entre ambas variables latentes y la influencia que existe entre una y otra; tal como se puede visualizar en el modelo de la figura dos.

Las Fintech son empresas que impulsan la competencia en el mercado financiero, así mismo aportan el incremento de la inclusión financiera, reduciendo costes y mejorando la accesibilidad de los productos financieros para un determinado grupo de personas de bajos ingresos, como zonas rurales y otros sectores que son desatendidos de la economía india (Asif et al., 2023, p. 4). Además de ello, las Fintech como alternativa empresarial es más accesible, con menor coste, y de gran agilidad para la consecución de recursos en los diferentes sectores de startups (Fonseca y Mora, 2021, p. 118). Asimismo, como sector industrial las Fintech en las organizaciones utilizan lo tecnológico para brindar servicios financieros de una manera competente e inmediata (Fonseca y Mora, 2021, p. 120). Por otro lado, se reconoce a las Fintech como una de las empresas innovadoras más resaltantes en la industria financiera, debido a que cubre soluciones las cuales son habilitadas por la tecnología informática resultando muy innovadora (Medina et al., 2020, p. 454). Asimismo, se menciona que las Fintech adoptan un enfoque mucho más distintivo y a la vez disruptivo, la cual posee una perspectiva centrada en el cliente, de tal manera que se espera que las empresas Fintech en su conjunto generen un valor en el sector financiero (Valverde et al., 2022, p. 1). Cabe precisar que las Fintech como servicios financieros son respaldados por tecnología integrada creando una mejora de rendimiento a comparación de los servicios financieros tradicionales, generando ingresos rápidos,

con un servicio de calidad, reduciendo gastos que se encuentran figurados en la industria, brindando estabilidad al sistema financiero (Anifa et al., 2022, p. 2).

Primera variable latente: *Intención de comportamiento*. la cual se define como mediador donde sus efectos dependen de una serie de variables que influyen y están reflejadas bajo la creencia o actitudes personales tomadas por el usuario, la intención de comportamiento tiene un impacto en el comportamiento de uso, correlacionándose directamente con la influencia social, ya que gracias a ello hay una mayor influencia en las personas para la intención de uso de los servicios financieros digitales que proveen la tecnología financiera (Tomic et al., 2021, p. 258). Cuando a los usuarios se le brinda un sistema nuevo de pago la intención de comportamiento al usar este sistema se ve influenciada por varios factores, en otras palabras, la intención de comportamiento se representa de forma cognitiva mediante la influencia social que tiene una persona a través de un comportamiento dado al adoptar nuevas tecnologías (Venkatesh et al., 2003, p. 3). Asimismo, el fomentar el uso de la tecnología digital de forma práctica y sencilla tendrá influencia en los usuarios relacionándose en la intención de comportamiento al emplear los diferentes servicios financieros tecnológicos de forma segura (Vives, 2019, p. 12).

La intención de comportamiento considerada como una variable que tiene efecto positivo sobre el uso de los usuarios en tal sentido la intención de comportamiento es un mediador que depende de los efectos de una serie de variables (Tomic et al., 2022, p. 258); en ese contexto, la usabilidad bajo el término de facilidad de uso, se refiere a la eficiencia con la que se utilizan los servicios Fintech, además de la sencillez con la que se accede a los diversos productos que ella ofrece, es así que de acuerdo a dicho estudio se ha revelado que la intención de comportamiento tiene un impacto positivo en la usabilidad al momento de adoptar las Fintech (Setiawan et al., 2023, p. 7). La usabilidad interpretada bajo el término de facilidad de uso se define como la efectividad con la que se utilizan los servicios Fintech, además de la simplicidad con la que se puede acceder a los productos a través de los diferentes tipos de dispositivos. Se ha documentado de forma científica que tales servicios como los modelos de interfaz ayudan a los consumidores a interactuar con los servicios financieros relacionando la usabilidad con la intención de comportamiento al momento de adoptar servicios Fintech (Nugraha et al., 2022, p. 3). La intención de comportamiento de usar un producto o

servicio financiero tecnológico se caracteriza en el usuario justo antes de actuar (usar) debido a que ello pronostica su comportamiento ante la actividad a realizar, así mismo, la usabilidad es uno de los elementos que determina el grado de sentimiento de forma positiva generando que el usuario tenga la intención de usar los servicios financieros tecnológicos, alegando que los sistemas usados con mayor frecuencia son más sencillos de usar. Por ello la intención de comportamiento se relaciona de forma positiva con la usabilidad (Soares et al., 2023, p. 187,188).

Segunda variable latente: *Influencia social*. Es definida como un predictor que impulsa la intención de comportamiento de adoptar servicios financieros tecnológicos generando mayor influencia social positiva y relacionándose en el incremento de la inclusión financiera (Mohammad et al., 2023, p. 1,8). Así mismo la influencia social se define también como un factor subjetivo que relaciona la experiencia y el sentimiento de la comunidad donde quiere que la intención de comportamiento del usuario adopte su mismo patrón de comportamiento al usar los servicios financieros tecnológicos generando que la influencia social este relacionada directamente con la inclusión financiera (Tomic et al., 2023, p. 256). Asimismo, la influencia social tiene un rol importante en la especificación de como las personas aceptan la tecnología financiera generando mayor influencia en el incremento de la inclusión financiera gracias a la intención de las personas al querer adoptar nueva tecnología (Daniali et al., 2022, p. 3). Por último, se afirma que la influencia social es uno de los determinantes que se relaciona directamente con la inclusión financiera a través de la intención de comportamiento que tienen los usuarios al momento de utilizar nuevas tecnologías generando una mayor inclusión financiera para los nuevos usuarios que adopten el nuevo sistema tecnológico financiero (Gutiérrez y Adewale, 2021, p. 4).

Tercera variable latente: *Servicio de confianza*. Definida como la creencia en la exactitud y veracidad de opiniones de las personas con relación al uso de los servicios financieros relacionándose directamente con la intención de comportamiento del usuario a través de la experiencia al usar estos servicios por la seguridad que emana (Tomic et al., 2023, p. 256). Por otro lado, el servicio de confianza es la base de los productos financieros para su desarrollo por la protección y seguridad de los datos personales brindados, generando confianza en los usuarios, asimismo según estudios anteriores el servicio de confianza influye

positivamente en la intención de comportamiento de las personas al adoptar los servicios Fintech (Setiawan et al., 2023, p. 9). Cabe mencionar que, el servicio de confianza esta influenciada con la intención de comportamiento cuando el usuario decide adoptar un servicio, afectando de forma positiva en la adopción de los productos Fintech, asimismo a mayor servicio de confianza mayor será la intención de comportamiento de las personas al momento de adoptar nuevos servicios financieros (Nugraha et al., 2022, p. 4).

Cuarta variable latente: *Usabilidad*. bajo el termino de facilidad de uso es el grado en que los usuarios creen que la aplicación de un sistema específico estaría libre de esfuerzos, además de ello la usabilidad es un factor importante, el cual se relaciona con la inclusión financiera a través de la adopción de los diferentes sistemas móviles (Lutfi et al., 2021, p. 5). De igual manera, la facilidad de uso es como uno de los determinantes afectivos que tiene influencia en los usuarios, así mismo es el esfuerzo que se requiere para que una persona pueda adoptar nueva tecnología móvil facilitando los servicios bancarios afectando de forma directa a la inclusión financiera (Zhang et al., 2018, p. 10, 279). Además de ello la usabilidad es la capacidad que tiene el cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicios bancarios de manera simple y directa, teniendo presente que cuanto más control se tenga del sistema mayor será la conveniencia de usarlo, es por ello que se encontró que la usabilidad afecta directamente a la inclusión financiera donde los resultados manifiestan que por cada unidad de incremento en el uso del servicio la inclusión financiera aumenta proporcionalmente (Alrabei et al., 2022, p. 1034-1036-1041). De acuerdo a los autores ya mencionados se concluye que la facilidad de uso es un factor de relevante importancia en la intención de adoptar los servicios móviles para generar mayor inclusión financiera.

Las Fintech son un desafío para la industria financiera tradicional, debido a que son empresas que aplican nuevas tecnologías a las actividades de finanzas e inversión, sin embargo, puede convertirse en una oportunidad por tener mayor flexibilidad en algunas áreas proporcionando mejores funciones y servicios, logrando penetrar de forma gradual en lugares donde las instituciones financieras tradicionales están desatendidas (Deng et al., 2021, p. 2). Además, las Fintech son un fenómeno emergente en el campo del sistema informativo en los que incluye Crowdfunding, pagos a través de dispositivos móviles y préstamos entre pares vía

internet (Alrawashdeh et al., 2022, p. 177). Por otro lado, Fintech es una empresa de sector económico en donde se ofrecen diferentes servicios financieros mediante el uso de nuevas tecnologías para lograr un proceso más eficiente y conveniente para los clientes (Taujanskaitė y Kuizinaitė, 2022, p. 98). En otras palabras, este sector dinámico innova los productos y servicios que actualmente proporciona la industria tradicional de servicios financieros tecnológicos el cual hace referencia del crecimiento de la tecnología financiera la cual ha brindado oportunidades de financiación para un sector no bancarizado incluyendo a micro empresas que tienen poca accesibilidad al sistema de bancas.

Además, las Fintech son una mezcla de servicios financieros y tecnológicos los cuales renuevan el modelo de negocio tradicional a uno más contemporáneo (Soares et al., 2023, p. 186). Por ello el autor para estudiar las Fintech usa tres indicadores; utilidad percibida, facilidad de uso percibido, riesgo percibido, las cuales se definirán a continuación:

Primer indicador: *Utilidad percibida*. la cual es definida como el grado del nivel de confianza que tiene una persona (Soares et al., 2023, p. 187), también se puede definir a la utilidad percibida como la motivación intrínseca la cual crea la intención en el usuario de utilizar la tecnología creyendo que mejorará su rendimiento, ello puede influir de forma positiva o negativa en la adopción de tecnología Fintech (Jangir, k, et al., 2023, p. 5). Asimismo, la utilidad percibida es un factor importante en la intención de comportamiento de una persona, además de ello, es el nivel de creencia que le dan al uso de un sistema tecnológico particular el cual incrementaría su desenvolvimiento laboral (Lutfi et al., 2021, p. 5).

Segundo indicador: *Facilidad de uso*. definido como el grado en que los posibles usuarios anticipan poder utilizar un nuevo sistema sin tener en cuenta la universalidad que es la base de la facilidad de uso (Soares et al., 2022, p. 188). Así mismo, en relación a la facilidad de uso; se puede definir como un sistema en particular el cual afectaría la mentalidad de la persona en relación a la mejora sobre el desempeño laboral (Daniali et al., 2022, p. 4). Por otro lado, se conceptualiza a la facilidad de uso como el grado en que los usuarios creen que la aplicación de un sistema específico estaría libre de esfuerzos, además de ello y de acuerdo a estudios anteriores se determinó que la facilidad de uso es un factor vital en la intención de adoptar los sistemas móviles (Lutfi et al., 2021, p. 5). Por último, la

facilidad de uso es la capacidad que tiene el cliente al interactuar con el sistema de prestaciones de servicio de manera simple y directa (Alrabei et al., 2022, p. 1034).

Tercer indicador: *Riesgo percibido*. se refiere a la percepción de riesgo como la creencia subjetiva del usuario de que surja el hecho de experimentar pérdidas al utilizar los servicios proporcionados por las aplicaciones de las billeteras electrónicas (Soares et al., 2022, p. 188). Cabe mencionar, que cuando se utiliza tecnología exista la probabilidad que se produzcan fraudes, como entrega de productos deficientes, retraso de entregas, producción de actos delictivos. Asimismo, se menciona que el riesgo percibido es el efecto directo en una transacción en línea relacionado con la intención de adopción de los usuarios (Al Saide et al., 2020, p. 2). quiere decir que, cuando se habla de pago móvil se dice que el riesgo percibido es un factor crítico debido a que afecta de forma negativa la adopción de dichas plataformas. De igual manera se define al riesgo percibido como la volatilidad que experimenta un cliente o usuario al realizar la compra de un artículo despertando emociones de forma negativa las cuales alteran la intención de comportamiento (Jangir et al., 2023, p. 4).

La segunda variable está delimitada por la inclusión financiera la cual se define como el adecuado acceso y uso de los diferentes servicios de finanzas que mejora el estilo de vida y calidad para todos los segmentos de la población (Vilcanqui et al., 2022, p. 3); asimismo se encuentra definida como el componente importante para el desarrollo financiero, donde su función más importante es la disminución de la pobreza y la desigualdad a través del fácil uso de los productos y servicios financieros tecnológicos mejorando la calidad de vida de la usuarios cuando lo usan de manera racional (Jungo et al., 2022, p. 1); Cabe precisar que la inclusión financiera hace generar estrategias para mejorar el estilo de vida de los usuarios y se enfocan en construir sociedades más inclusivas y financieramente adaptables (Kass-Hanna et al., 2021, p. 1). Además, la inclusión financiera digital se define como la oferta de servicios financieros, las cuales por medio de las tecnologías informativas y comunicativas se encuentran a un costo asequible y de manera sostenible adaptándose a las necesidades requeridas por el cliente para poder adoptarlas (Noreen et al., 2022, p. 1). Asimismo, se refiere como el estado en que las personas pueden usar y acceder a los servicios financieros ya que, a

mayor intención de uso y acceso a estos servicios mayor será la seguridad y confianza de los usuarios (Abdalwali et al., 2021, p. 2).

Primer indicador: *Uso*. Se define como la utilización de los servicios financieros de acuerdo a la regularidad y frecuencia de los servicios de calidad permitiendo la sostenibilidad de la inclusión financiera (Paidi y Raina, 2022, p. 3); donde el uso intensivo de los diferentes productos y servicios financieros ayudan a las empresas a analizar con facilidad las necesidades de servicios que necesita el usuario y la mejora en la calidad del servicio (Piotrowski, 2023, p. 120), además un estudio estimó que la dimensión uso de la inclusión financiera tiene un vínculo con el crecimiento económico (Chuka, 2022, p.7). y que está determinado tanto por la oferta y demanda (Al-Eitan et al., 2022, p. 3).

Segundo indicador: *Acceso*. se define acceso a la relación de la oferta de los productos financieros que las instituciones financieras formales brinda y facilita a las personas que utilicen estos servicios de manera sencilla (Carballo y Girbal, 2021, p. 57), asimismo el acceso alude principalmente a la provisión de los diferentes servicios financieros a los que acceden los usuarios (Al-Eitan et al., 2022, p. 3); además al utilizar dichos servicios da la oportunidad de realizar cobros y pagos de manera sencilla mejorando la calidad de vida de las personas (Senyo et al., 2022, p. 112).

Tercer indicador: *Servicios financieros*. son una gama de productos innovadores los cuales van dirigidos a los consumidores a través de tecnología digital, en otras palabras, los servicios financieros son auxiliares intermediarios que ofrecen los bancos hacia otras sociedades financieras (Iheanachor et al., 2023 p. 2-4). a la vez tales productos financieros ofrecen seguridad de servicio al usuario a precio razonable y va dirigida a una población no bancarizada (Al-Smadi, 2023, p. 466). En otras palabras, estos servicios financieros son entregados sobre una infraestructura tecnológica donde consecuentemente permite disminuir el uso de efectivo y acudir a las sucursales bancarias tradicionales. Por otro lado, los servicios financieros como herramientas de finanzas ayudarán a reducir el número de personas que se encuentran en situación de exclusión económica además de ello permite la integración de una población económicamente ya excluida del sistema financiero, por ende, la tecnología financiera también trabaja para proporcionar financiamiento, crédito, asesoría y otros servicios (Alrabei et al., 2022, p. 1036).

Desde otro punto de vista la variable inclusión financiera es definida como el proceso que garantiza a personas, empresas y hogares de una zona, el uso y la accesibilidad a los servicios y productos financieros (Cicchello, et al., 2021, p. 1). La inclusión financiera o también llamada finanza inclusiva se encuentra definida como la disponibilidad y equidad de oportunidades para que personas y empresas accedan a una variedad de servicios financieros (Chen y Yuan, 2021, p. 1), asimismo permite la sostenibilidad de los servicios financieros, los cuales son brindados a un coste accesible para los usuarios (Gallego et al., 2021, p. 6), logrando una mejora económica y ayudando a más personas marginadas de la banca tradicional (Baber, 2021, p. 1). Además, la inclusión financiera como un tema multifacético y dinámico, es un proceso que asegura la facilidad en el acceso, uso y calidad del sistema de finanzas de una sociedad formal. Además, dicho sistema ayuda a inclusión facilitando la asignación de recursos productivos, que permiten reducir el costo del capital, aumento de acceso a los servicios y productos financieros mejorando la gestión de finanzas (Sharma y Changkakati, 2022, p. 1239) cabe mencionar que el autor considera tres indicadores fundamentales para el estudio de la inclusión como son; el acceso, uso y calidad.

Primer indicador: *Uso*. se define como la obtención que tienen las personas al hacer uso práctico, habitual y sostenible de los servicios y productos financieros (Velásquez et al., 2022, p. 3); asimismo como al volumen y frecuencia de los servicios financieros empleados por las personas, empresas y zonas que se encuentran excluidas de estos servicios y productos (Sharma y Changkakati, 2022, p. 1239), sin embargo, un uso débil de los servicios financieros puede poner en riesgo el crecimiento en la economía de un país, organización y hasta de los usuarios. Por ello la función de la inclusión financiera junto con el uso de estos servicios es ayudar a mejorar la productividad y rendimiento económico (Marcelin et al., 2022, p. 2). Además, el uso se mide capturando la medida en que el usuario utiliza los productos financieros, tomando como ejemplo el uso continuo de las cuentas bancarias (Kijkasiwat y Chancharat, 2022, p. 72).

Segundo indicador: *Acceso*. se define a la posibilidad de los usuarios de poder usar o acceder al sistema financiero, el cual ayudará a tener un estilo de vida diferente donde generar ahorros como inversiones (Baber, 2021, p. 39), además el acceso en términos financieros se entiende como la posibilidad de contratar

productos y servicios ofrecidos por el sector financiero (Vilcanqui et al., 2022, p. 3), asimismo la facilidad de acceso a los servicios financieros puede incrementar el riesgo bancario, sin una adecuada supervisión y normas que defiendan a los usuarios que acceden a estos servicios ya que lo que se busca es mejorar la productividad de las pequeñas empresas, jóvenes y grupos excluidos que no usan dichos servicios (Marcelin et al., 2022, p. 1). Asimismo, el acceso financiero ayuda a liberar el potencial de la economía al atraer proyectos buenos de crédito donde se mejore la productividad tanto de las pequeñas empresas, jóvenes y los grupos excluidos que buscan una mejor calidad de vida (Marcelino et al., 2022, p. 1)

Tercer indicador: *Calidad*. se define calidad como una rama de la literatura de la inclusión financiera en donde los productos y servicios ofrecidos a los usuarios por los proveedores financieros satisfacen y protegen las necesidades de los usuarios, como también se refiere al nivel de conocimiento financiero y su calidad en los productos y servicios entregados (Sharma y Changkakati, 2022, p. 1239). Asimismo, la calidad financiera se mide en que una persona enfrenta barreras para obtener una cuenta bancaria y conseguir el apoyo financiero (préstamo) de un banco (Kijkasiwat y Chancharat, 2022, p. 72). Por otro lado, la calidad es definida como el aspecto por el cual se evalúa los productos a ofrecer, si son los adecuados para las personas o usuarios y si satisfacen realmente sus necesidades, por ello se hace hincapié que las entidades financieras se adapten a las urgencias y problemas de la demanda donde el especial foco de ellos será para las poblaciones vulnerables y excluidas (Carballo y Girbal, 2021, p. 58).

III. METODOLOGÍA

Para el tercer capítulo se hizo el desarrollo de los diferentes puntos claves que permiten conocer la metodología de estudio usada en la investigación, en el cual se desarrolló la definición conceptual de las variables latentes, indicadores formativos, reflectivos y la escala de medición que permitió la realización de la encuesta; además se encuentra la población que ayudará a saber la cantidad total de las personas a encuestar, posterior a ello la muestra dará a conocer el número exacto de los cuestionarios los cuales serán aplicados dentro de la investigación, seguido a ello se encuentra el muestreo y los instrumentos que darán la validez y confiabilidad de la misma; asimismo se localiza los procedimientos, método de análisis y por último los aspectos éticos de la normativa que fue proporcionada por el centro de estudios.

En relación al teórico la metodología es una parte fundamental dentro del desarrollo del estudio de investigación la cual indica cómo organizar los pasos metodológicos, en otras palabras, la metodología es el camino que conlleva al logro del objetivo, ordena una actividad logrando un fin de acuerdo a los diferentes acontecimientos que faciliten alcanzar la meta propuesta; asimismo la metodología se ocupa del estudio crítico de los distintos procesos y los métodos que aplican los investigadores, permitiendo que se actúe de manera ordenada, organizada y sistemática de acuerdo al proceso metodológico (Gómez, 2012, p. 10).

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación.

Para la investigación el diseño fue tipo aplicada debido a que aporta soluciones prácticas a la problemática ya establecida, asimismo se menciona que el tipo de investigación aplicada brinda planteamientos útiles donde se evalúa, compara e interpreta estableciendo procedimientos en el cual se busca resolver el problema ya identificado dentro de la investigación científica (Nieto, 2018, p. 3).

En la presente investigación se aplicó un enfoque cuantitativo, por ello se empleó un cuestionario en la escala de Likert; indicando que el conocimiento debe ser objetivo, para ello se utiliza la recolección de datos a través de un desarrollo deductivo en donde se pueda probar la hipótesis ya formulada, con base en la medición numérica de los distintos análisis estadísticos implantando patrones de

comportamientos probando las teorías investigadas en la investigación realizada por el autor científico (Cabezas et al., 2018, p. 19).

Diseño de investigación.

En el proyecto de investigación el diseño es no experimental, debido a que se ejecuta sin manipular las variables (Hernández y Mendoza, 2018, p. 174), en otras palabras, la no manipulación de las variables permite ver los efectos de relación que existe entre ellas. En síntesis, este diseño observa los fenómenos en su contexto natural para luego analizarlos.

Asimismo, el diseño es correlacional causal porque se conoce la relación que existe entre ambas variables o categorías las cuales pueden ser solo en términos de correlación o en funciones de causa y efecto (Hernández y Mendoza, 2018, p. 178). Por ende, el diseño fue correlacional causal debido a que se examinó y estudió la relación existente entre las variables en un momento determinado bajo los términos de causa y efecto.

3.2. Variables y operacionalización

Las variables de una investigación son discusiones que se dan entre individuos como también en conjuntos, es por ello que el término variable para el autor significa características, aspectos, propiedad o la dimensión de un fenómeno el cual puede asumir valores distintos, como son propiedades cualitativas, cuantitativas. Asimismo, pueden ser tangible o intangible las cuales facilitan su operacionalización e itemización para posteriormente ser evaluados e interpretados dentro de la investigación científica (Behar, 2008, p. 53).

Además, para (Ríos, 2017, p. 75) refiere a la operacionalización de las variables, como un método el cual consiste en ubicar las variables estudiadas en un mapa donde se entienda concretamente y precise el estudio significativo y real que se sustenta en el marco teórico por los autores estudiados, donde la estructura presenta los siguientes puntos; definición conceptual, definición operacional, las dimensiones y por último los indicadores. Cabe mencionar que operacionalizar variables implica en términos sencillos, enumerar los datos cuantitativos susceptibles de ser observados, medidos, manipulados y también pesados, para así poder tratarlos e interpretarlos, con la finalidad de demostrar el grado de verdad o falsedad de las hipótesis propuestas por la investigación (Arroyo, 2020, p. 118).

Variable latente formativa intención de comportamiento.

Definición conceptual.

Se define como mediador en el cual sus efectos dependen de una serie de variables las cuales influyen y se ven reflejadas bajo la creencia o actitudes personales tomadas por el usuario (Tomic et al., 2021, p. 258). La intención de conducta, también es definida como la facilidad que se le da al usuario de poder hacer los diferentes procesos, la disponibilidad que tienen y el nivel de acceso a la información el cual le hace adoptar esta acción (Medina et al., 2020, p. 457).

Definición operacional.

La variable latente intención de comportamiento, se operacionaliza y explica la naturaleza de la variable de como es su conducta la misma que está conformada por dos indicadores reflectivos el cual ha sido medido en el cuestionario elaborado para la variable latente la cual estuvo conformado por dos preguntas.

Indicadores formativos.

Los indicadores formativos miden las variables latentes (constructos), sobre todo las que no observables. Asimismo la medición formativa se da cuando las flechas direccionales apuntan desde las variables indicadoras al constructo, en donde se infiere que existe una relación predictiva causal en esa dirección, además no tienen un término de error asociado con cada indicador (Hair et al., 2022, p. 14). Por ende, la variable latente formativa fue desarrollada en el cuestionario, además sus respuestas se basaron en la escala de Likert, las cuales están conformados por dos indicadores formativos: IC1, IC2.

Variable latente formativa influencia social.

Definición conceptual.

La influencia social se define como un factor subjetivo que relaciona la experiencia y sentimiento de la comunidad donde quiere que el usuario adopte su mismo patrón de comportamiento al usar los servicios financieros tecnológicos ya que al adoptar esta tecnología el usuario tiene un beneficio común (Tomic, 2023, p. 256).

Definición operacional.

La variable latente influencia social, se operacionaliza explicando la naturaleza de la variable y como es su conducta la cual está conformada por cuatro indicadores formativos los cuales han sido medidos en el cuestionario la cual estuvo conformada por cuatro preguntas dentro del cuadro de operacionalización.

Indicadores formativos.

Son aquellos que implican que dicha la variable latente se expresa en función de las variables manifestadas donde se mide a cada una de ellas en una fase diferente (Claver, et al., 2011, p 5). Para la segunda variable latente formativa, sus respuestas se plasmaron en la escala de Likert, mediante cuatro indicadores formativos que son: IS1, IS2, IS3 y IS4

Variable latente formativa servicio de confianza.

Definición conceptual.

La confianza es la base de los servicios financieros y esta se ve reflejada con la seguridad y garantía de los datos personales brindada por dichos servicios. Gracias a la confianza, es que los usuarios se ven influenciados a usar servicios financieros tecnológicos brindado por las entidades financieras (Setiawan et. al, 2023, p. 9).

Definición operacional.

La variable latente servicio de confianza, se operacionaliza explicando la naturaleza de la variable y como es su conducta la cual está conformada por tres indicadores formativos las cuales han sido medidos en el cuestionario la cual estuvo conformado por tres preguntas dentro del cuadro de operacionalización.

Indicadores formativos.

Son aquellos que implican que la variable latente se manifieste en función de las variables dichas midiendo cada una de ellas una faceta diferente (Claver, et al., 2011, p 5). Para la tercera variable latente formativa sus resultados se plasmaron en la escala de Likert, conformado por tres indicadores formativos que son: SC1, SC2, SC3.

Variable latente formativa usabilidad.

Definición conceptual.

La usabilidad bajo el termino de facilidad de uso, es entendida como la capacidad del cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicios bancarios de manera simple y directa, sobre todo realizar movimientos de banca de forma rápida, teniendo presente que cuanto más control se tenga del sistema mayor será la conveniencia de usarlo diariamente (Alrabei et al., 2022, p. 1034).

Definición operacional.

La variable latente usabilidad, se operacionaliza explicando la naturaleza de la variable y como es su conducta, la cual está conformada por tres indicadores

formativos que han sido medidos en el cuestionario conformado por tres preguntas y plasmados en el cuadro de operacionalización.

Indicadores formativos.

Son aquellos que implican que la variable latente se manifiesta en función de las variables dichas midiendo cada una de ellas en una faceta diferente (Claver, et al., 2011, p 5). Para la cuarta variable latente formativa sus resultados se plasmaron en la escala de Likert, conformado por tres indicadores formativos que son: US1, US2, US3.

Variable latente reflectiva inclusión financiera.

Definición conceptual.

La inclusión financiera desde el punto empresarial se refiere a la accesibilidad que poseen las empresas tanto públicas como privadas a los diversos servicios y productos los cuales son útiles, para atender las necesidades mediante el servicio que brinda a los hogares, de la misma manera a las pequeña, mediana y grandes empresas, además la inclusión financiera permite como instrumento generar posibilidades de ahorro y consumo de los usuarios, asimismo responde a las necesidades de financiamiento de los hogares como personas que la necesitan en sus distintas fases de ciclo de vida así como también de las empresas en sus diferentes etapas del ciclo productivo como tecnológico (Pérez & Titelman, 2018, p. 21). Para ello el autor define la variable operacional y la clasifica en tres dimensiones las cuales son el acceso, uso y calidad.

Definición operacional.

La variable latente inclusión financiera, se operacionaliza explicando la naturaleza de la variable y como es su conducta, asimismo está conformada por tres indicadores reflectivos el cual han sido medidos en el cuestionario estando conformada por tres preguntas dentro del cuadro de operacionalización.

Indicadores reflectivos.

Los indicadores reflectivos son los que miden las variables latentes de los constructos, además la medición de sus indicadores se realiza cuando la dirección de las flechas es del constructo a las variables indicadoras, infiriendo que el constructo causa la medición de las variables indicadoras, además estos indicadores tienen un término de error asociado con cada indicador (Hair et al., 2022, p. 14). La quinta variable latente reflectiva, basó sus resultados en la escala

de Likert en tres puntos, el cual está conformado por tres indicadores reflectivos que son: ACC1, SEF1, USO1.

Escala de medición.

Referida como una herramienta de medida la cual se compone a través de un conjunto de símbolos o valores numéricos, los mismos que son elaborados para designar por regla a las conductas de los individuos. Cabe mencionar que existen tipos de escala entre ellas Escala nominal: la cual admite estados discretos, sin embargo, estos no pueden ser ordenados; Escala ordinal: Expresa características de manera ordenada; en un sentido de mayor a menor, de alto a bajo, de bueno a malo. Escala de intervalo: en la cual se establecen distancias de igual proporción para cada valor; es decir, el valor de intervalo es igual al anterior. Escala de razón: donde el cero (0) implica la no existencia de la categoría a medir para la escala de medición (Arias et al., 2022, p.49).

Por otro lado, la escala de likert mide las actitudes y opiniones, además es la escala que tiene más cobertura de uso en relación a las encuestas para los estudios de investigación; al responder una de las preguntas de uno de los cuestionarios plasmado en la técnica de Likert se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo de la declaración. (ítems o pregunta) obteniendo así un grado de puntuación con respecto a la afirmación, y finalmente obteniendo la puntuación total (Sánchez et al., 2018, p. 61-62). Para el presente estudio se empleó una escala ordinal, donde el uno es nunca, el dos casi nunca, el tres a veces, cuatro casi siempre y el cinco siempre, siendo las mediciones para las encuestas a realizar.

3.3. Población, muestra, muestreo

Población.

La población es el total de las personas selectas como también del objeto de estudio, en otras palabras, la población es la agrupación de todos los elementos dados como personas, mediciones, puntuaciones a estudiar porque cumplen con las características para ser evaluadas (Carhuancho et al., 2019, p. 54-55). En el presente proyecto de investigación la población a estudiar es finita porque tiene un número limitado, en este caso se toma como población a 101 MyPE del mercado Los Molles del distrito de San Juan de Lurigancho asimismo para la selección se ha tomado en consideración criterios de inclusión y exclusión la cual ayudarán a determinar y definir mejor las cualidades de la población estudiada.

Criterios de inclusión.

Los criterios de inclusión para ser tomada deben de describir las características de las personas o sujetos incluidos en el estudio, asimismo los autores o investigadores deben de considerar la población objetivo para generalizar los hallazgos (Connelly, 2020, p. 125). Asimismo, los criterios típicos de inclusión incluyen características demográficas, clínicas y geográficas (Patiño y Ferreira, 2018, p. 84). Los puntos de criterios de inclusión tomados en consideración para la ejecución de la investigación son las personas socios del mercado, en un rango de edad entre 18 años a más, que sean de ambos sexos, que sean MyPE con ruc 10 o 20 registradas en la SUNAT.

Criterios de exclusión.

Aquellas que se refieren a las cualidades de los posibles integrantes del estudio los mismos que cumplen con los criterios de inclusión, presentando cualidades que puedan interferir con los resultados obtenidos del estudio (Patiño y Ferreira, 2018, p. 84). Por otro lado, los criterios de exclusión no son diferentes del criterio de inclusión, debido a que hallan atributos de las personas que impiden que sea incluida en el estudio en lo cual pueden ser variables de confusión que podrían influenciar en los resultados del estudio (Connelly, 2020, p. 125). Para el estudio los criterios de exclusión se tomaron en cuenta a las personas que no son socios del mercado, que estén debajo del rango de la mayoría de edad, además que no tengan ruc 10 o 20, las cuales no tengan la capacidad de poder manipular las plataformas asimismo como uso de ordenadores y aparatos móviles.

Muestra.

Cuando la población es grande o mediana no es necesario englobar la muestra por completo, todo lo contrario, se investiga a todos los elementos seleccionados calculando una muestra que la representa, esta puede ser un subconjunto o parte representativa del todo de una población que han sido obtenidas, cabe mencionar que la finalidad es investigar las características de la muestra (Carhuancho et al., 2019, p. 55). Estadísticamente la población tomada fue de 101 MyPE comerciales, se seleccionaron de forma aleatoria a través de la muestra probabilística aplicada dando como resultado un total de 80 MyPE del mercado Los Molles, luego de difundir las encuestas se depuraron aquellas que estaban incompletas para

posteriormente preparar los 80 cuestionarios para su respectivo análisis obteniendo una muestra representativa para el presente estudio. (Anexo 6)

Muestreo.

El muestreo es parte primordial para la selección de los sujetos, cabe mencionar que a través de ello se puede analizar la condición de una organización o algún campo de la población o universo a estudiar, donde se debe de examinar para hacer inferencias de la población seleccionada la cual describe lo que ocurre en una población total (Arias, 2020, p. 55). Para garantizar lo dicho, el estudio de investigación es probabilístico aleatorio simple por poseer una población finita, en relación a las condiciones matemáticas y donde se aplicó el muestreo aleatorio simple para la investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas.

Las técnicas son definidas como los procedimientos donde se vuelven respuestas al “cómo hacer”, el cual permitiendo la aplicación en el ámbito donde se aplica, con el fin de alcanzar ciertos objetivos; por ello la técnica es el arte de reconocimiento del sendero, además cumple un rol importante en el curso de la investigación científica donde se define como la configuración del desarrollo de la investigación científica (Baena, 2017, p. 68). Es por ello que la técnica es un compuesto de procedimientos metodológicos como sistemáticos, donde el objetivo de ello es garantizar la operatividad del proceso de investigación.

Instrumentos.

Los instrumentos sirven de apoyo para poder aplicar las técnicas y cumplan su propósito, además ayudan al recojo de la data, es por ello que los instrumentos son recursos que usa el investigador para poder abordar problemas y extraer información valiosa de ellos (Baena, 2017, p. 68). Para el presente proyecto de investigación se usó la técnica de la encuesta, para poder medir el nivel de aceptación de las Fintech por parte de las MyPE del mercado Los Molles. Es por ello que en esta investigación se usó un cuestionario como también instrumentos con 16 ítems que están alineados a las variables latentes estudiadas las cuales son; intención de comportamiento, la influencia social, el servicio de confianza, la usabilidad y la inclusión financiera, la mediación fue de escala Likert donde las respuestas propuestas son: siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca.

Validez.

Descrita como el valor en el cual un instrumento realiza la medición de la variable que se procura evaluar (Hernández y Mendoza 2018, p. 229). Por otro lado, se refiere a la validez como el proceso a través del cual se evalúa las pruebas o evidencias presentadas, cuyo objetivo es determinar cuál es el nivel de validación (Cook y Hatala, 2016, p. 1). Además, la validez de un instrumento de investigación, es una medida de acuerdo a su precisión y confiabilidad (Medina et al., 2023. p. 14). La validez es referida como la amplitud que tiene un instrumento de medición y de acuerdo a ello produce resultados de manera precisa y confiable. Para el presente proyecto el instrumento de medición fue elaborado en base al artículo de base teórica de Q1 donde las preguntas fueron moldeadas en base a la unidad de estudio y la realidad problemática.

Confiabilidad.

La confiabilidad está basada en factores subjetivos, sin embargo, se puede incluir mediciones objetivas como la fiabilidad establecida (Arias et al., 2022, p. 67). Por otro lado, se define confiabilidad como el grado en que un instrumento de medición brinda resultados de forma consistente y coherente, asimismo para determinar dicha confiabilidad se hace a través de diversas técnicas, las cuales servirán para un análisis breve luego de la revisión, de las definiciones de validez y objetividad (Hernández, Sampieri et al., 2018, p. 229). Para analizar la fiabilidad de los instrumentos de la investigación se realizó la prueba de alfa de Cronbach donde los resultados para cada variable latente fueron; Intención de comportamiento ,788; Inclusión financiera ,746; influencia social ,769; servicio de confianza ,753 y para la variable latente usabilidad ,837; por lo tanto, se verificó la fiabilidad de los instrumentos antes de poder aplicar los cuestionarios en la muestra.

3.5. Procedimientos

Para el desarrollo del estudio se solicitó permiso al presidente de la asociación del mercado para el uso del registro de los asociados, donde está enfocado el estudio y así realizar la colecta de datos de los asociados informando sobre los fines de la investigación y la contribución de los mismos. Los canales para poder hacer la colecta de información fueron de manera virtual, donde se hizo un formulario de preguntas en Google forms, además se envió el link vía WhatsApp y se realizó un pequeño seguimiento a los asociados mediante llamadas telefónicas, donde todos

los datos obtenidos serán analizados bajo un tratamiento estadístico bajo el programa SmartPLS 4.0, con la finalidad de determinar el nivel de confiabilidad de Alpha Cronbach, el cual nos indicará si el instrumento es confiable, asimismo se verá reflejado en el informe final del proyecto de investigación como el producto del estudio, donde la información será de suma confidencialidad, así como los datos de los asociados excluyendo identificaciones, apellidos y nombres. Por último, se plasmará todos los resultados obtenidos en el presente estudio y se plantean las terminaciones como sugerencias considerando los objetivos tratados en el presente proyecto de investigación científica.

3.6. Método de análisis de datos

La metodología de análisis de datos fue la estadística descriptiva inferencial, la cual permite describir la situación que se está analizando, para ello se hace uso de métodos de reducción, como también dispersión o tendencias la cual permite al investigador sacar conclusiones de los datos obtenidos, además estos datos son números que permitirán sacar conclusiones y facilitará identificar el nivel de relación existente entre una y otra variable (Hernández, 2012, p. 12).

Para el proceso del análisis de datos se utilizará el programa SmartPLS 4.0, asimismo dentro de la investigación los datos obtenidos pasarán por un filtro de autenticidad y originalidad, además el procesamiento de los datos como el análisis permitirá el desarrollo del cuerpo del proyecto de investigación, las conclusiones y recomendaciones; donde también permitirá obtener resultados gráficos y se podrá medir la confiabilidad de la respuesta de las variables latentes lo que las hace útiles para poder realizar las conclusiones y recomendaciones ya mencionadas sobre la encuesta actual empleada.

3.7. Aspectos éticos

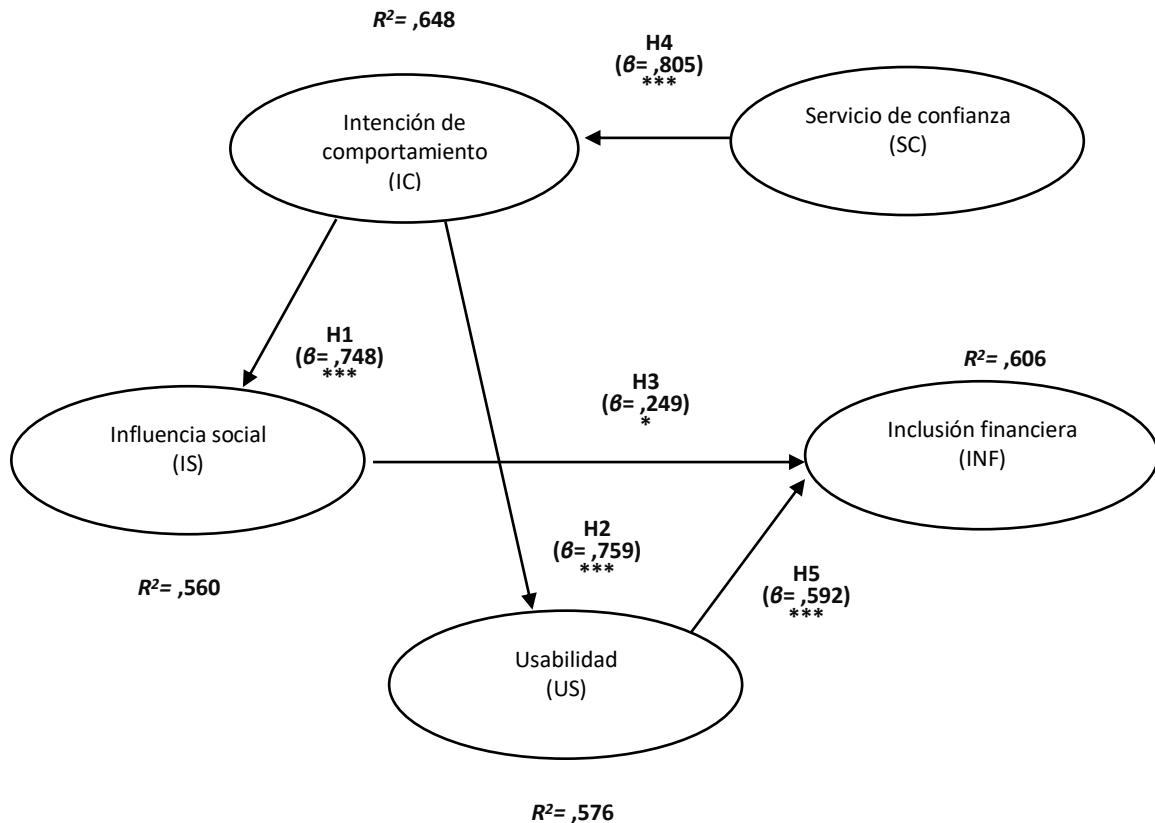
Son los diferentes criterios que la universidad exige a los investigadores, en esta investigación ya presentada se tendrá de forma confidencial y objetiva los datos obtenidos, además se respetó las referencias de los distintos autores, manteniendo la intelectualidad de cada uno, como también el uso de información y data certificada, donde no se plagio cualquier otro trabajo de investigación, asimismo se podrá ver la originalidad y transparencia del estudio gracias a que están sometidas a las normas APA la cual ayudara a identificar a los autores principales y originales los cuales son citados en dicho estudio, además se aplicó el software turnitin donde

se podrá medir el grado de similitud donde el límite máximo será el 20% con el fin de lograr un trabajo con la autenticidad que se merece y ser presentado a los diferentes investigadores, así también se respaldó y se llegó a cumplir con el Código de ética en investigación de la Universidad César Vallejo lo que nos induce a tener honestidad, responsabilidad, competencia profesional y científica para el desarrollo de sus estudiantes de las diferentes sedes.

IV. RESULTADOS

Descripción del modelo

Figura 3. Modelo teórico



Nota. El modelo causal es descrito gráficamente en la figura 3. En el modelo mostrado existen cinco variables latentes (VL) conformadas por el servicio de confianza (SC), la intención de comportamiento (IC), influencia social (IS), usabilidad (US), inclusión financiera (INF); todas ellas conformadas por indicadores formativos y reflectivos.

Nota. Para explicar qué relación tiene la Fintech con la inclusión financiera en la MyPE comerciales, (Asif et al., 2023) formuló un modelo teórico, donde manifiesta el efecto que han tenido las Fintech en la expansión de la inclusión financiera en la india rural mostrada en la figura 1, donde se propone que la inclusión financiera (INF) es una variable reflectiva y es explicada por las variables formativas usabilidad (US), influencia social (IS) y estas a su vez son explicadas por la variable formativa intención de comportamiento (IC) donde esta variable intención de comportamiento

está explicada por la variable formativa servicio de confianza (SC), donde su propuesta, ha sido ampliamente validada en los diversos contextos.

El modelo propuesto para la investigación está basado en el modelo presentado por (Asif et al., 2023), el cual se adaptó de acuerdo a la problemática suscitada en la unidad de estudios seleccionada en la presente investigación. La figura 3 ejemplifica el modelo de investigación planteado. Para la validez de dicho modelo se elaboró un análisis empírico el primer semestre del periodo 2023, de acuerdo a una muestra probabilística la cual corresponde a 80 microempresarios de la zona comercial. Para los cálculos de la estadística inferencial se utilizó el software SmartPLS 4.0 (Ringle et al., 2015). Asimismo, la escala de medida para las variables se basa en ACRL (2000) y (Venkatesh et al., 2023).

4.2 Validez y fiabilidad del modelo de medida

Tabla 1. *Fiabilidad del indicador y fiabilidad compuesta*

Variable Latente	Ítem indicador	Cargas Factoriales	VIF (\leq ,5)	Validez	Consistencia interna		
				Convergente	AVE (\geq ,50)	Fiabilidad compuesta ($,70 - ,90$)	Alpha Cronbach ($,70 - ,90$)
IC				,798	,824	,904	,788
	IC1	,895	1.730				
	IC2	,921	1.730				
INF				,749	,662	,855	,746
	ACC1	,823	1.450				
	SEF1	,795	1.474				
	USO1	,823	1.551				
IS				,788	,597	,854	,769
	IS1	,742	1.474				
	IS2	,849	2.026				
	IS3	,847	2.083				
	IS4	,631	1.297				
SC				,789	,670	,858	,753
	SC1	,717	1.370				
	SC2	,835	1.623				
	SC3	,893	1.864				
US				,839	,754	,902	,837
	US1	,894	2.240				
	US2	,839	1.768				
	US3	,872	2.030				

Nota: Ringle et al., 2015 "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH"

Las cargas / pesos se muestran en negrita; las cargas / pesos cruzados son rotados-oblicuos; *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$ y * $p < 0.05$. Los $p <$ valores se refieren a cargas / pesos y se obtuvieron a través de bootstrapping con 80 re-muestras

Nota. La fiabilidad individual de cada uno de los ítems se valora examinando las cargas (λ , o loading) o correlaciones simples, de los indicadores con su respectivo constructo. Existe discrepancia sobre el valor que debe arrojar esta prueba para ser aceptada, porque se aceptan valores $\lambda \geq ,55$ según (Falk y Miller, 1992). El cálculo del factor de inflación de varianza (VIF) con un análisis de regresión, indica que un valor mayor a 10 muestra un problema de multicolinealidad (Myers, 1990); adicionalmente es necesario poder asegurar la validez y confiabilidad de las medidas de todos los constructos (Barclay et al., 1995); como se puede observar en la tabla 1 las cargas factoriales (pesos) de los ítems o indicadores, que presentan los valores de inflación de varianza para cada ítem donde (VIF, todos $\leq ,5$). Asimismo, se presenta la validez convergente a través de la fiabilidad del indicador donde todos son mayores a $\geq ,70$ y la varianza media extraída (AVE) donde todos son mayores a $\geq ,50$. Además se presenta la consistencia interna que contiene a la fiabilidad compuesta (todos entre ,70 - ,90) y por último al Alpha de Cronbach (todos entre ,70 - ,90); donde se acepta la validez interna del modelo de medida.

Tabla 2. Validez discriminante (criterio de Fornell-Larcker)

Constructos latentes	IC	INF	IS	SC	US
IC	0.908				
INF	0.633	0.814			
IS	0.748	0.638	0.772		
SC	0.805	0.546	0.651	0.818	
US	0.759	0.755	0.657	0.685	0.869

Nota: Ringle et al., 2015 "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH"

Las raíces cuadradas de AVE se muestran en diagonal. Todas las correlaciones son significativas al $p < ,001$. La raíz cuadrada del valor del AVE es mostrada en la diagonal entre paréntesis, los demás datos son correlaciones de las variables latentes vertical y horizontalmente.

Nota. La validez discriminante es el grado en donde cada elemento difiere entre los constructos, indicando la medida en que un constructo determinado es

diferente de otros constructos (Martínez y Fierro, 2018). La tabla 2 esboza la raíz cuadrada de la varianza media extraída (AVE) en negrita que se refleja en las diagonales, en el caso de la variable latente intención de comportamiento (IC), la raíz cuadrada del valor (AVE= ,908) superior a los valores subyacentes y adyacentes. En la variable latente de inclusión financiera (INF) la raíz cuadrada del valor (AVE= ,814) es superior a los valores subyacentes y adyacentes. En la variable influencia social (IS) la raíz cuadrada del valor (AVE= ,0772) es superior a los valores subyacentes y adyacentes. En la variable servicio de confianza (SC) la raíz cuadrada del valor (AVE= ,818) es superior a los valores subyacentes y adyacentes y en la variable latente usabilidad (US) la raíz cuadrada del valor (AVE= ,869) es superior a los valores subyacentes y adyacentes.

Tabla 3. *Cargas factoriales cruzadas*

Ítems	IC	INF	IS	SC	US
IC1	0.895	0.539	0.558	0.730	0.660
IC2	0.921	0.607	0.787	0.733	0.716
ACC1	0.567	0.823	0.581	0.438	0.654
SEF1	0.473	0.795	0.448	0.472	0.586
USO1	0.499	0.823	0.521	0.426	0.600
IS1	0.504	0.578	0.742	0.429	0.596
IS2	0.713	0.460	0.849	0.635	0.507
IS3	0.620	0.522	0.847	0.588	0.570
IS4	0.447	0.408	0.631	0.318	0.332
SC1	0.498	0.391	0.406	0.717	0.513
SC2	0.679	0.423	0.582	0.835	0.496
SC3	0.764	0.517	0.588	0.893	0.666
US1	0.680	0.679	0.566	0.622	0.894
US2	0.658	0.596	0.559	0.650	0.839
US3	0.640	0.690	0.589	0.517	0.872

Nota: Ringle et al., 2015 "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH"

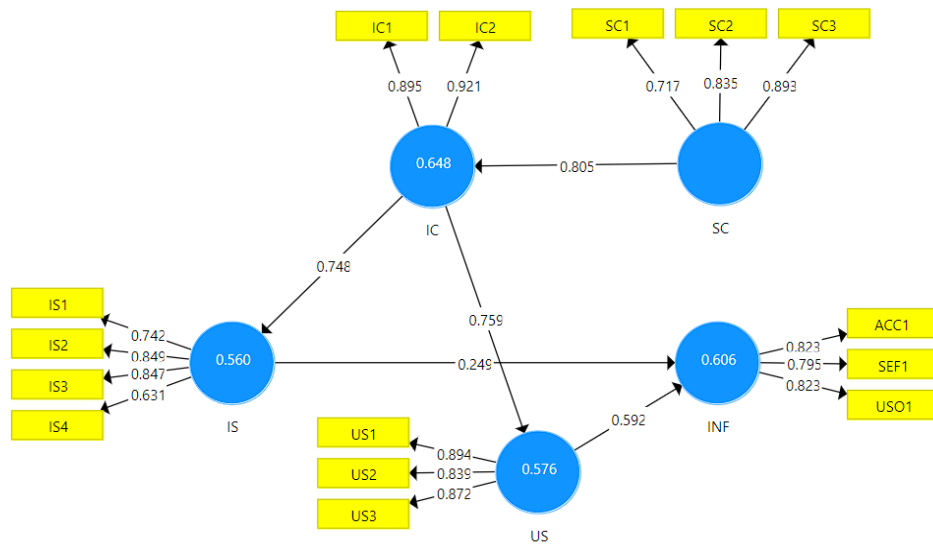
Cargas/pesos se muestran en negrita; cargas / pesos y cargas / pesos cruzados son rotados-oblicuos; *** $p < 0,001$, p -valores se refieren a cargas / pesos y se obtuvieron a través de bootstrapping con 80 re-muestras

Nota. La validez discriminante se puede medir examinando las cargas factoriales cruzadas de las variables observadas o indicadores (Leyva y Olague, 2014). Se puede hacer comparando las cargas externas de un indicador en los constructos asociados y debe ser mayor que toda su carga en los otros constructos (Ruiz et al., 2010). La tabla 3 muestra que en todos los ítems que miden un constructo en particular las cargas que se obtienen son valores altos en sus respectivas variables latentes y se obtiene valores más abajo en las otras variables latentes. De modo que confirman la validez discriminante de los constructos. Como regla, cada valor se valora examinando su carga o las correlaciones simples de los indicadores o ítems con su respectivo constructo. Para poder ser aceptada los ítems con cargas deben ser $\geq ,55$ (Falk y Miller, 1992).

La tabla 3 muestra los valores, que deben ser $\geq ,55$. La variable latente intención de comportamiento presenta en sus ítems los valores (IC1= ,895; IC2= ,921). La variable latente inclusión financiera presenta en sus ítems los valores (ACC1= ,823; SEF1= ,795; USO1= ,823). La variable latente influencia social presenta en sus ítems los valores (IS1= ,742; IS2= ,849; IS3= ,847; IS4= ,631). La variable latente servicio de confianza presenta en sus ítems los valores (SC1= ,717; SC2= ,835; SC3= ,893). La variable latente usabilidad presenta en sus ítems los valores (US1= ,894; US2= ,839; US3= ,872)

Cabe mencionar que algunos investigadores manifiestan que esta regla no debería ser tan inflexible (Chin, 1998), siempre y cuando no existan desviaciones significativas (Barclay et al., 1995). Además, en PLS la inclusión de los indicadores con cargas factoriales más bajas ayuda a extraer aquella información útil que se halla disponible en el indicador y creando así una mejor puntuación del constructo, sin que ello empeore el ajuste del modelo (Enrique et al., 2011).

Figura 4. Estimación del modelo path



Nota. La figura 4 presenta la capacidad predictiva del modelo a través del R², el cual debe manifestar un valor mínimo de ,10 (Falk y Miller, 1992). Se consideran niveles de evaluación predictivo: (a) ,67 como valor sustancial, (b) ,33 como valor moderado y (c) ,10 como valor débil (Chin 1998). En el modelo del objeto de estudio se obtuvo un R²= ,606 (moderado) en la inclusión financiera; R²= ,576 (moderado) en la usabilidad; R²= ,648 (moderado) intención de comportamiento; R²= ,560 (moderado) en la influencia social; lo que implica que las variables latentes intención de comportamiento, influencia social y usabilidad tienen efecto en la inclusión financiera al 60.6% mediada por la variable latente servicio de confianza.

Tabla 4. Índices de ajuste del modelo

Relaciones hipotéticas	Coefficientes path (Estandarizados β)	Estadísticos t Student (Bootstrapping)	Valores p	Resultado
IC → IS	0.748	9.328	0.001	Soportada
IC → US	0.759	9.620	0.001	Soportada
IS → INF	0.249	1.967	0.050	Soportada
SC → IC	0.805	18.325	0.001	Soportada
US → INF	0.592	5.461	0.001	Soportada

Nota: Ringle et al., 2015 "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH"

Niveles de significancia donde; *** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$ y * $p < 0.05$

Nota. Los valores de β son los que representan los pesos de regresión estandarizados. Los $\beta \geq 0,2$ son considerados significativos, además se consideran

niveles de evaluación predictivo: (a) ,67 como valor sustancial, (b) ,33 como valor moderado y (c) ,10 como valor débil (Chin, 1998). Como se puede observar en la tabla 4, la relación entre los constructos IC → IS es sustancial (,748***), la relación entre los constructos IC → US es sustancial (,751***), la relación entre los constructos IS → INF es de valor moderada (,244*), la relación entre los constructos SC → IC es de valor sustancial (,804***) y la relación entre los constructos US → INF es de valor moderada (,592***); las hipótesis manifiestan valores $p \leq ,05$; $p \leq ,001$ significantes; por lo tanto, fueron soportadas todas ellas.

Tabla 5. *Índices de ajuste de modelo*

Medidas de ajuste	Índices	Valor	Valor p
Promedio del coeficiente de trayectoria	APC	,631	***
Promedio de coeficiente de determinación	ARS	,597	***
Promedio de varianza del factor de inflación	AVIF	1,309	Ideal ≤ 3.3
Raíz cuadrada media residual	SRMR	0.083	$> ,06$
Bondad de ajuste	GoF	,65	Medio $\geq ,5$

Nota: Ringle et al., 2015 "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH"

*** $p < 0.001$.

Nota. Para Hensler et al., (2016) los resultados del PLS pueden ser evaluados globalmente como modelo general y localmente como modelos de medida y modelo estructural. En realidad, el único criterio de ajuste del modelo global es la normalización de la raíz cuadrada media residual (SRMR) (Hu y Bentler, 1998,1999). Para ello se considera un modelo con adecuado ajuste cuando los valores sobre el modelo correcto especificado implican valores SRMR $> ,06$ (Henseler et al.,2017). Asimismo, para conocer el ajuste del modelo como primer paso se debe de calcular el índice de ajuste global (GoF). Este indicativo se calcula multiplicando la raíz cuadrada del promedio (AVE) por la raíz cuadrada del promedio R2. Además, para que se compruebe la confiabilidad y ajuste del modelo GoF debe ser $\geq 0,5$, en la tabla 5 se presenta los índices de ajustes APC= ,631***, ARS= ,597***, el SRMR $> ,06$ modelo correcto aceptable; GoF= ,65, valor que supera el umbral requerido que el cual debe de ser $\geq ,5$.

V. DISCUSIÓN

La parte de discusión se relaciona con la constatación de los resultados que se obtienen a través del análisis estadístico descriptivo e inferencial, para relacionarlo de forma empírica con los antecedentes de estudio seleccionados nacionales e internacionales bajo una rigurosa selección de variables latentes. La comparación estratégica incluye juicios de los conceptos estadísticos de igual forma la conclusión que se da de acuerdo a cada uno de los objetivos propuestos en la investigación.

El primer objetivo sugerido fue determinar la relación que existe entre la intención de comportamiento y la influencia social de las MyPE comerciales. En la cual se halló una correlación positiva considerable de ,748 mediante el estadígrafo de Pearson y un Sig. Bilateral = ,001; dicho resultado inferencial evidenció que la relación obtenida para dichas variables es de nivel positivo considerable según (Hernández y Mendoza, 2018), determinando que la intención de comportamiento tiene una correlación significativa con la influencia social. Por lo tanto, las MyPE comerciales del mercado Los Molles generan una intención de comportamiento al dejarse influenciar por las personas que usan los servicios bancarios incrementando la inclusión financiera.

Las evidencias se sustentan mediante la teoría de (Medina et al., 2020) donde la intención de comportamiento se define como la facilidad que se le da al usuario a poder hacer los diferentes procesos, la disponibilidad que tienen y el nivel de acceso a la información el cual le hace adoptar esta acción de realizarlo, en el caso de la influencia social es sustentada en la teoría de (Mohammad et al., 2023) donde define a la influencia social como un predictor que impulsa la intención de comportamiento para utilizar servicios financieros en un sector o comunidad donde se vean favorecidos por los mismos, generando mayor influencia en el incremento de la inclusión financiera. Como se puede visualizar en el marco teórico la intención de comportamiento deriva de la influencia social para que se pueda acceder a los servicios financieros, tal es el caso de las MyPE del mercado Los Molles las cuales al acceder a estos servicios financieros influyen a otras MyPE a que tengan la intención de usar dichos servicios para una mejor rentabilidad.

Lo señalado se asemeja con el antecedente internacional elaborado por Tomic et al. (2022), quien en su estudio usó el modelo UTAUT para analizar la intención del usuario de aceptar sistemas de pago electrónico en Serbia, obteniendo un nivel

de correlación de 0,66 y un Sig. Bilateral ,002; dicho resultado manifiesta que la relación entre ambas variables es significativamente alta, además dicho resultado muestra que la influencia social posee fuerte efecto positivo sobre la intención de comportamiento, siguiendo la postura teórica, la intención de comportamiento es un mediador que depende de una serie de variables que influyen en la intención y están reflejadas en las creencias y actitudes personales del usuario (Ma et al., 2011); asimismo la influencia social es un factor altamente subjetivo que se relaciona con el sentimiento donde la comunidad influye en adoptar un patrón de comportamiento específico del usuario (Singh et al., 2010). De acuerdo a dichas teorías se puede connotar que tanto la intención de comportamiento y la influencia social son factores que dependen uno de otro para que los usuarios tengan acceso a los servicios financieros tecnológicos. Para fortalecer lo mencionado se alude al antecedente de Al Saide et al., (2020) quien en su estudio de investigación del desarrollo de un modelo UTAUT para la adopción de pagos móviles determinó los factores más frecuentes para la adopción de los pagos, donde su nivel de correlación es de ,216 y un Sig. Bilateral ,001 donde dicho resultado interpreta un efecto positivo significativo en la intención de comportamiento de los usuarios. Además (Venkatesh et al., 2013) define la intención de comportamiento como una medida de uso de la de las personas hacia la tecnología y está influenciada por las opiniones de los demás, asimismo Leong et al (2013) define a la influencia social como el agente más influyente en la predicción de la adopción de nuevas tecnologías. Por ende, se infiere que las MyPE del mercado los Molles puedan potenciar el uso y acceso de las tecnologías financieras para incrementar el desarrollo económico de las MyPE comerciales.

En conclusión, se ha comprobado que existe una fuerte correlación entre la intención de comportamiento y la influencia social desde la perspectiva de análisis estadístico y conceptual, cabe mencionar que al contrastar el resultado del antecedente (Al Saide et al., 2020), de acuerdo a la teoría de (Hernández y Mendoza, 2018) el nivel de correlación es media considerable, sin embargo, para el autor el resultado es significativamente positivo. Por lo tanto, se recomienda hacer un estudio más profundo a las variables para un mejor resultado, así mismo enfocarse en fomentar el uso de los servicios financieros tecnológicos y poder

experimentar los beneficios que puedan generar para una mayor rentabilidad además de ello hacer partícipes a otras entidades más.

Como segundo objetivo se planteó determinar la relación existente entre la intención de comportamiento y la usabilidad de las MyPE comerciales. Para ello, se evidenció una correlación positiva considerable de ,759 mediante el estadígrafo de Pearson y un Sig. (Bilateral)= ,001; dicho resultado evidenció que la relación obtenida para dichas variables es de nivel positivo considerable según (Hernández y Mendoza, 2018), determinando que la intención de comportamiento tiene una correlación significativa con la usabilidad. Por lo tanto, las MyPE comerciales del mercado Los Molles tienen la intención de usar los servicios financieros de acuerdo al beneficio que ellos brindan para una mejor rentabilidad.

Tales evidencias son fundamentadas con la teoría de (Tomic et al., 2021, p. 258) donde la intención de comportamiento se define como un mediador en el cual sus efectos dependen de una serie de variables las cuales influyen y se ven reflejadas bajo la creencia o actitudes personales tomadas por el usuario. En el caso de la usabilidad sustentada en la teoría de (Zhang et al., 2018, p. 10, 279). donde la define como el esfuerzo que se requiere para que una persona pueda adoptar nueva tecnología móvil facilitando los servicios bancarios. Como se puede visualizar en el marco teórico la usabilidad es un agente significativo en la intención de comportamiento del usuario porque va a depender de la facilidad de uso, la rápida accesibilidad y los beneficios económicos que este pueda tener en las MyPE.

Lo señalado tiene relación con el antecedente internacional desarrollado por Setiawan et al., (2023), quien en su estudio investigó los factores que influyen en la intención conductual de adoptar Fintech desde la perspectiva de las mujeres de Indonesia obteniendo el resultado de correlación 0,604 y un Sig. Bilateral ,05; dicho resultado manifiesta que la relación entre ambas variables es positivamente considerable , además muestra que la intención de comportamiento posee efecto positivo sobre la usabilidad, siguiendo la postura teórica la intención de comportamiento es un factor para adoptar nuevos servicios financieros tecnológicos siempre y cuando este beneficie su nivel de rendimiento (Singh et al., 2020); asimismo la usabilidad se infiere como el nivel de esfuerzo requerido por un individuo para utilizar una nueva tecnología de forma eficiente y sencilla para acceder a dichos servicios mediante los diversos dispositivos electrónicos (Davis et

al. 1989). De acuerdo a dichas teorías se puede connotar que tanto la intención de comportamiento y la influencia social son factores predeterminantes para que los usuarios puedan acceder a los servicios financieros tecnológicos. Para reforzar lo señalado se alude al antecedente de Nugraha et al. (2022) quien en su estudio de investigación; Impulsores de adopción de Fintech para la innovación de las Pymes en Indonesia, obtiene un nivel de correlación de ,734 y un Sig. (Bilateral)= ,001; señalando que tiene un efecto positivo significativo entre la intención de comportamiento y la usabilidad. El resultado interpreta un efecto positivo significativo a la teoría de Singh et al., (2020) quien define a la intención de comportamiento como la intención de usar una nueva tecnología la cual dependerá de que la persona crea que esta nueva tecnología generará beneficios en su rendimiento, asimismo Zhang et al., (2018) refiere a la intención de comportamiento como el esfuerzo requerido que una persona necesita para usar nueva tecnología en donde los consumidores interactúan con los servicios financieros tecnológicos. Como se puede observar de acuerdo a la teoría se infiere que, para llegar a la intención de adoptar nuevas tecnologías financieras es necesario que interactúen con los servicios financieros que ofrecen las Fintech y vean los beneficios que estos pueden brindar mejorando así la rentabilidad de sus comercios e incrementar la inclusión financiera en los comerciantes.

En conclusión, se ha comprobado que, si hay relación entre la variable de intención de comportamiento y la usabilidad en la investigación, desde la perspectiva del análisis tanto estadístico como conceptual, en la cual al contrastar con los antecedentes de estudio se evidencia que existe un efecto positivo significativo de las variables, siendo sustentado en los teóricos mencionados de los antecedentes. Por lo tanto, se recomienda a las empresas hacer un estudio en relación a los determinantes que influyen en la adopción de nuevos servicios financieros tecnológicos, ello ayudaría en la mejora de los procesos financieros de las MyPE del mercado los Molles.

En su tercer objetivo se planteó determinar la relación que existe entre la influencia social y la inclusión financiera de las MyPE comerciales. Se evidenció una correlación positiva media de ,249 mediante el estadígrafo de Pearson y un Sig. Bilateral ,05; dicho resultado evidenció que la relación obtenida para dichas variables es de nivel positiva media según (Hernández y Mendoza, 2018),

determinando que la influencia social tiene una correlación media significativa con la inclusión financiera. Por lo tanto, la influencia social en las MyPE comerciales del mercado Los Molles tiene una correlación positiva media con la inclusión financiera la cual se debería reforzar. Por lo tanto, las recomendaciones o ayuda brindada al mercado en base a servicios financieros generarían un mejor proceso, rentabilidad e incrementaría la inclusión financiera.

Las evidencias son sustentadas con la teoría de (Tomic et al., 2023, p. 256) el cual define a la influencia social como un factor subjetivo que relaciona la experiencia y sentimiento de la comunidad donde quiere que el usuario adopte su mismo patrón de comportamiento al usar los servicios financieros tecnológicos. En el caso de la inclusión financiera se sustenta en la teoría de (Jungo et al., 2022, p. 1). donde la define como el componente importante para el desarrollo financiero, además juega un papel importante en la reducción de la pobreza y la desigualdad a través del fácil uso de los productos y servicios financieros mejorando las condiciones de vida de la población cuando lo usan de manera racional. Como se puede observar el marco teórico está orientado al uso de los servicios financieros los cuales puede traer experiencias y sentimientos a las personas que la adopten, además ello generaría una reducción de gastos, optimizando así la pobreza y desigualdad para una mayor inclusión en las personas y empresas.

Lo señalado tiene relación con el antecedente internacional desarrollado por Leefmans et al., (2021), quien en su estudio investigó la influencia social y la compatibilidad de género los cuales son determinantes en el uso del mPOS entre los adultos y jóvenes, obteniendo un nivel de correlación de 0,316 y un Sig. Bilateral ,005: dicho resultado manifiesta que la relación entre ambas variables tienen una correlación positiva media, además dicho resultados muestra que la influencia social posee un efecto medio positivo sobre la inclusión financiera, siguiendo la postura teórica la influencia social es un factor esencial que tiene influencia sobre la adopción de tecnología y el grado en que una persona percibe que otra persona importante crea que debe utilizar un nuevo sistema de información (Venkatesh et al., 2003, p. 4); asimismo la inclusión financiera es el acceso y uso que se da a las nuevas tecnologías utilizando como puente a las Fintech (Wang et al, 2010). De acuerdo a dichas teorías se puede enfatizar que la influencia social como la inclusión financiera son factores que requieren uno del otro, aun habiendo obtenido

un resultado medio positivo, por ello la influencia social en relación a los servicios de finanzas tecnológicas ayudaría en el incremento de la inclusión financiera. Para reforzar lo señalado se alude al antecedente de Daniali et al., (2022) quien en su estudio de investigación examinó como las intenciones de uso de los estudiantes de usar teléfonos móviles 4.5 G se ven afectados por los factores socio económicos de la expectativa de rendimiento, costo, expectativa de esfuerzo e influencia social, donde su nivel de correlación es de ,425 y un Sig. Bilateral ,001 teniendo un efecto positivo en la influencia social con la inclusión financiera. Dicho resultado interpreta tenuemente la teoría de (Lui et al., 2009, p. 3) definiendo a la influencia social como uno de los determinantes influyentes y esenciales para la aceptación del uso de nuevas tecnologías donde tiene como factor a los familiares, colegas, amistades que persuaden al uso de la tecnología, asimismo de acuerdo a la investigación existente demostraron que los constructos como influencia social e intención de comportamiento juegan un papel importante para el uso, acceso e incremento de la inclusión financiera (Okazaki y Méndez, 2013, p. 5). mencionan que para poder adoptar un producto financiero es importante la recomendación de personas que ya hayan usado dichos servicios, lo cual generaría confianza y seguridad a las MyPE para poder adoptarlas.

Se concluye, de acuerdo a los estudios de investigación, que, si existe una relación entre las variables de influencia social e inclusión financiera, desde la perspectiva del análisis estadístico y conceptual, sin embargo, al contrastar los antecedentes se observa que hay una pequeña contradicción en los resultados estadísticos, sin embargo, ellos son alineados y reforzados a través de los sustentos teóricos. Por lo tanto, se recomienda profundizar el estudio de dichas variables los cuales ayudarían a obtener beneficios en la mejora de los procesos financieros, logrando así un incremento en la rentabilidad de las MyPE comerciales del mercado los Molles.

Como cuarto objetivo se planteó determinar la relación que existe entre el servicio de confianza y la intención de comportamiento de las MyPE comerciales. En dicho estudio Se evidenció un nivel de correlación,805 mediante el estadígrafo de Pearson y un Sig. Bilateral ,001; dicho resultado inferencial evidenció que la relación obtenida para dichas variables es de una correlación positiva muy fuerte según (Hernández y Mendoza, 2018), determinando que el servicio de confianza

tiene una correlación significativa fuerte con la intención de comportamiento. Por lo tanto, referente a la relación entre el servicio de confianza y la intención de comportamiento brinda un resultado positivo muy fuerte, el cual gracias a la confianza que se puede ejercer con los servicios financieros de las MyPE tienden a tener un comportamiento de uso hacia los servicios financieros los cuales les brindan seguridad.

Las evidencias son sustentadas con la teoría de (Tomic et al., 2023, p. 256) donde el servicio de confianza se define como la creencia en la exactitud y veracidad de opiniones de las personas con relación al uso de los servicios financieros manifestando la experiencia al usar estos servicios y la seguridad que emana. En el caso de la intención de comportamiento se sustenta en la teoría de (Medina et al., 2020, p. 457) en donde se define como la facilidad que se le da al usuario a poder hacer los diferentes procesos, la disponibilidad que tienen y el nivel de acceso a la información el cual le hace adoptar esta acción de realizarlo. Como se puede observar en el marco teórico el servicio de confianza está orientado a transmitir los beneficios de los servicios financieros ello ayudando a generar una mejor intención en el comportamiento de adoptar estos servicios y generar mayor optimización en sus procesos de atención como en sus procesos financieros.

Lo señalado tiene relación con el antecedente internacional desarrollado por Setiawan et al., (2023), quien en su estudio investigó los factores que conducen a la adopción de Fintech por parte de las mujeres en Indonesia, obteniendo el resultado de correlación 0,647 y un Sig. Bilateral ,05; dicho resultado manifiesta que la relación entre ambas variables es positiva considerable, además dicho resultado muestra que el servicio de confianza posee efecto positivo sobre la intención de comportamiento; siguiendo la postura teórica el servicio de confianza es la base de los servicios financieros donde relaciona la confianza con la protección y seguridad de los datos personales en los servicios Fintech (Broby, 2021); asimismo la intención de comportamiento se da cuando el consumidor usa los servicios tecnológicos el cual es el factor más crítico que rige en la aceptación y en el uso por parte del usuario, donde la intención de comportamiento es un factor central y determinante (Zhou et al. 2018). Es así que las empresas para poder usar los servicios que proveen los bancos, ellos deben de ser seguros y contar con la protección adecuada el cual ayudará a los usuarios a poder implementarla. Para

reforzar lo señalado se alude al antecedente de Nugraha et al., (2022) quien en su estudio de investigación exploró los determinantes de las Pymes Indonesias en la adopción de servicios Fintech durante la pandemia covid-19, donde su correlación es de ,511 y un Sig. Bilateral ,001 el cual tiene un efecto positivo medio entre el servicio de confianza y la intención de comportamiento, dicho resultado interpreta un efecto positivo considerable a la teoría, (Cojoianu et al., 2021; Broby, 2013) donde define el servicio de confianza como la base de los servicios financieros la cual afecta de forma positiva en la intención de adoptar Fintech, en la cual se relaciona con la protección y seguridad de la data personal de los servicios financieros, asimismo (Al-Okaily et al., 2020) define intención de comportamiento como el uso de sistemas de pagos móviles la cual está determinada por el nivel de expectativa de esfuerzo y al hacer uso de estos servicios mejora la inclusión financiera. Se infiere que, si bien el servicio de confianza y la intención de comportamiento tienen un efecto positivo considerable este ayudará a que las personas y las sociedades adopten los servicios financieros, primando la seguridad y protección.

En conclusión, de acuerdo al estudio de investigación se ha comprobado que si existe relación entre las variables; servicio de confianzas e intención de comportamiento desde la perspectiva del análisis estadístico y conceptual, además al comparar con los antecedentes se constata que ambos estudios concuerdan con los resultados obtenidos y ello se alude en los sustentos teóricos de cada antecedente. Por lo tanto, es recomendable que toda empresa financiera procure brindar seguridad y protección a los usuarios con la finalidad de que más empresas y personas puedan sentir la seguridad de adoptar servicios financieros tecnológicos, ayudando así al incremento de la inclusión financiera.

Como quinto y último objetivo se planteó determinar la relación que existe entre la usabilidad y la inclusión financiera de las MyPE comerciales. Para ello se evidenció una correlación positiva considerable de ,592 mediante el estadígrafo de Pearson y un Sig. Bilateral ,001; dicho resultado evidenció que la relación obtenida para dichas variables es de nivel positivo considerable según (Hernández y Mendoza, 2018), determinando que la usabilidad tiene una correlación significativa con la inclusión financiera. Por lo tanto, gracias al uso de los servicios financieros por parte del entorno y la sociedad se incentiva la inclusión financiera reforzando el uso de

los diferentes servicios y productos, gracias a ello las MyPE del mercado pueden adoptarlas para mejorar sus procesos de finanzas.

Las evidencias son sustentadas con la teoría de (Alrabei et al., 2022, p. 1034) donde la usabilidad es interpretada como facilidad de uso y la define como la capacidad del cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicios bancarios de manera simple y directa, sobre todo realizar movimientos bancarios de forma rápida, teniendo presente que cuanto más control se tenga del sistema mayor será la conveniencia de usarlo. En el caso de la inclusión financiera se sustenta en la teoría de (Sharma y Changkakati, 2022, p. 1239) donde se define a la inclusión financiera como un tema multifacético y dinámico, en otras palabras, es un proceso que asegura la facilidad en acceder, usar además de la calidad del sistema financiero formal para todos los miembros de la sociedad. Además, como se puede observar en el marco teórico la usabilidad, genera una facilidad de uso por parte de las MyPE con respecto a los servicios brindados por Fintech, los cuales a mayor uso generan un refuerzo hacia la inclusión financiera haciéndola más dinámica, teniendo un mayor acceso, uso y calidad de los servicios.

Lo señalado tiene relación con el antecedente internacional desarrollado por Lutfi et al., (2021), quien en su estudio investigó determinar los factores que conducen a la aceptación del sistema JoMoPay entre los ciudadanos jordanos, obteniendo el resultado de correlación ,017 y un Sig. Bilateral NS; dicho resultado manifiesta que la relación entre ambas variables es positiva media, además dicho resultado muestra que la usabilidad posee un efecto medio positivo sobre la inclusión financiera. Siguiendo la postura teórica la usabilidad como factor importante en la intención de uso de los sistemas, busca que los usuarios puedan usar de manera fácil y sin mucho esfuerzo dichos sistemas (Alalwan, 2017). Así mismo la inclusión financiera es el grado en que las personas pueden acceder a una diversidad de productos y servicios financieros, las cuales se realizan de manera adecuada, confiable y de forma sostenible (Al-Okaily, 2021). De acuerdo a los resultados se infiere que la facilidad uso percibido no tienen un efecto significativo bueno, donde no se presenta un nivel de significancia el cual podría indicar que las personas del estudio no le dan cierta importancia al uso de los servicios financieros, el cual se debería reforzar y explicar los beneficios que ellos otorgan. Para reforzar lo señalado se alude al antecedente de Alrabei et al., (2022)

quien en su estudio de investigación desarrolló como mejorar los flujos financieros los que conducen a una mayor seguridad de transacciones entre los miembros de la sociedad, donde su nivel de correlación es de ,615 y un Sig. Bilateral ,000 donde tiene un efecto positivo significativo entre la usabilidad e inclusión financiera. El resultado interpreta un efecto positivo considerable a la teoría de Li et al., (2020) quien define a la usabilidad como la capacidad del cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicio de manera más rápida simple y directa, haciendo hincapié de que cuanto más control tenga el cliente sobre los sistemas más conveniente será usarlos, asimismo Lučić, (2021) define a la inclusión financiera como un proceso bancario el cual tiene como objetivo asegurar que los grupos y segmentos sociales con bajos recursos puedan tener acceso a servicios y productos financieros apropiados. Por consiguiente, se infiere que se debe seguir esa misma línea, debido a que tiene efecto positivo considerable, donde los miembros de la sociedad gracias al uso de los servicios financieros tecnológicos pueden optimizar los procesos y aumentar su rentabilidad, gracias al uso que les dan las personas a estos servicios se genera un aumento en la inclusión financiera.

En conclusión, se ha comprobado que existe relación entre las variables de Usabilidad e inclusión financiera en la investigación desde el panorama del análisis estadístico y conceptual. Sin embargo, cuando se compara con los antecedentes se puede constatar un cierto grado de contradicción en los resultados, pero es alineado y reforzado con los sustentos teóricos en ambos antecedentes. Por lo tanto, es recomendable ahondar un poco más en el tema de la inclusión financiera teniendo en cuenta que dicha variable ayudaría a minimizar los niveles de pobreza, por ello se sugiere que las empresas bancarias tradicionales y no tradicionales creen estrategias para que más usuarios le den la importancia del caso en el uso de dichos servicios financieros.

VI. CONCLUSIONES

Las conclusiones son construcciones teóricas y no hay la necesidad de repetir los resultados, todo lo contrario, solo se resume los datos más importantes, cabe mencionar que las conclusiones tienen que tener relación con los datos, así mismo la redacción debe de facilitar en la toma de decisiones (Hernández y Mendoza, 2018, p. 590). En base a la teoría se prosiguió con la elaboración de las conclusiones de acuerdo a los objetivos planteados y alineados al proceso sistemático en la investigación de estudio.

1. Se planteó evaluar el efecto entre intención de comportamiento y la influencia social en las MyPE comerciales. De acuerdo con los valores del modelo estructural, muestra la varianza de las variables latentes Intención de comportamiento y la influencia social, basados en el coeficiente de camino ($\beta = ,748$) y un valor de significancia estadística ($p = ,001$) dando como resultado un valor sustancial, el cual es obtenido a través del Bootstrapping, donde dichos resultados permiten soportar la hipótesis propuesta H_1 significativamente. De esta manera se entiende como la intención de comportamiento de adoptar nuevas tecnologías financieras (Fintech) por parte de los comerciantes del mercado Los Molles dependen de la influencia social que existe en el medio, el cual les brinde beneficios y les de la garantía en la rapidez de sus procesos de pago tanto para proveedores como usuarios, además de ello el incremento del factor económico. Tal como propone el aporte teórico de las competencias, en el cual indica que, la intención de comportamiento es un mediador que depende del efecto de una serie de variables, las cuales influyen a través de la creencia o actitudes personales que toma el usuario (Tomic et al., 2021), facilitando la realización de los diferentes procesos y la disponibilidad de acceso a la información que le hace adoptar dicha acción (Medina et al., 2020). Por ello el fomento del uso tecnológico práctico y sencillo ayuda a tener la intención de emplear los diversos servicios financieros de forma segura (Vives, 2019).
2. Se planteó evaluar el efecto entre la intención de comportamiento y la usabilidad en las MyPE comerciales. De acuerdo con los valores del modelo estructural, muestra la varianza de las variables latentes intención de conducta y la usabilidad, los cuales están basados en el coeficiente de camino ($\beta = ,759$) y un valor de significancia estadística ($p = ,001$) dando como resultado un valor

sustancial, el cual es obtenido mediante el Bootstrapping, donde dichos resultados permiten soportar la hipótesis H₂ significativamente. De esta manera se entiende como la intención de comportamiento de adoptar nuevas tecnologías financieras (Fintech) por parte de los comerciantes del mercado Los Molles dependen de cuán fácil sea el uso de dichas plataformas tecnológicas, las cuales les permitan un rápido proceso en sus transacciones de pago tanto para proveedores y usuarios, pero también les ayude a mejorar el factor económico. Para justificar dicha teoría se propone un aporte teórico en el cual se menciona que la usabilidad interpretada bajo los términos de facilidad de uso es un factor efectivo el cual influye para que una persona pueda adoptar nueva tecnología (Zhang et al., 2018), dependiendo del grado en que los usuarios creen que la aplicación estaría libre de esfuerzo (Lutfi et al., 2021), facilitando la capacidad que tiene el usuario en la interacción de un sistema de manera simple y directa (Alrabei et al., 2022).

3. Se planteó evaluar el efecto entre la influencia social y la inclusión financiera en las MyPE comerciales. De acuerdo con los valores del modelo estructural, muestra la varianza de las variables latentes influencia social y la inclusión financiera, los cuales están basados en el coeficiente de camino ($\beta = ,249$) y un valor de significancia estadística ($p = ,050$) dando como resultado un valor moderado, el cual es obtenido mediante el Bootstrapping, donde dichos resultados permiten soportar la hipótesis H₃ significativamente. Es así que se entiende que la variable influencia social es un factor importante en el tema de inclusión financiera y ello se debe a que los usuarios que adoptan nuevas tecnologías financieras (Fintech) en su mayoría son influenciados de forma positiva por el entorno social que les rodea, ayudando a incrementar la inclusión financiera. Es así, que los comerciantes del mercado Los Molles al ser influenciados por otros comercios en relación al uso de Fintech ayudarían al aumento de la inclusión financiera, mejorando los procesos de transferencia de pagos a través de las diferentes plataformas tecnológicas e incrementando la economía de sus comercios. Para justificar dicha teoría se proponen diversos teóricos donde se refiere a la influencia social como un predictor que impulsa la intención de utilizar servicios financieros en un sector en donde se vean favorecidos los usuarios, generando mayor influencia en el incremento de la

inclusión financiera (Mohammad et al., 2023). Así mismo, se considera como un factor subjetivo que relaciona la experiencia de la comunidad en la cual pretende que el usuario adopte su mismo patrón de comportamiento al usar Fintech (Tomic et al., 2023). Teniendo en cuenta que dicho factor influye a través de la confianza y decisión del usuario en el grado de probar un servicio financiero digital (Zarifis, 2022).

4. Se planteó evaluar el efecto entre el servicio de confianza y la intención de comportamiento en las MyPE comerciales. De acuerdo con los valores del modelo estructural, muestra la varianza de las variables latentes servicio de confianza y la intención de comportamiento, los cuales están basados en el coeficiente de camino ($\beta = ,805$) y un valor de significancia estadística ($p = ,001$) dando como resultado un valor sustancial, el cual es obtenido mediante el Bootstrapping, donde dichos resultados permiten soportar la hipótesis H4 significativamente. De esta manera se puede entender como el servicio de confianza es un factor relevante para los comerciantes del mercado Los Molles en la intención de comportamiento de adoptar nuevas tecnologías financiera (Fintech), debido al grado de seguridad y confianza que dichas plataformas le puedan brindar, por ello es necesario que los comerciantes del mercado Los Molles tengan conocimiento básico y necesario de las diferentes plataformas tecnológicas las cuales permitan realizar un fácil manejo y rápido proceso en las transacciones de pago, mejorando el factor económico. Para justificar dicha teoría se proponen teóricos que refiere al servicio de confianza como la creencia en la veracidad de la opinión de las personas basadas en la experiencia de usar dichos servicios financieros tecnológicos y la seguridad que ellas emanan (Tomic et al., 2023). Partiendo de ello la confianza es fundamental para influir en los usuarios la intención de usar servicios financieros tecnológicos los cuales brindan protección y seguridad de los datos personales del usuario mediante las diferentes plataformas tecnológicas (Setiawan et al., 2023). Es así que, a mayor confianza del consumidor, mayor es la influencia de adoptar un servicio Fintech (Nugraha et al., 2022). Es por ello que el servicio de confianza afecta de forma positiva en la adopción de los servicios Fintech.
5. Se planteó evaluar el efecto entre la usabilidad y la Inclusión financiera en las MyPE comerciales. De acuerdo con los valores del modelo estructural, muestra

la varianza de las variables latentes de la usabilidad y la inclusión financiera, los cuales están basados en el coeficiente de camino ($\beta = ,592$) y un valor de significancia estadística ($p = ,001$) dando como resultado un valor moderado, el cual es obtenido mediante el Bootstrapping, donde dichos resultados permiten soportar la hipótesis H5 significativamente. De esta manera se puede entender en este estudio de investigación que la variable usabilidad está estrechamente relacionada con la inclusión financiera, cabe precisar que, a mayor uso de estas tecnologías financieras mayor será el aumento de la inclusión financiera logrando generar mejoras económicas tanto en las personas como en las empresas. Para justificar dicha teoría se proponen diversos teóricos que definen a la inclusión financiera como el proceso que garantiza tanto a personas como a empresas de poder tener acceso y un uso adecuado referente a los servicios financieros (Cicchello et al., 2021). Así mismo, se considera que la inclusión financiera es la disponibilidad de oportunidades para que las personas y empresas tengan acceso a una variedad de dichos servicios financieros (Chen y Yuan, 2021). Por último, se menciona que el acceso a la inclusión financiera ayuda a más personas excluidas a mejorar sus ingresos económicos ya sea en forma de ahorro o solicitando algún préstamo (Baber, 2021).

6. Las limitaciones del estudio, coinciden en señalar que, en el proceso sistemático del estudio de investigación, hubieron limitaciones básicas de carácter metodológico, primero por la poca voluntad de querer participar en la investigación por falta de conocimiento de la materia a estudiar, a los participantes se les complicaba entender sobre el llenado del cuestionario, por la falta de conocimiento del tema, debido a que las personas a encuestar la gran mayoría eran adultos mayores y se les complicaba el llenado de las encuestas virtuales, además de la ambigua colaboración, la falta de seriedad en el llenado completo de los instrumentos observando varias casilla en blanco. Sumado a ello el costo de acceder al uso de Software para el respectivo análisis de las datas exigible en el contexto de la investigación obteniendo robustez durante la evolución.

VII. RECOMENDACIONES

Las recomendaciones son definidas como la acción relacionada con las preguntas de la investigación donde el investigador une aquellas sugerencias que se produjeron durante los procesos de realización del estudio de investigación, además las recomendaciones incluyen temas que normalmente están unidos y ligados a las conclusiones (Bermúdez et al., 2021, p. 124). Es así que en el último apartado se redactó las recomendaciones de la investigación, las cuales estarán planteadas en base a las conclusiones que se hicieron en el capítulo anterior, donde las recomendaciones están direccionadas a los objetivos expuestos del estudio, además de ello se hacen recomendaciones para las futuras investigaciones que estén relacionadas con nuestras variables.

1. Se recomienda diseñar un plan de capacitación e inducción teórica acerca de los beneficios que poseen dichas plataformas digitales financieras brindando los conocimientos necesarios a los socios del mercado y aprendan el fácil acceso y manejo de estos servicios tecnológicos, el cual ayudará a agilizar sus procesos de atención satisfaciendo así las necesidades del cliente, dicha capacitación va dirigida a todos los socios del mercado Los Molles con la finalidad de despejar sus dudas y poder brindar una solución a la problemática ya suscitada. Para realizar dicha capacitación se contará con personas capacitadas con experiencia en el uso de las plataformas digitales, reforzando con implementos didácticos que ayudará a captar la información de manera idónea por parte de los socios. Para una primera evaluación se pondrá en práctica una pequeña encuesta donde ayude a saber el nivel de captación de información que han obtenido los socios referentes a la inducción teórica. Sin embargo, nada de ello se conseguirá sin la disposición de los materiales didácticos y del personal capacitado para la inducción ya que son necesarios para realización de dicho evento donde la junta directiva del mercado será la responsable de acondicionar el espacio para la capacitación de los socios.
2. Se recomienda hacer una inducción practica sobre el uso de las plataformas digitales ello ayudara a simplificar procesos de manera rápida, mejorando el rendimiento de atención, estas herramientas aportaran beneficios para los comercios del mercado los Molles. Ella debe estar dirigido a todos los socios del mercado que tengan problemas en el acceso y uso, asimismo demoras en la

atención, para ello se plantea un proceso continuo y reforzamiento en el uso de estas plataformas digitales. En este contexto la inducción práctica debe ser realizada por personal capacitado con experiencia en el uso de las plataformas digitales, reforzando de manera práctica con sesiones en el uso de los servicios financieros. Es fundamental en este proceso utilizar los aparatos móviles y POS para una correcta inducción, además de poder evaluar el uso de la plataforma con un simulador el cual ayude a los socios a poder experimentar el uso y sobre todo el tiempo que ahorra al usar dichos dispositivos. Nada de ello sería posible sin la disposición de los aparatos móviles incluidos los POS que son necesarios para llevar a cabo dicha práctica mediante el uso de plataformas digitales, donde los responsables serán los proveedores del sistema.

3. Se recomienda generar convenios con entidades bancarias con la finalidad de dar a conocer los beneficios que estas plataformas proveen, además ayudaran a una correcta formación financiera para los socios del mercado Los Molles que tenga dificultades en saber sobre los beneficios financieros que provee dichas entidades, es por ello que se busca crear alianzas financieras. En este contexto las entidades bancarias buscan captar nuevos clientes y fomentar historiales crediticios donde los usuarios tengan la intención de querer desarrollarse financieramente, para ello es fundamental utilizar las plataformas digitales de forma práctica la cual ayude a las MyPE en su desarrollo financiero con los diferentes beneficios que les brinda las entidades bancarias, a través de estas plataformas que están adecuadas para llevar un registro en el progreso financiero de las MyPE. Sin embargo, nada se llevaría a cabo sin la disposición de la información de los medios tecnológicos asimismo el uso y el fácil acceso a estas plataformas digitales en la que son responsables dichas instituciones financieras tecnológicas.
4. Para el servicio de confianza se recomienda que los socios busquen plataformas donde la seguridad de información y uso de las mismas sean seguras, ayudando a que puedan tener una mejor experiencia al momento de usar las plataformas digitales, ello va dirigido a todos los socios del mercado Los Molles que tengan la intención de mejorar su estilo de vida como también la mejoraría de atención al cliente final. En este contexto las entidades financieras tecnológicas que brinden la correcta información sobre la seguridad de sus plataformas digitales

ayudaran a los socios a que tengan la confianza de utilizar estas plataformas en línea que brinda la entidad financiera, la cual están protegidas, donde el único acceso lo tendrán los usuarios que deseen implementarlo. Asimismo, se evaluará en forma constante de acuerdo al uso que le da el socio a las plataformas y los beneficios que le otorga al poder implementarlo. Sin embargo, nada de ello se conseguirá sin la disposición de los socios de querer utilizar dichas plataformas, recayendo la responsabilidad en ellos de no implementar dichas tecnologías en sus comercios evitando el aumento de su rentabilidad.

5. Por último, se recomienda a los socios la implementación de un software donde se lleve un correcto control de los ingresos y egresos facilitando los procesos de la contabilidad, hablando de Fintech esta implementación ayudara a la mejora de sus procesos y reforzar este objetivo. Dicha implementación va dirigida a todos los socios del mercado Los Molles que tengan la intención de mejorar sus procesos contables. En este contexto los encargados de instruir esta implementación serán personas capacitadas que tengan experiencia en el uso del software para ello se reforzará de manera práctica dando sesiones del uso y beneficios que estos poseen. Es fundamental en este proceso la utilización de simuladores que brindará esta herramienta formando la practicidad de uso en cómo llevar un correcto control de los ingresos y egresos, adicional a ello del stock de sus productos. Para ello se realizará una evaluación a través del uso del software midiendo los beneficios que le otorga al implementarlo. Sin embargo, nada de ello se conseguirá sin la disposición de los medios intangibles como el software y tangibles que son la computadora y los dispositivos móviles que serán necesarios para llevar a cabo la implementación de mejora donde los responsables son los socios de la asociación comercial.
6. Para futuras investigaciones se recomienda el uso de la tecnología financiera debido a que estos últimos años ha experimentado un crecimiento masivo debido a su evolución con el pasar del tiempo, y a su vez cambiado la forma de pensar del usuario en relación a la banca móvil y el dinero electrónico, es por ello que para futuras investigaciones se deben de centrar en la evolución de los sistemas financieros tecnológicos y su influencia en el pensamiento de las persona que poco a poco son incluidas en esta sistema digital. Además del

análisis del de crecimiento financiero de acuerdo a la experiencia en el uso de las plataformas digitales generará hallazgos importantes de cómo es el comportamiento de las personas y que pensamiento post uso tendrán para poder medir el nivel de crecimiento en base a su experiencia y uso de las plataformas digitales. Por otro lado, cabe mencionar, que es fundamental al momento de seleccionar los instrumentos de recolección de datos, tomar aquellos que sean reconocidos como instrumentos estandarizados por la comunidad investigativa, en la cual al momento de la elección de estos instrumentos deben de provenir de artículos indexados del cuartil uno y dos; donde el fin es la reducción de los sesgos que producen la deficiente revisión por parte de los expertos que validan los instrumentos de investigación. También es importante especificar sobre las líneas de investigación señaladas en los protocolos de guías de investigación, para orientar al investigador con variables repetitivas y que puedan buscar información exhaustiva y específica en el tema adaptado para una mejor realización del estudio.

REFERENCIAS

- Abdalwali et al., (2021). Digital financial inclusion sustainability in Jordanian context. *Sustainability*, 13(11). <https://doi.org/10.3390/su13116312>
- Al-Eitan, G. N., Al-Own, B., & Bani-Khalid, T. (2022). Financial Inclusion Indicators Affect Profitability of Jordanian Commercial Banks: Panel Data Analysis. *Economies*, 10(2), 38–. <https://doi.org/10.3390/economies10020038>
- Alrabei, A. M. (2022). The Impact of Mobile Payment on the Financial Inclusion Rates. *Information Sciences Letters*, 11(4), 1033–1044. <https://doi.org/10.18576/isl/110404>
- Alrawashdeh, N. (2022). Fintech: A Bibliometric Analysis for the Period of 2014-2021. *Calitatea-Acces La Succes*, 23(188), 176–188. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.24>
- Al-Saedi, K. (2020). Developing a general extended UTAUT model for M-payment adoption. *Technology in Society*, 62. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101293>
- Anifa, M. (2022). Fintech Innovations in the Financial Service Industry. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/jrfm15070287>
- Arias et al. (2022). Metodología de la investigación. El método Arias para realizar un proyecto de tesis. Puno –Perú Libro electrónico disponible en <https://doi.org/10.35622/inudi.b.016>
- Arias, J. (2020). Técnicas e instrumentos de investigación científica. Arequipa, Perú: Enfoques Consulting EIRL.
- Arroyo, A. (2020). Metodología de la investigación en las ciencias empresariales. Cuzco, Perú: UNSSAC. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/5402>
- Arslan, A. (2022). Fintech, base of the pyramid entrepreneurs and social value creation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 29(3), 335–353. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2020-0370>
- Asif, M. (2023). El impacto de Fintech y los servicios financieros digitales en la inclusión financiera en India. *Revista de Riesgos y Gestión Financiera*, 16 (2). <https://doi.org/10.3390/jrfm16020122>

- Baber, H. (2021). Financial inclusion and crowdfunding-a study of european countries. *Review of Applied Socio-Economic Research*, 22(2), 37–48. <https://doi.org/10.54609/reaser.v22i2.104>
- Baron Bayona, J. A., & Forero Baron, L. A. (2022). Análisis de las Fintech y su aporte a la inclusión financiera en Colombia. *Revista Estrategia Organizacional*, 11(2), 145–164.
- Bermúdez, D., Cuenca, P., García, P., Gutiérrez, G. y Portela, A. (2021). Sugerencias para escribir análisis de resultados, conclusiones y recomendaciones en tesis y trabajos de grado. *CITAS*, 8(1). <https://doi.org/10.15332/24224529.6608>
- Carballo, I., & Dalle-Nogare, F., (2019). Fintech e inclusión financiera: los casos de México, Chile y Perú [en línea]. *Revista CEA*, 5(10).
- Carballo, I., & Girbal, E. (2021). Nudges para el ahorro y la inclusión financiera: Recomendaciones de política en base a una revisión crítica de la literatura y el análisis de las Fintech involucro y front en argentina. *Oikos Polis*, 6(2), 55-125.
- Carbó-Valverde, S. (2022). Entrepreneurial, institutional and financial strategies for Fintech profitability. *Financial Innovation.*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00325-2>
- Carhuancho, I., Nolazco, F., Sicheri, L., Guerrero, M. & Casana, K. (2019). Metodología para la investigación holística. Guayaquil, Ecuador:UIDE.
- Chen, W., & Yuan, X. (2021). Financial inclusion in China: An overview. *Frontiers of Business Research in China*, 15(1), 1–21. <https://doi.org/10.1186/s11782-021-00098-6>
- Chinoda, T., & Mashamba, T., (2021). Fintech, financial inclusion and income inequality nexus in Africa, *Cogent Economics & Finance*, 9(1), <https://doi.org/10.1080/23322039.2021.1986926>
- Chuka et al., (2022). Financial inclusion and its impact on economic growth: Empirical evidence from sub-Saharan Africa. *Cogent Economics & Finance*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2022.2060551>
- Cicchello, A. F., Kazemikhasragh, A., Monferrá, S., & Girón, A. (2021). Financial inclusion and development in the least developed countries in Asia and Africa.

Journal of Innovation and Entrepreneurship, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00190-4>

Claver, E., Pertusa, E. & Molina, J. (2011). Estructura organizativa y resultado empresarial: un análisis empírico del papel mediador de la estrategia, Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 14(1), 2-13, <https://doi.org/10.1016/j.cede.2011.01.005>.

Connelly, L.M. (2020). Inclusion and exclusion criteria. Medsurg Nursing, 29(2), 125-116.

Daniali, S. M. (2022). Exploring UTAUT Model in Mobile 4.5G Service: Moderating Social–Economic Effects of Gender and Awareness. *Social Sciences.*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/socsci11050187>

Deng, L. (2021). Impact of Fintech on bank risk-taking: Evidence from China. *Risks*, 9(5). <https://doi.org/10.3390/risks9050099>

Díaz, L. (2022). Establecimiento del nicho en el planteamiento del problema: recursos de negación y posicionamiento del autor. *Lingüística Y Literatura*, 44(83), 257–278. <https://doi.org/10.17533/udea.lyl.n83a11>

Gallego-Losada, M. J., García-Abajo, M. E., Montero-Navarro, A., & Gallego-Losada, R. (2021). El reto de la alfabetización financiera digital en el ámbito de la Fintech (industria 4.0). *ESIC Market*, 53(1), e277. <https://doi.org/10.7200/esicm.53.277>

Gestión (2 de diciembre de 2021). Mas de 10 Fintech internacionales operan en Perú. *Gestión*. <https://gestion.pe/economia/mas-de-10-fintech-internacionales-ya-operan-en-peru-noticia/?ref=ges>

Gutierrez-Leefmans, M. (2021). Social Influence and mPOS Use: The Effects of Gender. *Journal of Technology Management & Innovation.*, 16(4), 3–10. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242021000400003>

Hernández, R. & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. Cd. de México, México: Mc Graw Hill Education.

Iheanachor, N. (2023). Ecosystem emergence in emerging markets: Evidence from the Nigerian digital financial services ecosystem. *Technological*

Forecasting and Social Change, 190. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122426>

Jangir et al., (2023). The Moderating Effect of Perceived Risk on Users' Continuance Intention for Fintech Services. *Journal of Risk and Financial Management* ,16(1).<https://doi.org/10.3390/jrfm16010021>

Jungo et al., (2022). The Effect of Financial Inclusion and Competitiveness on Financial Stability: Why Financial Regulation Matters in Developing Countries? *Journal of Risk and Financial Management*, 15(3).<https://doi.org/10.3390/jrfm15030122>

Kass-Hanna et al., (2022). Building financial resilience through financial and digital literacy in South Asia and Sub-Saharan Africa. *Emerging Markets Review.*, 51. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2021.100846>

Khan, S., & Alhadi, F., (2022). Fintech and Financial Inclusion in Saudi Arabia. *Review of Economics and Finance*, 20, 857-866.

Kijkasiwat, P. and Chancharat, N. (2022) 'Financial inclusion in the industry 4.0: the effects of financial inclusion on electronic payments in Thailand', *Int. J. Trade and Global Markets*,15(1), pp.70–78.

La República (20 de mayo de 2022). Prestamistas y casas de cambio son las Fintech que más han crecido en el Perú. *La República*. <https://larepublica.pe/economia/2022/05/20/prestamistas-y-casas-de-cambio-son-las-fintechs-que-mas-han-crecido-en-el-peru>

La República (9 de octubre de 2022). Global66 y KasNet habilitan mas de 13.500 puntos para el retiro de remesas en efectivo. *La República*. <https://larepublica.pe/economia/2022/10/09/global66-y-kasnet-habilitan-mas-de-13500-puntos-para-el-retiro-de-remesas-en-efectivo-kasnet-agente-global66-peru>

Marcelin I., Aklesso Y.G. Egbendewe, Djoulassi K. Oloufadi, Wei Sun, (2022) Financial inclusion, bank ownership, and economy performance: Evidence from developing countries, *Finance Research Letters*,46, Part A,102322, ISSN 1544-6123, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102322>.

- Marcelin, I., Sun W., Teclezion M., Junarsin E., (2022). Financial inclusion and bank risk-taking: the effect of information sharing, *Finance Research Letters*, 50,103182, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2022.103182>.
- Medina et al. (2023). Metodología de la investigación: Técnicas e instrumentos de la investigación. Perú-Puno
- Medina et al., (2020). Modelo de integración de tecnología financiera y mercadeo digital apoyado en la gestión del conocimiento. [Integration model for financial technology and digital marketing supported by knowledge management] *Revista Ibérica De Sistemas e Tecnologias De Informação*, 450-462.
- Montes, J. (2021). Del método de exposición al método de investigación planteamiento del problema y pregunta de investigación. *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 3(2) 294-300.
- Mpofu, F y Mhlanga, D. (2022). Digital Financial Inclusion, Digital Financial Services Tax and Financial Inclusion in the Fourth Industrial Revolution Era in Africa. *Economies*,10(8). <https://doi.org/10.3390/economies10080184>
- Muganyi et al., (2022). Fintech, regtech, and financial development: evidence from China. *Financial Innovation*.,8(1).<https://doi.org/10.1186/s40854-021-00313-6>
- Muneer et al., (2022) Fintech in islamic finance literature: A review, *Heliyon*,8(9), <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10385>.
- Nieto, N. (2018). Tipos de investigación. Lima, Perú: Universidad Santo Domingo de Guzmán. <http://repositorio.usdg.edu.pe/handle/USDG/34>
- Noreen, M. & Ghazali, M. (2022). Role of Government Policies to Fintech Adoption and Financial Inclusion: A Study in Pakistan. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 10(1), 37 - 46.
- Nugraha, DP (2022). Impulsores de adopción de Fintech para la innovación para las pymes en Indonesia. *Revista de Innovación Abierta: Tecnología, Mercado y Complejidad*.,8(4).<https://doi.org/10.3390/joitmc8040208>
- Paini, H.& Raina, L. (2022). Linkage between financial inclusion and Indonesian welfare: recent evidence. *Cogent Business & Management*, 9(1) <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2108299>

- Patino, C., & Ferreira, J. (2018). Inclusion and exclusion criteria in research studies: definitions and why they matter. *Jornal Brasileiro de Pneumologia*, 44, 84-84.
- Pengpeng et al., (2022). The rise of digital finance: Financial inclusion or debt trap? *Finance Research Letters*, 47, 102604, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2021.102604>.
- Piotrowski, D. (2023). Privacy frontiers in customers' relations with banks. *Economics and Business Review*, 9(1), 119–141. <https://doi.org/10.18559/ebr.2023.1.5>
- Rodríguez, J. & Hinojo, P. (2019). Oportunidades De La Tecnología Aplicada a Los Mercados Financieros: El Fenómeno Fintech. *Boletín Económico de ICE*, 3109, 15–28.
- Sánchez et al. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Lima- Perú. Universidad Ricardo Palma.
- Senyo, P. (2022). Fintech ecosystem practices shaping financial inclusion: the case of mobile money in Ghana. *European Journal of Information Systems*, 31(1), 112–127. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1978342>
- Setiawan et al., (2023). Quest for financial inclusion via digital financial services (Fintech) during COVID-19 pandemic: case study of women in Indonesia. *J Financ Serv Mark*. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00217-9>
- Soares et al., (2023). Knowledge Management as a Moderator in Developing Digital Finance in Timor Leste. *WSEAS Transactions on Systems*, 22, 186–193. <https://doi.org/10.37394/23202.2023.22.18>
- Suharyati & Utami (2022). Analysis of MSMEs Interest in Services Banking, Fintech and Cooperative. *Calitatea-Acces La Succes*, 23(187), 213–221. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.187.27>
- Taujanskaitė, K. (2022). Development of Fintech business in lithuania: Driving factors and future scenarioS. *Business, Management and Economics Engineering*, 20(1), 96–118. <https://doi.org/10.3846/bmee.2022.16738>

- Tomic et al., (2023). Uso del modelo UTAUT para analizar la intención del usuario de aceptar sistemas de pago electrónico en Serbia. *Revista Económica Portuguesa*, 22 (2), 251–270. <https://doi.org/10.1007/s10258-022-00210-5>
- Valencia, D. C. (2020). Revisión bibliográfica sobre inclusión financiera como estrategia de recuperación y de crecimiento Fintech. *Semestre Económico*, 23(55), 193–203. <https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a8>
- Vergara et al., (2022). Planteamiento del problema de un proyecto de investigación: escritura y formulación en ciencias de la salud. *Revista Científica Salud Uninorte*, 38(3), 919–931. <https://doi.org/10.14482/sun.38.3.610.72>
- Vilcanqui et al., (2022). Lessons from Remarkable Fintech Companies for the Financial Inclusion in Perú. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(2), 62. <http://dx.doi.org/10.3390/jrfm15020062>
- Vives, X. (2019). LA BANCA FRENTE A LA DISRUPCIÓN DIGITAL. *Papeles De Economía Española*, (162), 2-13,177.
- Vučinić, M. (2022). Fintech, Risk-Based Thinking and Cyber Risk. *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 11(2), 27–53. <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2022-0012>

ANEXOS

Anexo A Tabla de operacionalización de variables latentes exógenas y endógenas

Operacionalización de variable latente exógena intención de comportamiento

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores reflectivos	Ítems	Escala de medición
Latente exógena: Intención de comportamiento	Se define como mediador en el cual sus efectos dependen de una serie de variables las cuales influyen y se ven reflejadas bajo la creencia o actitudes personales tomadas por el usuario (Tomic, et. al, 2021, p.258)	La intención de comportamiento se medirá tomando en cuenta sus indicadores formativos uso servicios, contribuir la cual están conformadas por 2 ítems	Uso de servicios. Contribución.	1 2	Ordinal

Operacionalización de variable latente exógena influencia social

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores reflectivos	Ítems	Escala de medición
Latente exógena: Influencia social	Se define también como un factor subjetivo que relaciona la experiencia y sentimiento de la comunidad donde quiere que el usuario adopte su mismo patrón de comportamiento al usar los servicios financieros tecnológicos (Tomic et al., 2023, p.256).	La influencia social se medirá tomando en cuenta sus indicadores formativos Optimización, utilidad, opinión, trato la cual están conformadas por 4 ítems	Optimización. Utilidad. Opinión. Trato.	3 4 5 6	Ordinal

Operacionalización de variable latente exógena servicio de confianza

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores reflectivos	Ítems	Escala de medición
Latente exógena: Servicio de confianza	La confianza es la base de los servicios financieros, además la confianza de los usuarios se ve reflejada con la protección y seguridad de los datos personales brindada por dichos servicios, (Setiawan et al., 2023, p.9).	El servicio de confianza se medirá tomando en cuenta sus indicadores formativos Acceso, Tecnología experiencia la cual están conformadas por 3 ítems	Acceso. Tecnología. Experiencia.	7 8 9	Ordinal

Operacionalización de variable latente exógena usabilidad

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores reflectivos	Ítems	Escala de medición
Latente exógena: Usabilidad	Alrabei et al., (2022, p. 1034) refiere a la facilidad de uso como la capacidad del cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicios bancarios de manera simple y directa.	La usabilidad se medirá tomando en cuenta sus indicadores	Inclusión financiera. Avance tecnológico. Fintech.	10	Ordinal
		inclusión financiera, avance tecnológico, Fintech,		11	
		formativos la cual están conformadas por 3 ítems		12	

Operacionalización de variable latente endógena inclusión financiera

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores formativos	Ítems	Escala de medición
Latente endógena: Inclusión financiera	Pérez y Titelman, (2018, p.21) indique que la inclusión financiera engloba tanto a las entidades públicas y privadas en un punto de vista de la demanda como de la oferta para que ellos brinden servicios a los hogares y también a las pequeñas, medianas y grandes empresas, además la inclusión financiera permite como instrumento generar posibilidades de ahorro y consumo de las personas	La inclusión financiera se medirá tomando en cuenta sus indicadores	Acceso a los servicios. Rentabilidad. Aplicaciones digitales.	13	Ordinal
		Acceso a los servicios, rentabilidad, aplicaciones digitales		14	
		formativos la cual están conformadas por 3 ítems.		15	

Anexo B Instrumento de recolección de datos.

Cuestionario sobre la variable intención de comportamiento, influencia social, servicio de confianza, usabilidad e inclusión financiera

Estimado(a)

Mediante el presente cuestionario se está realizando un estudio a fin de determinar la relación que existe entre “Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales”.

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

Le solicitamos responder con sinceridad al siguiente cuestionario, la información obtenida será utilizada para fines exclusivamente académicos.

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

Variables latentes	Indicadores reflexivos		Indicadores reflexivos				
			1	2	3	4	5
Intención de comportamiento	1	Siempre daré prioridad al uso de servicios móviles basados en tecnología financiera cuando sea posible.					
	2	Es mi intención contribuir a la inclusión financiera mediante la aplicación de la tecnología financiera.					
Influencia social	3	Tengo la intención de seguir implementando tecnología financiera para optimizar mis procesos.					
	4	La tecnología financiera y los servicios, para los financieramente excluidos son cosas que se debe utilizar.					
	5	Es probable que utilice servicios de inclusión financiera basados en Fintech si están bien valorados por emprendedores cuya opinión valoro.					
	6	Los servicios basados en la tecnología financiera (Fintech) para los más desfavorecidos deben tratarse con cuidado.					
Servicio de confianza	7	Me propongo contribuir a la ampliación del acceso a los servicios financieros mediante la aplicación de la tecnología financiera.					
	8	Los servicios tecnológicos para personas excluidas financieramente basados en la tecnología financiera han demostrado ser fiables.					
	9	Debido a la experiencia positiva previa con este tipo de servicios, confía en los servicios basados en la tecnología financiera.					
Usabilidad	10	Cuando se trata de inclusión financiera, utiliza servicios basados en tecnología financiera.					
	11	Utiliza regularmente servicios que promueven la inclusión financiera y que son posibles gracias a los avances de la tecnología.					
	12	Los servicios basados en Fintech son importantes para mí.					
Inclusión financiera	13	Es posible emplear las Fintech para ampliar el acceso a los servicios bancarios en las zonas comerciales.					
	14	La inclusión financiera en zonas comerciales puede lograrse mediante el uso de la tecnología financiera aumentando los ingresos en estas zonas.					
	15	La inclusión financiera en zonas comerciales puede lograrse mediante el uso de Fintech aumentando las aplicaciones financieras digitales.					

Anexo C *Matriz de evaluación por juicio de expertos o ficha técnica*

Ficha técnica	
Nombre del instrumento	: Tecnología financiera (Fintech)
Autor	: Asif et al. (2023).
Tipo de instrumento	: Cuestionario.
Aplicación	: Individual o colectiva.
Tiempo de administración	: 10 min
N° de ítems	: 15.
Estructura	: Consta de un total de 5 variables latentes las cuales son: Intención de comportamiento (4 ítems), Influencia social (3 ítems), servicio de confianza (3 ítems), usabilidad (3 ítems) e Inclusión financiera (3 ítems).
Escala de medición	: Respuestas tipo Likert de 1 a 5 puntos (1: “Nunca”, 5: “Siempre”)
Validez y confiabilidad	: El instrumento fue validado por los autores antes mencionados Mohammad Asif, Mohd Naved Khan, Sadhana Tiwari, Showkat K. Wani y Firoz Alam, Las variables han sido coercitivas tanto el índice de ajuste comparativo (CFI) como el índice de Tucker-Lewis (TLI) deben de ser como mínimo ,90 para que el modelo se considere valido donde ambas condiciones se cumplieron en el estudio, donde los valores de CFI es ,997 y el TLI ,996 respectivamente; para medir la influencia de la tecnología en la promoción del emprendimientos en las regiones subdesarrolladas para la adopción de futuras tecnologías en la zonas rurales, asimismo se presentó las estimaciones de los parámetros donde las variables latentes servicio de confianza tiene una estimación de (0,382), la influencia social una estimación de (0,230), para la intención de comportamiento una estimación de (0,222) y para la usabilidad una estimación de (0,083).

**Anexo D Modelo de Consentimiento y/o asentimiento informado, formato UCV. -
Anexos para el comité de ética**

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

Título de la investigación: La Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales.

Investigador principal: Fonseca Leopoldo, Jair Jesús y Pariona Quispe, Yisela

Asesor: Dr. Illa Sihuincha Godofredo Pastor

Propósito del estudio

Saludo, somos investigadores que le invitamos a participar en la investigación: La imagen de la marca y la intención de compra en los clientes de una empresa del rubro joyería, cuyo propósito es determinar el efecto de la imagen de marca en la intención de compra de los clientes de una empresa del rubro joyería. Esta investigación es desarrollada por **estudiantes** de la **Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo**, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y la empresa Mercado “Los Molles”.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente:

1. Se le presentará un cuestionario en el que tendrá preguntas generales sobre usted como edad, zona de domicilio, lugar de nacimiento y otros, no es necesario que se anote su nombre, pues cada encuesta tendrá un código; luego se le presentarán preguntas sobre variables específicas de la investigación.
2. El tiempo que tomará responder la encuesta será de aproximadamente 5 minutos, si gusta, puede responder ahora o comprometerse a hacerlo en otro momento o lugar, nosotros lo buscaremos.

Información general: se le brindará a cada persona, la información para cumplimiento de los principios de ética, se permitirá cualquier interrupción de parte del entrevistado para esclarecer sus dudas.

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de no maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzarán a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde

es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Información específica: Una vez que se haya terminado de brindar la información general, se debe compartir la información específica sobre la investigación: los datos que se

requerirán, el hecho que se observará, o la acción que se realizará en el cuerpo (medir, examinar) o alguno de los elementos de él (exámenes de sangre, orina, células, tejidos u otro material biológico), haciendo énfasis que los resultados sólo serán utilizados para la investigación, sin identificar a la persona. De deseárselo, se puede brindar algún resultado de interés clínico al participante voluntario.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Docente Asesor Dr. Illa Sihuincha Godofredo Pastor al correo electrónico gillas@ucvvirtual.edu.pe o con el Comité de Ética de la universidad cesar vallejo etica-administracion@ucv.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo mi participación en la investigación.

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].

Anexo 1 *Consentimiento informado*

Consentimiento Informado

Título de la investigación: “Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales”

Investigador (a) (es): Fonseca Leopoldo, Jair Jesus
Pariona Quispe, Yisela

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Fintech y su relación con la inclusión financiera en las MyPE comerciales” cuyo objetivo es Evaluar el efecto entre la influencia social y la inclusión financiera en las MyPE comerciales. Esta investigación es desarrollada por estudiantes de pregrado de la carrera profesional de Administración de la Universidad César Vallejo del campus Lima Este, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución.

Impacto del problema de la investigación.

El impacto del problema de investigación sobre las Fintech y su relación con la inclusión financiera en las MyPE comerciales puede tener repercusiones significativas en cuanto al desconocimiento de los diferentes servicios financieros digitales que hoy en día es vital para agilizar los procesos y mejorar la rentabilidad ya que el estar excluidos de estos servicios generan retrasos, molestias a los clientes y sobre todo un déficit en sus procesos internos como externos en los comercios del mercado Los Molles.

Procedimiento

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “Fintech y su relación con la inclusión financiera en las MyPE comerciales”
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de 6 minutos y se realizará en el ambiente de la unidad de estudio. Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

* Obligatorio a partir de los 18 años

Participación voluntaria (principio de autonomía):

Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia):

Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia):

Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia):

Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es)

Fonseca Leopoldo, Jair Jesús

email: jfonsecal@ucvirtual.edu.pe

Pariona Quispe, Yisela

email: pparionaqu@ucvirtual.edu.pe

Docente asesor Illa Sihuincha, Godofredo Pastor

email: gillas@ucvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Fonseca Leopoldo, Jair Jesus

Pariona Quispe, Yisela

Fecha y hora:

Anexo 2 Autorización de la organización para publicar su identidad en los resultados de las investigaciones.

**AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD
EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

DIRECTIVA DE INVESTIGACIÓN N° 002-2022-VI-UCV

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20502673000
Asociación de comerciantes del mercado "Los Molles"	
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos Paulino Lastera Lopez	DNI: 10580509

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
"Fintech y su relación con la inclusión financiera en las MyPE comerciales".	
Nombre del Programa Académico:	
Administración	
Autor: Nombres y Apellidos	DNI:
Jair Jesus, Fonseca Leopoldo	73257249
Yisela, Pariona Quispe	40490262

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha:

Firma y sello:

(Titular o Representante legal de la Institución)



(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "f" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

Anexo 3. Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética de investigación de la EP Administración

FICHA DE EVALUACIÓN DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N° 276-2022-VI-UCV

Título del proyecto de Investigación: Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales.

Autor/es: Fonseca Leopoldo, Jair Jesus y Pariona Quispe, Yisela

Especialidad del autor principal del proyecto: Finanzas.

Coautores del proyecto: Ninguno.

Lugar de desarrollo del proyecto: Lima – Perú

Criterios de evaluación	Alto	Medio	Bajo	No precisa
I. Criterios metodológicos				
1. El proyecto cumple con el esquema establecido en la guía de productos de investigación.	Cumple totalmente	----	No cumple	-----.
2. Establece claramente la población/participantes de la investigación.	La población/participantes están claramente establecidos	----	La población/participantes no están claramente establecidos	-----
II. Criterios éticos				
1. Establece claramente los aspectos éticos a seguir en la investigación.	Los aspectos éticos están claramente establecidos	----	Los aspectos éticos no están claramente establecidos	-----
2. Cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 3 Directiva de Investigación N° 001-2022-VI-UCV).	Cuenta con documento debidamente suscrito	----	No cuenta con documento debidamente suscrito	No es necesario
3. Ha incluido el anexo 1 del consentimiento informado.	Ha incluido el ítem	----	No ha incluido el ítem	-----

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente

Dr. Jorge Alberto Vargas Merino
Vicepresidente

Dr. Miguel Bardales Cárdenas
Vocal 1

Mgtr. Diana Lucila Huamani Cajaleon
Vocal 2

Anexo 4. Informe de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética de Investigación de la EP Administración

DICTAMEN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N°276-2022-VI-UCV

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de la Escuela Profesional de Administración, deja constancia que el proyecto de investigación titulado **“Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales”**, presentado por los autores **Fonseca Leopoldo, Jair Jesus y Pariona Quispe, Yisela**, ha sido evaluado, determinándose que la continuidad del proyecto de investigación cuenta con un dictamen: favorable¹ () observado () desfavorable ().

25, de junio de 2023

Dr. Víctor Hugo Fernández Bedoya
Presidente del Comité de Ética en Investigación
Escuela Profesional de Administración

C/c

- Sr. **(colocar nombre del autor)**, investigador principal.

¹ El dictamen favorable tendrá validez en función a la vigencia del proyecto

Anexo F *Calculo del tamaño de la muestra.*

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

N: población

Z: Nivel de confianza

p: Población donde ocurra el evento

q: Población donde no ocurra el evento

e: Nivel de error

$$n = \frac{101 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (101 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5} = 80.14$$

Muestra sugerida para análisis con ecuaciones estructurales PLS-SEM

Una de las características de la PLS-SEM es, precisamente, los tamaños pequeños de muestra; sin embargo, Marcoulides y Saunders (2006) sugieren que el tamaño mínimo de muestra dependa del número de relaciones que se especifiquen en el modelo (entre las variables latentes). Bajo esta perspectiva, se observa el tamaño de muestra sugerido para este tipo de estudios.

Tamaño de la muestra sugerido	
Número mínimo de observaciones de la muestra	Numero de relaciones en el modelo estructural
52	2
59	3
65	4
70	5
75	6
80	7
84	8
88	9
91	10

Fuente. Marcoulides y Saunders (2006)

Anexo G *Autorización de aplicación del instrumento firmado por la respectiva autoridad*

MODELO DE PRESENTACION DE AUTORIZACIÓN DE APLICACIÓN DEL INSTRUMENTO

Lima, 25 de junio de 2023

Señores

Universidad César Vallejo

Asunto

Autorización de ejecución de tesis

Habiendo revisado el proyecto de tesis titulada **“Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales”** por los autores **Yisela Pariona Quispe** y **Jair Jesús Fonseca Leopoldo**, la asociación autoriza la ejecución del proyecto descrito, asimismo nos comprometemos a brindar la información necesaria para la realización de la misma.

Atte.

Firma y sello:  _____
Titular o representante legal de la asociación

Anexo H

Validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos.

Variable Latente	Ítem indicador	o Cargas Factoriales	VIF ($\leq ,5$)	Validez	Consistencia interna		
				Convergente	Fiabilidad del indicador ($\geq ,70$)	AVE ($\geq ,50$)	Fiabilidad compuesta ($,70 - ,90$)
IC				,798	,824	,904	,788
	IC1	,895	1.730				
	IC2	,921	1.730				
INF				,749	,662	,855	,746
	ACC1	,823	1.450				
	SEF1	,795	1.474				
	USO1	,823	1.551				
IS				,788	,597	,854	,769
	IS1	,742	1.474				
	IS2	,849	2.026				
	IS3	,847	2.083				
	IS4	,631	1.297				
SC				,789	,670	,858	,753
	SC1	,717	1.370				
	SC2	,835	1.623				
	SC3	,893	1.864				
US				,839	,754	,902	,837
	US1	,894	2.240				
	US2	,839	1.768				
	US3	,872	2.030				

Nota: Ringle et al., 2015 "SmartPLS 3." Boenningstedt: SmartPLS GmbH"

Matriz de evidencias internas

Tesis: Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales.

Objetivos de la investigación:

OB1: Evaluar el efecto entre intención de comportamiento y la influencia social de las MyPE comerciales.

OB2: Evaluar el efecto entre la intención conductual y la usabilidad de las MyPE comerciales.

OB3: Evaluar el efecto entre la influencia social y la inclusión financiera de las MyPE comerciales.

OB4: Evaluar el efecto entre el servicio de confianza y la intención de comportamiento de las MyPE comerciales.

OE5: Evaluar el efecto entre la usabilidad y la inclusión financiera de las MyPE comerciales.

Variable / Dimensión	Hipótesis	Teorías		Resultados Inferenciales
		Variable 1	Variable 2	
Evaluar el efecto entre intención de comportamiento y la influencia social de las MyPE comerciales.	La intención de comportamiento tiene efecto significativo en la influencia social de las MyPE comerciales.	La intención de comportamiento, también se define como la facilidad que se le da al usuario a poder hacer los diferentes procesos, la disponibilidad que tienen y el nivel de acceso a la información el cual le hace adoptar esta acción de realizarlo (Medina et al., 2020, p.457).	Se define como un predictor que impulsa la intención de comportamiento para utilizar servicios financieros en un sector o comunidad donde se vean favorecidos por los mismos, generando mayor influencia en el incremento de la inclusión financiera (Mohammad et al., 2023, p. 1,8).	Pearson: Correlación:.748 Sig. (bilateral): ,001
Evaluar el efecto entre la intención conductual y la usabilidad de las MyPE comerciales.	La intención de comportamiento tiene efectos significativos en la usabilidad de las MyPE comerciales.	Se define como mediador en el cual sus efectos dependen de una serie de variables las cuales influyen y se ven reflejadas bajo la creencia o actitudes personales tomadas por el usuario (Tomíc et al., 2021, p. 258).	Se define como el esfuerzo que se requiere para que una persona pueda adoptar nueva tecnología móvil facilitando los servicios bancarios, asimismo menciona que es uno de los factores efectivos que influyen en los consumidores así mismo (Zhang et al., 2018, p. 10, 279).	Pearson: Correlación: .759 Sig. (bilateral): ,001
La influencia social tiene efectos significativos de la inclusión financiera de las MyPE comerciales.	Existe relación entre la influencia social y la inclusión financiera de las MyPE Comerciales	Se define también como un factor subjetivo que relaciona la experiencia y sentimiento de la comunidad donde quiere que el usuario adopte su mismo patrón de	Se define como el componente importante para el desarrollo financiero, donde juega un papel importante en la reducción de la pobreza y la desigualdad a	Pearson: Correlación: .249 Sig. (bilateral): ,05

		comportamiento al usar los servicios financieros tecnológicos (Tomic et al., 2023, p.256).	través del fácil uso de los productos y servicios financieros mejorando las condiciones de vida de la población cuando lo usan de manera racional. (Jungo et al., 2022, p. 1).	
Evaluar el efecto entre el servicio de confianza y la intención de comportamiento de las MyPE comerciales.	El servicio de confianza tiene efectos significativos en la intención de comportamiento de las MyPE comerciales.	Se define como la creencia en la exactitud y veracidad de opiniones de las personas con relación al uso de los servicios financieros manifestando la experiencia al usar estos servicios y la seguridad que emana (Tomic et al., 2023, p. 256).	La intención de comportamiento, también se define como la facilidad que se le da al usuario a poder hacer los diferentes procesos, la disponibilidad que tienen y el nivel de acceso a la información el cual le hace adoptar esta acción de realizarlo (Medina et al., 2020, p. 457).	Pearson: Correlación: .805 Sig. (bilateral): ,001
Evaluar el efecto entre la usabilidad y la inclusión financiera de las MyPE comerciales.	La usabilidad tiene efectos significativos entre la inclusión financiera de las MyPE comerciales.	Se refiere a la facilidad de uso como la capacidad del cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicios bancarios de manera simple y directa, sobre todo realizar movimientos bancarios de forma rápida, teniendo presente que cuanto más control se tenga del sistema mayor será la conveniencia de usarlo (Alrabei et al., 2022, p. 1034).	Se define a la inclusión financiera como un tema multifacético y dinámico, donde es un proceso que asegura la facilidad en el acceso, uso y calidad del sistema financiero formal para todos los miembros de la sociedad (Sharma y Changkakati, 2022, p. 1239).	Pearson: Correlación: .592 Sig. (bilateral): ,001

Matriz de Evidencias externas

Tesis: Fintech y su relación con la inclusión financiera de las MyPE comerciales.

Variable latente	Hipótesis	Teorías		Resultados
		Variable 1	Variable 2	Inferenciales
Intención de comportamiento – Influencia social	La influencia social afecta significativamente la intención de comportamiento del usuario para usar EPS.	Se define a la intención de comportamiento como un mediador el cual depende de los defectos de una serie de variables y a la vez todas ellas influyen en la intención de comportamiento, y se ven reflejadas en la creencia y actitud personal del usuario (Ma et al., 2011)	Se define influencia social como un factor altamente subjetivo el cual se relaciona con el sentimiento con que una comunidad quiere que el usuario adopte un patrón de comportamiento específico (Singh et al., 2010).	Pearson Correlación: ,66 Sig. (bilateral): ,002
Intención de comportamiento – Influencia social	La influencia social tiene un efecto positivo en la intención conductual de utilizar el pago móvil	Se define la intención de comportamiento como una medida de uso de la de las personas hacia la tecnología y esta influenciada por las opiniones de los demás (Venkatesh et al., 2013).	Define a la influencia social como el factor más importante e influyente en la predicción de la adopción de nuevas tecnologías (Leong et al., 2013).	Rho de Spearman: Correlación: ,216 Sig. (bilateral): ,000
Intención de comportamiento – usabilidad	La facilidad de uso percibida influye positivamente en la intención de comportamiento de adoptar Fintech.	Sing et al., (2020) define a la intención de comportamiento como un factor para adoptar nuevos servicios financieros tecnológicos siempre y cuando este beneficie su nivel de rendimiento.	Se define como el nivel de esfuerzo requerido por un individuo para utilizar una nueva tecnología de forma eficiente y sencilla para acceder a dichos servicios mediante los diversos dispositivos electrónicos (Davis et al., 1989).	Rho de Spearman: Correlación: ,604 Sig. (bilateral): ,05
Intención de comportamiento – usabilidad	La facilidad de uso percibida tiene un efecto positivo directo en las pymes que adoptan los servicios Fintech.	Se define como la intención de usar una nueva tecnología la cual dependerá de que la persona crea que esta nueva tecnología generará beneficios en su rendimiento (Singh et al., 2020).	Se refiere al esfuerzo que una persona necesita para usar nueva tecnología donde los consumidores interactúan con los servicios financieros tecnológicos (Zhang et al., 2018)	Pearson: Correlación: ,734 Sig. (bilateral): ,000
Influencia social – inclusión financiera	La percepción de influencia social sobre el uso de mPOS por parte de los hombres es mayor que en las mujeres.	Se define la influencia social como un factor esencial que tiene influencia sobre la adopción de tecnología y como el grado en que una	Se define inclusión financiera como el acceso y uso que se da a las nuevas tecnologías utilizando como puente a las	Pearson: Correlación: ,316 Sig. (bilateral): ,005

		persona percibe que otra persona importante cree que debe utilizar un nuevo sistema de información (Leefmans et al, 2021).	Fintech (Leefmans et al, 2021).	
Influencia social – inclusión financiera	La influencia social influye en la aceptación e intención de uso del servicio móvil 4.5G.	Se define influencia social como uno de los determinantes influyentes y esenciales para la aceptación del uso de nuevas tecnologías donde tiene como factor a los familiares, colegas, amistades que persuaden al uso de la tecnología financiera (Daniali et al., 2022)	Se define la inclusión financiera como el acceso y uso que se da a las nuevas tecnologías utilizando como puente a las Fintech (Daniali et al., 2022).	Pearson: Correlación: ,425 Sig. (bilateral): ,001
Servicio de confianza – intención de comportamiento	La confianza tiene un impacto positivo en la intención de comportamiento para adoptar Fintech.	Se define servicio de confianza como la base de los servicios financieros donde relaciona la confianza con la protección y seguridad de los datos personales en los servicios Fintech (Setiawan et al.,2023).	Se define intención de comportamiento cuando el consumidor usa los servicios tecnológicos el cual es el factor más crítico que rige en la aceptación y en el uso por parte del usuario, donde la intención de comportamiento es un factor central y determinante (Setiawan et al.,2023).	Pearson: Correlación: .897 Sig. (bilateral): ,05
Servicio de confianza – intención de comportamiento	La confianza influye positivamente en la adopción de Fintech	Se define servicio de confianza como la base de los servicios financieros la cual afecta de forma positiva en la intención de adoptar Fintech, el cual se relación con la protección y seguridad de la data personal de los servicios financieros (Nugraha et al., 2022, p. 4).	Se define intención de comportamiento como el uso de sistemas de pagos móviles la cual está determinada por el nivel de expectativa de esfuerzo y se ve influenciada por las variables expectativa de desempeño, utilidad percibida, facilidad de uso y confianza donde al hacer uso de estos servicios mejora la inclusión financiera (Nugraha et al., 2022, p. 4).	Rho de Spearman: Correlación: .511 Sig. (bilateral): ,001
Usabilidad – inclusión financiera	La facilidad de uso percibida tendrá un impacto positivo en la intención de los ciudadanos	Se define usabilidad como el factor que suma importancia en la intención de uso de los sistemas,	Se define a la inclusión financiera como el grado en que las personas pueden acceder a	Pearson: Correlación: ,017 Sig. (bilateral): NS

	jordanos de utilizar el sistema de pago móvil	el cual busca que los usuarios puedan usar de manera fácil y sin mucho esfuerzo estos sistemas financieros digitales (Abdalwaly Lufi, 2021).	una diversidad de productos y servicios financieros, las cuales se realizan de manera adecuada, confiable y de forma sostenible a un costo razonable el cual cubra las expectativas de las necesidades de los usuarios (Abdalwaly Lufi, 2021).	
Usabilidad – inclusión financiera	Existe relación entre la facilidad de uso del servicio en la aplicación de servicio de pagos móviles e inclusión financiera en el Banco Árabe y banco de vivienda	Se define como la capacidad del cliente para interactuar con el sistema de prestación de servicio de manera más rápida simple y directa, haciendo hincapié de que cuanto más control tenga el cliente sobre los sistemas más conveniente será usarlos (Aly Mahmoud et al., 2022).	Se define a la inclusión financiera como un proceso bancario el cual tiene como objetivo asegurar que los grupos y segmentos social con bajos recursos puedan tener acceso a servicios y productos financieros apropiados y aun costo razonable de manera simple y sin complicaciones (Aly Mahmoud et al., 2022).	Pearson Correlación: ,615 Sig. (bilateral): ,000