



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO  
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Nivel de aceptación de una FinTech  
dedicada a la negociación de divisas en la  
ciudad de Chimbote periodo 2021**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios –MBA

**AUTORA:**

Quiñones Príncipe, Katiuzka (ORCID: 0000-0002-4433-7444)

**ASESOR:**

Mg. Márquez Yauri, Heyner Yuliano (ORCID: 0000-0002-1825-9542)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Modelos y Herramientas Gerenciales

TRUJILLO - PERÚ

2022

## **Dedicatoria**

A mi madre y hermanos por ser mi fortaleza y acompañarme en todo momento con su amor y paciencia y formar parte de formación y experiencias en el camino de la vida.

Con todo mi cariño va por ellos.

**katiuzka Quiñones Príncipe**

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por la vida y por la fortaleza que me brinda para avanzar en mi carrera profesional, a la familia las amistades, compañeros y docentes por este acompañamiento de conocimiento y logro.

**La autora**

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tabla .....	v
Índice de figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract .....	viii
I. Introducción.....	1
II. Marco teórico .....	5
III. Metodología.....	17
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	17
3.2 Variables y operacionalización .....	17
3.3 Población, muestra y muestreo .....	17
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:.....	18
3.5 Procedimientos .....	19
3.6 Aspectos éticos.....	20
IV. Resultados .....	21
V. Discusión.....	218
VI. Conclusiones.....	34
VII. Recomendaciones.....	35
Referencias.....	36
Anexos.....	42

## Índice de tabla

<b>Tabla 1</b> Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021.....	21
<b>Tabla 2</b> Nivel de aceptación respecto a la edad de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021.....	22
<b>Tabla 3</b> Nivel de aceptación respecto a la actividad económica de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021.....	22
<b>Tabla 4</b> Nivel de aceptación respecto al ingreso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021.....	23
<b>Tabla 5</b> Nivel de aceptación respecto a la utilidad percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021.....	24
<b>Tabla 6</b> Nivel de aceptación respecto a la facilidad de uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021.....	25
<b>Tabla 7</b> Nivel de aceptación respecto a la actitud hacia el uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021.....	26
<b>Tabla 8</b> Nivel de aceptación respecto a la confianza percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021.....	27

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021.....	21
<b>Figura 2</b> Nivel de aceptación respecto a la utilidad percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021 .....	24
<b>Figura 3</b> Nivel de aceptación respecto a la facilidad de uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021.....	25
<b>Figura 4</b> Nivel de aceptación respecto a la actitud hacia el uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021.....	26
<b>Figura 5</b> Nivel de aceptación respecto a la confianza percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021.....	27

## RESUMEN

La tesis tuvo el objetivo general de describir el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021 para ello se hizo un despliegue de indicadores que permitió obtener los resultados del presente trabajo. El desarrollo metodológico tuvo un enfoque cuantitativo de tipo básica descriptiva transversal con diseño no experimental; la recolección de datos fue a través de una encuesta de elaboración propia con la validación de juicios de expertos. La muestra representativa estuvo compuesta por 102 pobladores de distintas zonas del distrito de Chimbote de quienes se obtuvo que el 61.8% de la población Chimbotana tienen un nivel alto de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas, el 32.4% un nivel medio de aceptación y el 5.9% un nivel bajo de aceptación. Por lo cual se concluye que los chimbotanos en mayoría percibe a la financiera tecnológica de intercambio de divisas como una alternativa de servicio. La intención de uso es aceptada en un 58 por ciento por el grupo etario entre 34 a 50 años personas con actividad económica independiente e ingresos que van desde los 1000 a 2500.

**Palabras clave:** FinTech, divisas, percepción, negociación, intención de uso.

## **ABSTRACT**

The thesis had the general objective of describing the level of acceptance of a FinTech dedicated to the negotiation of currencies in the city of Chimbote period 2021 for this a deployment of indicators was made that allowed to obtain the results of this work. The methodological development had a quantitative approach of basic descriptive cross-sectional type with non-experimental design; the data collection was through a survey of own elaboration and the validation of expert judgments. The representative sample was composed of 102 inhabitants from different areas of the Chimbote district of whom I know that 61.8% of the Chimbotana population have a high level of acceptance of a FinTech dedicated to the negotiation of divided in their city; 32.4%, an average level of acceptance and 5.9% a low level of acceptance. Therefore, it is concluded that the Chimbotanos in majority perceive the technological financial exchange of currency exchange as an alternative service to execute their currency exchanges. The intention of use is accepted in 58 percent by the age group between 34 to 50 years people with independent economic activity and income ranging from 1000 to 2500.

**Keywords:** FinTech, foreign exchange, perception, negotiation, intention of use.

## **I. Introducción**

Vivimos en un entorno dinámico, variante en donde la economía global, la creciente capacidad innovadora y el amplio uso de tecnologías han cambiado los negocios en todo el mundo. Por lo cual se hace necesario estar a la vanguardia de los últimos avances y acontecimientos para saber adaptarse.

Para ello se identificó entre tantas opciones de emprendimiento y empresas que ya existen en el rubro de las finanzas y más específicamente a la negociación de divisas a través de una plataforma virtual dirigido a todo tipo de público con necesidad cambiaria a precios competitivos; para lo cual inicialmente se va a realizar una evaluación de la intención de uso de este servicio en la población del distrito de Chimbote.

En la actualidad el mercado de negociación de divisas está poblado por la intermediación financiera como son los bancos, cajas municipales y el mercado paralelo (también llamados cambista) cuyo proceso se realiza de manera presencial, implicando inversión de tiempo, exposición a actos delincuenciales y precios poco negociables. A diferencia de un canal digital que puede ofrecer el mismo producto a precios más ajustados dado que los costos operativos del servicio son mínimos y su misma naturaleza la hacen simple, rápida y fácil.

El mercado de las FinTech (Financial Technologies), tienen participación competitiva en el entorno de las finanzas, debido a la rapidez de su crecimiento en todo el mundo. Muchos emprendimientos vanguardistas a través de la red de internet prestan su servicios o productos por nuevos medios no tradicionales como estos.

En América Latina el sector está creciendo; según un informe realizado por Finnovista (2018), los principales mercados respecto a la incursión de startups Fintech en Latinoamérica son México (238), Brasil (219), Colombia (124), Chile (75), Argentina (60), Perú (47) y Ecuador (31). Así mismo, revelan que Perú está considerado como el cuarto país más atractivo para inversión de startups extranjeras.

Tal es el contexto que en el ámbito nacional e internacional inmediato está pasando por una puesta a prueba de los sistemas tecnológicos y su poder inclusivo en la población dada la emergencia sanitaria como es el COVID 19, que ha empujado de manera rápida e incalculable el uso de la tecnología para dar

continuidad al sistema económico, financiero, social, educativo, etc., para reducir los trances de manera presencial y por lo tanto la proliferación del virus.

Un claro ejemplo de emprendimiento en este sector es la empresa Kambista, Fintech peruana cuya plataforma virtual opera desde una app en el celular para negociar divisas. Durante la pandemia el número de usuarios ha triplicado tanto así que se proyectaron con un crecimiento del 80 por ciento (Starupeable, 2020).

Rextie es otra FinTech peruana líder del mercado que trabaja como casa de cambio de divisas online, su servicio de cambio de dólares puede tomar como máximo 15 minutos en promedio, y con precios de cambio competitivos respecto a los bancos; además de ofrecer otros servicios (Rextie, 2020).

Viendo el mercado local, Chimbote tiene principales actividades económicas como son la industria de la pesca considerado como uno de los puertos de mayor producción pesquera en el Perú, la industria siderúrgica representada por la reconocida empresa Siderperú y el comercio. Actividades que por su naturaleza demandan de dólares para realizar sus transacciones comerciales.

A esto se suma un desafío imprevisto por todos los sectores afectados que es el problema sanitario que ha generado un acelerado despertar en los conocimientos tecnológicos y la oportunidad a los procesos virtuales en una sociedad aún tradicional. Estos comportamientos se reflejan en las búsquedas que realizan los usuarios por internet, según un reporte realizado por Google en Perú el 52 por ciento de las transacciones bancarias se realizaron de forma online; comparando con la etapa prepandemia el promedio era 20 por ciento (Denegri,2020)

Esta realidad ha permitido la innovación de productos y el incremento en el comercio exterior de diversos productos que obligan ejecutar sus pagos en dólares creando una necesidad cambiaria cuya oportunidad se quiere abordar previo conocimiento de aceptación del público objetivo.

Teniendo en cuenta la reflexión de un experto en el tema Diego Llona, director de FTB.pe (Fintech dedicada a la negociación de divisas en línea) precisa que en las regiones del país hay oportunidades de emprendimiento e innovación, visión más allá de sólo abordar la capital (Cordova, 2021)

A esto se suman las estadísticas que dan a conocer el gran mercado potencial que se quiere explorar. Según estimó Batle (2018), CEO de servicio digital

Rextie, al año las operaciones de cambio de divisas que realizan ya sean por medios tradicionales o digitales ascienden a los 175,000 millones de dólares.

Si bien es cierto que en el mercado cambiario peruano ya existen canales digitales, la participación del empresariado de provincia aún es incipiente, por lo cual cabe la pregunta problemática que es de la siguiente manera: ¿Cuál es el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en el distrito de Chimbote en el periodo 2021?

El motivo de esta investigación partió de la necesidad identificada en promover el uso de la tecnología para procesos financieros que ayuden a transaccionar sin necesidad de una ubicación física que obligue trasladarse y exponerse a factores externos innecesarios, dada la actual coyuntura de salubridad; este servicio vía internet se hace esencial.

El propósito social fue identificar el valor de la inclusión financiera, ya que la visión de incursionar en este medio es para mejorar la participación de la población Chimbotana que requiera de los productos y servicios financieros a su medida.

Así mismo, desde la perspectiva empresarial, representa oportunidades para invertir en nuevas tecnologías y capital humano. Para la SBS (2021) implementar servicios financieros de calidad permite incrementar la productividad y la rentabilidad al empresariado y a la población dado que transar a través de los medios digitales es menos costoso.

Así mismo, la implementación de nuevos canales de atención digitales en el mercado ayuda a la población a tener un abanico de opciones para realizar sus operaciones de cambio de moneda. Este hecho permite diversificar servicios y productos a su vez la ventaja para los usuarios es que genera una mayor competencia en el sector financiero, lo que deriva en menores costos.

Por otra parte, el aporte académico del presente material de investigación contribuyó a la literatura existente como herramienta para futuros emprendedores que requieran conocimiento predictivo que forje las bases de la innovación digital sustentable, que implemente la creación de medidas en aras al crecimiento global e inclusivo tanto a la sociedad como al empresario innovador.

Por lo tanto el objetivo principal del trabajo de investigación fue describir el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021, el primer objetivo específico midió la información

demográfica respecto al tema en investigación, los siguientes cuatro objetivos específicos consistieron cada uno en medir el nivel de aceptación de las subdimensiones de: utilidad percibida, facilidad de uso, actitud hacia el uso, confianza percibida todo respecto a la variable de análisis.

El planteamiento de la hipótesis refiere que la población chimbotana tiene una alta aceptación respecto al uso de una FinTech dedicada a la negociación de dividas.

## II. Marco teórico

Para la investigación se verificó bibliografías de trabajos con estudios similares como tesis, artículos que tratan sobre el tema tecnológico en el ámbito financiero viéndolos como aliados estratégicos para favorecer la actividad empresarial.

En una perspectiva internacional Wójcik (2020) en un artículo científico analiza los impactos en el sector financiero mundial causado por la disrupción y de intermediación de las Fintech remontándolo a la historia de sus orígenes, incluyendo M-Pesa en teléfonos inteligentes y Bitcoin impulsado por criptografía, diseñado para evitar y competir intermediarios financieros tradicionales. Wójcik (2020) considera que la naturaleza disruptiva de FinTech no debe exagerarse ya que los bancos han reaccionado y participado en FinTech, desarrollando banca digital, adquiriendo e incubando nuevas empresas de esa industria a través de apoyo financiero y de otro tipo, y colaborando con ellas a través de alianzas y empresas conjuntas. Wójcik cita a Carney (2017) quien afirma que “la FinTech ofrece potencial para desagregar cadenas de valor en servicios financieros, con diferentes funciones realizadas por diferentes aplicaciones, empresas y desde diferentes ubicaciones”.

Para Wójcik (2020) lograr un equilibrio entre fomentar la innovación y mantener la integridad del mercado, a través de reglas simples y claras, es intrínsecamente difícil. FinTech agrava el dilema (o trilema) de la regulación financiera, ya que desdibuja los límites del sector financiero, introduce nuevos productos y procesa grandes cantidades de información. Si bien la regulación internacional de FinTech se está desarrollando muy lentamente, las organizaciones internacionales, lideradas por el G20 y el Banco Mundial, se han apresurado a adoptar FinTech como parte de la agenda de inclusión financiera.

El Banco de Pagos Internacionales BIS (2019) publicó un informe en su sitio web sobre la posible entrada de las BigTech en el mundo de los servicios financieros, profundizando en los beneficios, así como en problemas potenciales como la ciberseguridad y la privacidad. Citando dicho informe declara que las empresas de tecnología como Alibaba, Amazon, Facebook, Google y Tencent han crecido rápidamente en las últimas dos décadas. El modelo de negocio de estas grandes tecnologías está basado en interactuar con grandes números de usuarios.

Un derivado de este tipo de empresas es que administran gran cantidad de información de los usuarios posibilitando la oportunidad de ofertar diversos productos o servicios para de los usuarios.

En América Latina, las FinTech han tenido un buen comienzo y se prevé que sean un importante catalizador para mejorar las condiciones financieras y sociales de la región (Cantú & Ulloa, 2020). En Argentina, el gigante Mercado Libre, se está expandiendo rápidamente al resto de América Latina. Empezó como una forma de permitir el pago entre usuarios en el mercado; sin embargo, creció hasta ofrecen una cartera diversa de servicios financieros.

Según informa Cantú & Ulloa (2020) en Brasil, Nubank fue valorado en \$ 10 mil millones en 2019 se resultaron entre los 25 FinTech privados de mayor valor a nivel mundial. En Colombia, el colombiano Stock Exchange anunció el lanzamiento de una plataforma de crowdfunding en línea para pymes. Esta empresa conjunta entre el Estado y el sector privado es la primera de su tipo en la región (Cantú & Ulloa, 2020). En México, Konfio se encuentra entre las 50 empresas de más rápido crecimiento en América, según un ranking del Financial Times (2020), recaudó \$ 100 millones en el último trimestre de 2019 y ha ayudado a financiar a las pymes que luchan por acceder al apoyo del gobierno y financiación bancaria durante la crisis de Covid-19. Finalmente, en enero de 2020 las subsidiarias de BBVA, Scotiabank e Interbank lanzado PLIN, una plataforma en tiempo real que permite a los consumidores enviar fondos a cualquiera de esos bancos que utilice sus billeteras móviles y números de teléfono móvil (Cantú & Ulloa, 2020) .

Cantú y Ulloa (2020) concluyen que hay una encrucijada cómo las FinTech pueden transformar los servicios financieros. Primero, los países latinoamericanos necesitan un marco regulatorio sólido y desarrollo de capacidades institucionales antes de que puedan capitalizar completamente las nuevas tecnologías FinTech. En segundo lugar, se necesita más inversión en tecnología para reforzar las defensas contra los ataques cibernéticos y proteger la privacidad de los datos. En tercer lugar, se debe mejorar la conectividad y la infraestructura de hardware en las zonas rurales para evitar que sigan siendo marginadas. Recomiendan que la educación financiera puede llevar a los consumidores a comprender los beneficios de la tecnología financiera y a incorporar verdaderamente el sistema financiero.

Revisando investigación científica en Perú se obtuvo los siguientes materiales bibliográficos.

Mandujano, Rodríguez & Vidal (2021) se propusieron analizar con un enfoque cuantitativo la influencia de las FinTech en la población de Lima, para ello encuestaron a 120 pobladores entre las edades de 18 a 60 años. El resultado obtenido revela que el 58.3 por ciento de los encuestados con frecuencia hace uso de la tecnología para sus temas financieros. Así mismo, las características de agilidad y eficacia son valorados positivamente por los estudiados. Además, la investigación subraya que la dimensión de fomentar la cultura en finanzas aporta a los accesos e industrias financieras en mediado a largo plazo.

En un estudio realizado por Benito, Pérez y Ramos (2020) sobre los factores internos y externos de crecimiento empresarial analizados a un grupo representativo de FinTechs en Perú en Lima 2019, el resultado muestra trece factores resaltantes de los cuales ocho están condicionadas a la etapa crecimiento de este tipo de negocio, mientras que el nivel de importancia de los tres restantes varía según su etapa. “En el caso de los factores transversales, estos son el perfil del emprendedor, el equipo, la seguridad, características de la FinTech, condiciones de mercado, acceso a capital, clientes e innovación” (Benito, Pérez, & Ramos, 2020). Así también, “los factores que varían según la etapa son el soporte y mentoría, la planificación y el marketing, mientras que la banca tradicional, el gobierno y el soporte regulatorio se identificaron como indiferentes para el desarrollo de las FinTech evaluadas” (Benito, Pérez, & Ramos, 2020). Respecto a la experiencia de los clientes independientemente del modelo de negocio y etapa de crecimiento se halló que toman importancia las variables de: seguridad, confianza, facilidad de uso y la agilidad de respuesta (Benito, Pérez, & Ramos, 2020).

Por otro lado con el objetivo de conocer los habilitadores y prácticas claves de gestión dentro de un proceso de innovación Fintech un grupo de estudiantes de la Pontificia Universidad Católica Del Perú Facultad De Gestión Y Alta Dirección (Marcos, Palomino, & Velásquez, 2020) investigaron a seis Fintech peruanas que ganaron el concurso Startups Perú. Para dicho análisis utilizaron el modelo NSD (Desarrollo de Nuevos Servicios) propuesto por Johnson, Menor, Roth & Chase (2000). Los resultados identifican que las empresas disponen de un proceso de

innovación continua; sin embargo, por su naturaleza itinerante y ágil sólo el 50 por ciento cuenta con un proceso sistematizado. Además, el estudio precisa que este tipo de industria utilizan una serie de habilitadores: equipo, cultura, herramientas y prácticas claves de gestión: diseño, análisis, desarrollo, lanzamiento; dentro del proceso de innovación que permite lograr el éxito en el lanzamiento de nuevos servicios al mercado.

Las autoras Núñez y Sifuentes (2019) concluyen que Perú tiene bajos índices de inclusión financiera cifrando un promedio de trece millones de adultos que aún no están bancarizados; hace referencia que el hecho principalmente se debe al costo de los servicios, falta de dinero, desconfianza en el sector financiero, la informalidad económica. Señala que, si bien el sector FinTech en el Perú es aún incipiente, estas industrias representan herramientas para promover la inclusión financiera en el país para cubrir los segmentos desatendidos o insatisfechos del sistema financiero. Recomiendan necesario para el progreso de los índices de inclusión financiera la expansión y mejora de la infraestructura del país, la promoción digital, la revisión de la norma tributaria, la eliminación de los topes a las tasas de interés para las Fintech y se establezca una regulación específica para la reducción de riesgos. Labor que demanda del esfuerzo del estado y el sector privado.

Una tesis de Escuela de Administración de Negocios (ESAN) en el cual han elaborado un plan de negocios para implementar una Fintech de intercambio de divisas (Arana, Carrera, Marull, Reyes, & Vilchez, 2018) aporta a visionar la propuesta de un futuro negocio brindando información para quienes se inicien en este rubro. En el desarrollo identificaron que el mercado a trabajar ofrece mayor potencial a lo estimado. Así mismo afirman que el público objetivo valora en mayor porcentaje el menor precio de cambio que se ofrezca. Por otra parte, financieramente concluyen que el proyecto es rentable bajo un escenario conservador. Y siendo muy pesimistas, en tres años estiman una pérdida de 235 mil dólares si las condiciones fuesen adversas. En ese sentido, recomiendan a los accionistas analizar todos los factores del negocio, principalmente el tamaño del mercado y las condiciones que hacen económicamente viable el proyecto. Precisan como estrategia legal la constitución de un fideicomiso para cubrir el vacío

regulatorio en el Perú de esta manera infieren que generaría mayor impacto la propuesta de Fintech.

Los tesisistas peruanos Balmelli, Cavero, Lay & Rodríguez (2017) evaluaron la “viabilidad de un plan de negocios orientado a ofrecer una solución rápida y segura para realizar operaciones de cambio de divisas en mercado paralelo”. El trabajo está orientado en saber si el público está dispuesto a utilizar la plataforma virtual, el resultado concluyó que el 57 por ciento del público persona natural y el 82 por ciento de cambistas y casas de cambio usarían el servicio. El plan de negocio califica su propuesta como un servicio automatizado, rápido, seguro, confiable y diverso. Para el análisis utilizaron el modelo Canvas teniendo como competencia directa a los cambistas y casas de cambio. Se excluye a los bancos porque no atienden al mercado paralelo.

En repositorio de tesis (Paredes & Blanco, 2016) sobre el “uso del comercio electrónico y su satisfacción en los habitantes de la ciudad de Puno – 2016” concluyeron que la influencia entre una y la otra variable era significativa para los encuestados, en dicha medición rescata que la seguridad y confianza son uno de los indicadores que mayor importancia valoran en este tipo de servicio de compra virtual. Sin embargo, verificando de manera global los valores obtenidos en porcentaje la significancia está por debajo del 60 por ciento lo que quiere decir que hay buen grupo de la población que aún mantiene su distancia con el comercio electrónico.

En un estudio realizado por el Banco Mundial (2014) en Perú desde ese entonces mostraba la tendencia del uso de canales digitales sobre los nuevos negocios para la inclusión financiera, en donde obtuvieron opiniones de los usuarios del momento y los potenciales clientes. Las discusiones de los grupos focales fueron realizadas en noviembre y diciembre de 2013, en cinco ciudades urbanas y cuatro áreas rurales del Perú. La mitad de los encuestados tenía una cuenta en una institución financiera. Los encuestados tenían entre 25 y 50 años. La mitad eran mujeres y procedían de los segmentos de ingresos B, C y D. Se evaluaron tres canales principales: agentes bancarios, banca por internet y banca por telefonía móvil. Las discusiones buscaron identificar las percepciones iniciales del canal, y su problemática. Ver anexo 1.

Entrando a conceptualizar el término FinTech, cuyas siglas están conformadas por las palabras en inglés finance y technology ambas palabras forman un conjunto de innovaciones en un sector económico que se enfoca en la aplicación de tecnologías digitales desarrolladas recientemente a los servicios financieros (Wójcik, 2020).

Por otro lado, Assyne (2017) señala que las FinTech son promovidas principalmente por startups, por su naturaleza de rápido crecimiento y por ser ofertantes de productos y/o servicios innovadores. Así también analizó que son empresas con capacidad de adaptación a situación de incertidumbre aliándose al uso de tecnología y procedimientos ágiles para satisfacer a los clientes.

La evolución de FinTech se remonta a tres etapas, la primera es nominada como FinTech 1.0 período (1866 a 1967) en el cual se desarrolló el cable transatlántico para desarrollar una red de comunicación global que captura las interacciones logarítmicas entre la tecnología y las finanzas. El segundo período FinTech 2.0 (1968 a 2008) se remonta al contexto en el cual las entidades tradicionales empiezan la era de la digitalización de procesos, iniciando con ello el servicio de la banca electrónica con el uso del primer cajero automático. El FinTech 3.0 (2009 al presente) data de la crisis financiera global, caracterizada por la rapidez del desarrollo tecnológico y la proliferación de nuevas startups y empresas de tecnología informática (TI). Arner, Barbaris, & Buckley (2017)

Los acontecimientos están cambiando la naturaleza de los mercados financieros, los servicios y las instituciones de formas completamente inesperadas antes de la crisis financiera mundial de 2008. A consecuencia surge la FinTech para ofrecer soluciones financieras con el uso de la tecnología. Hoy en día, FinTech impacta en todas las áreas del sistema financiero, más dramático quizás en China, donde empresas de tecnología como Alibaba, Baidu y Tencent (BAT) transformaron las finanzas y plantearon nuevos desafíos para los reguladores.

Hace sólo unos años, las nuevas empresas de tecnología financiera se jactaban de que reemplazarían a los bancos. Más recientemente, muchas empresas de tecnología financiera, incluidos los prestamistas del mercado, los intercambios de divisas virtuales y los proveedores de billeteras digitales, han recurrido a los bancos como socios para mantener sus depósitos, comprar sus

préstamos o compensar y liquidar las transacciones financieras que generaron (Stackhouse, 2019).

En la actualidad, la regulación de Fintech aún no ha formado un marco estándar internacional. Desde un punto de vista práctico, las principales economías están prestando mucha atención a las tendencias de desarrollo de Fintech y ajustando el marco regulatorio actual de manera oportuna, prestando atención a equilibrar la relación entre el fomento de innovaciones y la prevención de riesgos. (Hu & Chang, 2020)

En países como Singapur y Reino Unido ya disponen de leyes que respaldan y controlan el mercado FinTech. En América Latina la regulación ha cobrado importancia y están en proceso de concretar sus normas. Sin embargo, todos los países mantienen su soporte en las asociaciones FinTech (Finnovista, 2018). Ver anexo 2, detalle de los países y su acercamiento a las regulaciones del Estado.

En la búsqueda de bibliografía que sustente la regulación de las FinTech de negociación de divisas en Perú, no está definida expresamente ya que no está catalogada dentro del sistema financiero bajo los conceptos que la SBS contempla. Contextualizando, las entidades que sí son reguladas están las que realizan intermediación financiera a través de la colocación y captación de fondos que implica el cobro o pago de intereses respectivamente como ejemplo los bancos, cajas municipales, financieras cooperativas y otros (Arana, Carrera, Marull, Reyes, & Vilchez, 2018)

Al detalle las instituciones reguladoras del sistema financiero son: la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP(SBS); el Banco Central de Reservas del Perú (BCRP), la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) y la superintendencia del Mercado de Valores (SMV). Mientras el Estado peruano está en proceso de reglamentar los controles y facilidades al sector financiero emergente, estas entidades se han agremiado para trabajar, innovar y colaborar con el ecosistema FinTech a través de la Asociación de FinTech Perú quienes mantienen organizados a sus asociados (Starupeable, 2020). En anexo 3 se detallada las iniciativas en el estado peruano respecto a la regulación de las FinTech, información obtenida de Herrera & Rivas (2020)

Para el Banco Nacional de Comercio Exterior (2018) el ecosistema FinTech está compuesto por los siguiente intervinientes: los llamados Startups o

emprendedores de reciente creación nominados así por su capacidad de crecimiento e innovación acelerada, el gobierno y sus reguladores intervienen como parte promotora y controladora del mercado financiero, las instituciones financieras como los bancos, cajas, aseguradoras y demás, los consumidores financieros que son los diversos clientes bancarizados o no que usan los servicios FinTech, los fondos inversión y aceleradoras, desarrolladores de tecnología como puede ser Big Data, Cloud Computing, etc.

Según un reporte de Ernst & Young EY Law (2020) en Perú hay 148 FinTech de diversos segmentos, de los cuales para el caso de nuestro tema 27 corresponden a casas de cambio virtual. Ver anexo. 4. En donde se describe una clasificación FinTech según su segmento o categoría.

Kambista que en la actualidad está en los top del mercado cambio virtual en Perú ha sabido utilizar la tecnología y cubrir ese nicho de clientes insatisfechos y desatendidos por el sistema financiero tradicionales lo que ha motivado en los usuarios buscar nuevos canales de atención para realizar la negociación de divisas. Para resumir del funcionamiento cambiario virtual en aproximadamente quince minutos, el proceso inicia con la creación de una cuenta personal o de empresa de manera gratuita luego cotiza precios para cambiar, transfiere el monto desde la app o web del banco de su elección envía una foto y luego recibe el monto negociado en la cuenta bancaria que elija y fin del proceso, Tu Cambista (2021).

Y qué es el tipo de cambio. Rextie (2020) explica que “es aquella relación directamente proporcional que existe entre dos divisas y el valor generado entre ellas”. Para Armas, Ize & Levy (2006) dolarizar el mercado financiero es producto del equilibrio entre ofertantes y demandantes que negocian para optimizar la moneda.

Según Rextie (2019) bajo la experiencia en el negocio de la plataforma virtual de cambio de divisas, señala que los usuarios ya sean personas naturales o pequeñas o microempresas adquieren dólares y viceversa alrededor de US\$ 486 millones por día; y que el mayor valor lo realizan a través de los bancos (US\$ 3 88.9 millones) mientras la diferencia (US\$ 97.1) utilizan otros canales como son las casas de cambio, cambistas, la Sociedad Agentes de Bolsa (SAB) y otros medios. Cifras a considerar para conocer un poco del negocio cambiario real.

Para Batle (2018) la aceptación de las casas de cambio digital se debe al precio ya que es menor frente a la oferta que hacen los bancos. El Spread bancario esta de 1.5 a 2 por ciento de diferencia entre la compra y la venta del dólar. Por el lado de las FinTech que comercializar dólares el margen es más ajustado que oscila en 0.3 por ciento. Mientras que en las casas de cambio tradicional el dólar se mantiene estable casi todo el día, en las plataformas digitales varía según los movimientos del mercado interbancario. En Perú, el BCRP juega un papel de regulador del precio del dólar para evitar la depreciación o apreciación de la moneda nacional (Rextie, 2020) de esta forma reducir la inestabilidad económica del país que pudiera surgir y mantener el equilibrio de la oferta monetaria. La información diaria del tipo de cambio del día es publicada en los portales de la SBS, BCRP y SUNAT.

Por otro lado, para efectos de medir el nivel de aceptación de la FinTech es necesario desengranar indicadores que ayuden a conocer la Intención de Uso definido como la determinación del usuario a realizar un comportamiento específico (Davis et al., 1989; Fishbein y Ajzen, 1975). Las intenciones son indicadores del esfuerzo que los individuos están dispuestos a ejercer con el fin de desarrollar el comportamiento (Ajzen, 1991),

Para ello hay estudios de investigación que han desarrollado esquemas de medición del nivel de aceptación como por ejemplo el Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) y sus variantes que hasta la fecha ha contribuido con investigaciones para medir el nivel de aceptación de la tecnología en la población estudiada. Dentro de las variables que usa predominan la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida Rafique et al. (2020). Este modelo brinda un marco teórico para explicar el comportamiento de aceptación de la tecnología en un entorno específico.

TAM líneas arriba mencionada, fue construido sobre la Teoría de la Acción Razonada (TRA) (Fishbein & Ajzen, 1975), quienes propone dos componentes de la Intención Conductual: la Actitud hacia la Conducta y Utilidad Percibida (Davis, 1985). El modelo postula que, con una actitud positiva y una alta utilidad percibida, es más probable que los usuarios tengan una alta intención de utilizar una tecnología.

Según la teoría de TAM la Facilidad de Uso percibida denota cuán fácil de usar u aprender a usar es un servicio o producto, así también muestra el nivel de conocimiento que una persona tiene del uso de la tecnología. Dhingra & Mudgal, (2019) refieren que es la definición que hace un usuario al utilizar un determinado sistema y calificarlo como fácil y sin esfuerzo. Para esta época de pandemia prolongada por el Covid-19, muchas de las empresas u negocios han hecho uso de la tecnología para renovarse y no paralizar las actividades empresariales, para ello el conocimiento se ha aliado rápidamente a la modalidad on-line. Y la Utilidad Percibida es la probabilidad subjetiva que tiene el usuario de la tecnología frente a su rendimiento, en relación a que el uso de esta mejorará su desempeño frente a tecnologías anteriores (Bhatti, 2007; Davis, 1989; Davis et al., 1989).

Adicional a la propuesta básica de TAM y que es parte del esquema de consultas a utilizar, está la variable Actitud, que está definido como el estado emocional hacia el uso de una tecnología y la relación con el comportamiento que se refleja con los sentimientos del individuo de aprobación o desaprobación hacia la realización del acto de consumo (Ajzen, 1991; Fishbein y Ajzen, 1975).

Para Peña (2014) en un artículo científico explica que las dimensiones de evaluación de aceptabilidad de un producto o servicio frente a la conducta o percepción que tiene un consumidor son aún mayores por ello utiliza el factor Confianza como uno de los elementos influyentes en la probabilidad de los hábitos de compra online en la población de Colombia. En el constructo recopila información sobre la confianza como la intención de aceptar la vulnerabilidad basada en las expectativas positivas de la integridad y la capacidad de otro (Rousseau, Sitkin, Burt & Camerer, 1998). En un número considerable de investigaciones se ha hallado que la confianza es un factor muy importante en la decisión de comprar a través de internet, en especial cuando el comprador no dispone de mucha información acerca del vendedor (Navarré, Mafé, & Blas, 2010).“Si el comprador tiene una confianza experiencial con el vendedor, tendrá un nivel más alto de intención de compra. Así, la confianza del consumidor es un antecedente de la intención de compra del cliente”. Además, la relación sería positiva (Schlosser et al., 2006)

En la una investigación sobre la relación de confianza y riesgo percibido en compras vía web determinó que existe relación inversa negativa alta en la

generación millennials, concluyendo que los indicadores más importantes para obtener confianza en los consumidores son el compromiso, la correcta información, repercusión de resultados, las ofertas, el conocer a los usuarios. Mientras que la percepción del riesgo está influenciado por temas financieros, funcionales, psicológicos y temporales (Vilchez, 2017). Sobre la lectura el tema confianza expresa propiamente un indicador de seguridad que es necesario evaluar para medir la percepción que tiene los clientes potenciales de este estudio.

Según Lévy, Bourgault, Martínez, Ortega & Román (2013) precisan: “El modelo TAM tiene como prioridad conocer la intención de uso y el nivel del comportamiento y aceptación con respecto al uso tecnológico de las operaciones bancarias por internet, esto representa la variable base para el conocimiento y percepción de los usuarios” (p. 35). El estudio sirvió para ampliar la estructura original del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) - que interrelaciona las dimensiones de utilidad percibida, facilidad de uso, actitud hacia el uso e intención de uso - con las percepciones de los individuos encuestados sobre la seguridad de la banca por Internet y su confianza en la entidad bancaria. Los resultados confirman la importancia de la utilidad percibida y actitud hacia el uso como determinantes directos de la adopción (intención de uso) de servicios de banca por Internet. Esto es que las percepciones de seguridad y confianza en la entidad contribuyen de forma significativa e indirecta, a través de las percepciones de utilidad, facilidad de uso y actitud a la adopción de la banca electrónica.

En el estudio de Antecedentes de la Intención de Uso de los Sitios Web de Compras Colectivas (Villa, Ramirez, & Tavera, 2016) propusieron una pauta para el estudio de la aceptación tecnológica, basado en el TAM complementado con otros constructos como el Valor Percibido, el Shopping Enjoyment y la Confianza Percibida. La investigación abordó una muestra de 470 personas en quienes evidenciaron que la utilidad percibida es la principal variable de intención de uso con mayor importancia identificada que antecede un consumo, así también la facilidad de uso representa el segundo elemento que ayuda a tomar la decisión en el proceso de compra.

Otro antecedente de investigación como es “Nivel de aceptación tecnológica de los servicios digitales en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC) Lima Norte – 2019” (Lopez, 2019) desarrolló un estudio con una muestra no probabilística

de 80 personas empleados en seis instituciones del Estado, con diseño no experimental descriptivo. Utilizó una encuesta en 39 ítems basado en TAM. Obtuvo resultados con altos niveles de aceptación en la muestra trabajada respecto a la utilidad percibida, innovativeness, control percibido, norma subjetiva, intención de uso, actitud hacia el uso, mientras que el tema seguridad percibida tuvo los porcentajes más bajos comparados con las demás variables.

Rafique, Anwer, Shamim, Minaei-Bidgoli, Qureshi, & Shamshirband (2018) investigaron los factores influyentes de la intención de usar mobile library applications (MLA) app para el acceder a bibliotecas, usaron TAM para evaluar el nivel de aceptación a una muestra de 321 MLA de un instituto en Pakistán. El resultado reveló que la satisfacción y la facilidad de uso percibida son indicadores significativos de la intención de usar MLA, así también la accesibilidad a la app estaba influenciada por la facilidad de uso percibida.

Cabanilla & Mori (2018) desarrollaron una investigación para crear un nuevo TAM y demostrar la relación con el grado de aceptación de la app de la Universidad de San Martín de Porres (USMP) con los alumnos de las maestrías de la USMP Virtual. La metodología fue no experimental, correlacional. La muestra estuvo conformada por 162 alumnos a quienes les aplicaron una encuesta en línea. El nuevo modelo TAM establece tres variables motivacionales que inducen a los estudiantes en el uso del App USMP Mobile; estos son el conocimiento previo, presión de la sociedad, diseño y usabilidad. El resultado demostró que los estudiantes consideraron que el conocimiento previo relacionado con el uso de aplicativos móviles similares al App USMP Mobile determina su intención de uso; que sí existe presión de la sociedad con respecto al uso de la app dado que ellos percibieron como importantes las opiniones y recomendaciones de las personas que valoran; y en relación con el diseño y usabilidad, los estudiantes señalaron que el diseño es adecuado. En conclusión, el nuevo TAM permite determinar la relación con el grado de aceptación del App USMP Mobile, dado que la mayoría de los estudiantes tuvieron intención de uso del App, demostrando una significativa relación entre las dos variables; esto se debe a que el nuevo modelo TAM es un instrumento confiable y válido para predecir la adopción de tecnología.

### **III. Metodología**

El presente trabajo utilizó una metodología cuantitativa con la finalidad de llegar al conocimiento sobre nivel de aceptación de una FinTech en el rubro de las finanzas en la localidad de Chimbote. En el siguiente desarrollo se detalla el diseño de la investigación, así como la población y la muestra del estudio.

#### **3.1 Tipo y diseño de investigación**

El tipo de investigación empleada fue básica, cuya finalidad fue lograr la mejor comprensión del tema, fenómeno o área, para contribuir a una sociedad que este a la vanguardia de los retos de la humanidad.

Para el caso se tuvo en cuenta el diseño no experimental, como refiere Kerlinger (1979) este tipo de diseño no manipula las variables de estudio, ni somete a condiciones a las muestras (p.116). De hecho, los objetos son observados en su modo natural, en su realidad.

El estudio fue de corte transversal porque las mediciones fueron en una sola ocasión, no existen períodos de seguimiento, y analizó las variables sobre una muestra poblacional recopilada en un periodo de tiempo.

Así mismo la investigación tuvo un propósito descriptivo. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis” (Dankhe, 1986)

#### **3.2 Variables y operacionalización**

La variable se define como la característica o atributo que acepta diversos valores (D’Ary, Jacobs y Razavieh,1982). Para el caso del estudio se tuvo la siguiente variable: Aceptación de FinTech dedicada a la negociación de divisas.

##### **Operacionalización de variable**

Ver anexo 8, en el adjunto se detalló de manera concisa la dimensión y subdimensiones con sus indicadores estudiados así también se precisó las herramientas con el cual se trabajó la investigación.

#### **3.3 Población, muestra y muestreo**

**La población** estuvo conformada por los ciudadanos residentes en el distrito de Chimbote. Según censo INEI (2017) la población que se ubica en el rango de edad señaladas teniendo en cuenta el criterio de inclusión comprende un total de 127000 pobladores chimbotanos.

- **Criterios de inclusión:** estuvo compuesta por personas de 18 a 55 años con conocimiento u experiencia mínima de tipo de cambio. Se segmentó a la población en grupos de 5 representantes por localidad (20 zonas entre urbanizaciones, pueblos jóvenes, asentamientos humano y 7 representantes del casco urbano) distribuidos en las diversas partes del distrito chimbotado.
- **Criterios de exclusión:** personas que este fuera del rango de las edades incluidas en la investigación y ciudadanos residentes de otras provincias.

**La muestra** del estudio por ser una población de numerosa complejidad para abordar su tamaño, se utilizó el muestreo probabilístico específicamente el aleatorio simple para población finitas, de esta manera se obtuvo un grupo representativo de 102 pobladores para aplicar la encuesta.

**El muestreo** se hizo cálculo en razón al tamaño de la muestra finita de la población chimbotana. La aplicación de la fórmula tuvo como valores del 0.97 por ciento de margen de error tolerable. El desarrollo del cálculo matemático esta detallado en el anexo 6

**Unidad de análisis,** es la población del distrito de Chimbote de quienes se obtuvo información según el planteamiento inicial de la investigación. Compuesta por la población chimbotana entre los 18 a 55 años.

### 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Siguiendo con el enfoque cuantitativo, la técnica empleada para recabar información fue la encuesta compuesta por 21 ítems de elaboración propia. La encuesta fue diseñada en base a la integración de los subdimensiones propuestos por el referente del Modelo de Aceptación Tecnológica TAM1, originalmente teoría de Davis (1989) (ver anexo 5), complementando con otro indicador que es la confianza percibida; factores adaptados a las necesidades del estudio.

Se empleó la escala de Likert, instrumento psicométrico que ayuda a obtener opiniones y actitudes de un consumidor hacia una marca, producto o mercado meta Beltram (2008). La escala permitió medir la calificación de las respuestas de los encuestados para saber si estaban de acuerdo o desacuerdo acerca del ítem propuesto. Se elaboró un formato de respuestas fijas, y estuvo orientada a la medición de la intensidad de la respuesta: si era alta la persona estaba fuertemente convencida que la actitud era justificada; o si era baja el sujeto no compartía la idea.

La estructura de las preguntas se dividió en cinco partes, primero se realizó las preguntas demográficas a la población seleccionada; luego el cuestionario se dividió en subdimensiones, la primera subdimensión abordó preguntas para identificar la utilidad percibida del servicio en cuestión, la segunda subdimensión midió la facilidad de uso que evalúan los participantes, la tercera subdimensión estudió la actitud hacia el uso y por último la seguridad percibida.

La confiabilidad de la encuesta fue probada inicialmente en 10 encuestados para evaluar la consistencia de las respuestas. Se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach para evaluar la encuesta piloto. El resultado fue de 0.85 de coeficiente que representa un nivel elevado de confiabilidad.

La validez de la encuesta fue sometida al análisis semántico de a través de tres juicios de expertos con grado de Magísteres quienes brindaron su visto bueno al instrumento. En anexo 13 están adjuntos los documentos que evidencian la validación realizada.

### **3.5 Procedimientos**

El proceso de recolección de información fue a través de la aplicación de una encuesta online por medio de la plataforma virtual de Google, se utilizó el celular como herramienta de común acceso de la población. También se ejecutó presencialmente a las personas de diversas zonas de Chimbote

Las encuestas se realizaron con cobertura abierta ya que la aplicación de la encuesta no corresponde a ninguna institución asociada. Para obtener una muestra representativa de la población el trabajo se dividió en 20 zonas geográficas del distrito de Chimbote, para lo cual se tomó 7 encuestas a la población del casco urbano y 5 encuestas a las 19 zonas como urbanizaciones, asentamientos humanos, pueblos jóvenes elegido geográficamente según el mapa del distrito de Chimbote (anexo 7)

#### **Método de análisis de datos**

La evaluación se desarrolló en razón de los resultados de la encuesta. La actividad consistió en establecer una descripción sobre la variable que se estudiaba para extraer conclusiones y recomendaciones (Kerlinger,1982) la interpretación se estructuró en dos pasos:

Primero se interpretó la variable y los datos que sustentan con fundamento el nivel de significancia estadística.

Segundo, se estableció un significado más amplio de la investigación es decir determinó el grado de generalización de los resultados de la investigación.

Se usó el software SPSS26, para la reconversión de la variable a niveles – rangos para brindar los resultados correspondientes. La información se expone en cuadros que incluyen los porcentajes calculados.

### **3.6 Aspectos éticos**

Se tuvo en estricto cumplimiento los aspectos éticos que constituyen la elaboración del material de investigación de acuerdo con lo establecido por las normas que regula las buenas prácticas para garantizar el bienestar y la autonomía de los involucrados en el estudio.

Los principios éticos que se ha tenido como referente durante todo el proceso de la investigación fueron la autonomía para decidir la participación en el desarrollo del proyecto, la beneficencia que implicó un propósito positivo para los participantes de la investigación, la no maleficencia que fue el respeto a la integridad física y psicológica de los involucrados en trabajo investigativo, la justicia en el trato que optimizó la buena colaboración del objeto de estudio. Estos pilares son parte del Código de Ética en investigaciones de la Universidad Cesar Vallejo (2020)

Finalmente hay reguladores nacionales e internacionales que están suscritos al campo ético disciplinario como son: en Perú la Ley Universitaria 30220 que básicamente establece obligaciones en la universidades para ser promotoras de producción científica que aporte a la sociedad; en la parte internacional está la Committee on Publication Ethics, (COPE) que aborda temas de normas conductuales respecto a procesos de editoriales y publicaciones científicas, la declaración de Singapur que se enfoca en los principios de integridad profesional. Todos estos reguladores sientan las bases para ejercer la ciencia con buenas prácticas profesionales.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados sobre el objetivo general

Conocer el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021

**Tabla 1**

*Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021*

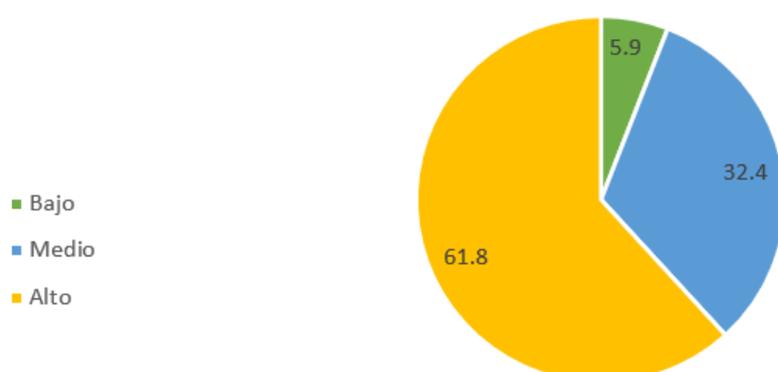
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	5.9
Medio	33	32.4
Alto	63	61.8
Total	102	100.0

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 1 podemos observar que el 61.8% de la población Chimbotana tienen un nivel alto de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas; el 32.4%, un nivel medio de aceptación y el 5.9% un nivel bajo de aceptación.

**Figura 1**

*Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021*



*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

## 4.2 Resultados sobre los objetivos específicos

**Objetivo específico 1:** Medir el nivel de aceptación respecto a la información demográfica.

**Tabla 2**

*Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas respecto a la edad de los encuestados en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021*

	Nivel	Edad					Total	
		18 - 25	26 - 33	34 - 41	42 - 50	51 - 55		
Intensión de Uso	Bajo	n	0	0	6	0	0	6
		%	0.0%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	5.9%
	Medio	n	12	3	9	6	3	33
		%	11.8%	2.9%	8.8%	5.9%	2.9%	32.3%
	Alto	n	6	15	12	21	9	63
		%	5.9%	14.7%	11.8%	20.6%	8.8%	61.8%
Total	n	18	18	27	27	12	102	
	%	17.6%	17.6%	26.5%	26.5%	11.8%	100.0%	

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 2 podemos observar que del 61.8 % de la población Chimbotana que tienen un nivel alto de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad, el 20.6% tienen edades entre 42 a 50 años; el 14.7% entre 26 a 33 años y el 11.8% entre 34 a 41 años.

**Tabla 3**

*Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas respecto a la actividad económica de la población de Chimbote en el periodo 2021*

	Nivel	Actividad Económica		Total	
		Dependiente	Independiente		
Intensión del Uso	Bajo	N	3	3	6
		%	2.9%	2.9%	5.9%
	Medio	N	15	18	33
		%	14.7%	17.6%	32.3%
	Alto	N	21	42	63
		%	20.6%	41.2%	61.8%
Total	N	39	63	102	
	%	38.2%	61.8%	100.0%	

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 3 podemos observar que el 41.2% de la población Chimbotana tienen un nivel alto de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas y son independientes en su actividad económica.

**Tabla 4**

*Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas respecto al ingreso económico en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021*

			Ingreso				
Nivel			1000-2500	2501-3500	3501-5000	5000 a más	Total
<b>Intensión del Uso</b>	Bajo	n	0	6	0	0	<b>6</b>
		%	0.0%	5.9%	0.0%	0.0%	<b>5.9%</b>
	Medio	n	30	3	0	0	<b>33</b>
		%	29.4%	2.9%	0.0%	0.0%	<b>32.3%</b>
	Alto	n	30	15	9	9	<b>63</b>
		%	29.4%	14.7%	8.8%	8.8%	<b>61.8%</b>
<b>Total</b>		<b>n</b>	<b>60</b>	<b>24</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>102</b>
		<b>%</b>	<b>58.8%</b>	<b>23.5%</b>	<b>8.8%</b>	<b>8.8%</b>	<b>100.0%</b>

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 4 podemos observar que del 61.8% de la población Chimbotana que tienen un nivel alto de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad, el 29.4% tienen un ingreso económico entre 1000 a 2500 soles y el 14.7% entre 2501 y 3500 soles.

**Objetivo específico 2:** Medir el nivel de aceptación de la subdimensión utilidad percibida

**Tabla 5**

*Nivel de aceptación respecto a la utilidad percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021*

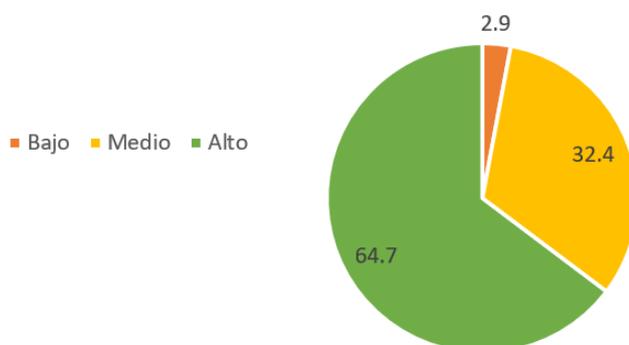
<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	3	2.9
Medio	33	32.4
Alto	66	64.7
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 5 podemos observar que el 64.7% de la población Chimbotana tienen un nivel alto de aceptación respecto a la utilidad percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad; el 32.4%, un nivel medio de aceptación y el 2.9% un nivel bajo de aceptación.

**Figura 2**

*Nivel de aceptación respecto a la utilidad percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021*



*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

**Objetivo específico 3:** Medir el nivel de aceptación de la subdimensión facilidad de uso

**Tabla 6**

*Nivel de aceptación respecto a la facilidad de uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021*

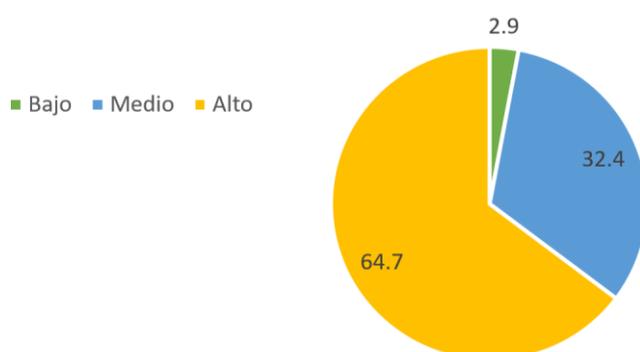
<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	3	2.9
Medio	33	32.4
Alto	66	64.7
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 6 podemos observar que el 64.7% de la población Chimbotana tienen un nivel alto de aceptación respecto a la facilidad de uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad; el 32.4%, un nivel medio de aceptación y el 2.9% un nivel bajo de aceptación.

**Figura 3**

*Nivel de aceptación respecto a la facilidad de uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021*



*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

**Objetivo específico 4:** Medir el nivel de aceptación de la subdimensión actitud hacia el uso

**Tabla 7**

*Nivel de aceptación respecto a la actitud hacia el uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021*

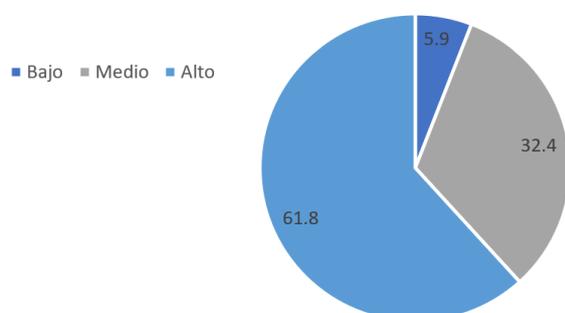
Nivel	Frecuencia	Porcentaje
Bajo	6	5,9
Medio	33	32,4
Alto	63	61,8
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100,0</b>

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 7 podemos observar que el 61.8% de la población Chimbotana tienen un nivel alto de aceptación respecto a la actitud hacia el uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad; el 32.4%, un nivel medio de aceptación y el 5.9% un nivel bajo de aceptación.

**Figura 4**

*Nivel de aceptación respecto a la actitud hacia el uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021*



*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

**Objetivo específico 5:** Medir el nivel de aceptación de la subdimensión confianza percibida.

**Tabla 8**

*Nivel de aceptación respecto a la confianza percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021*

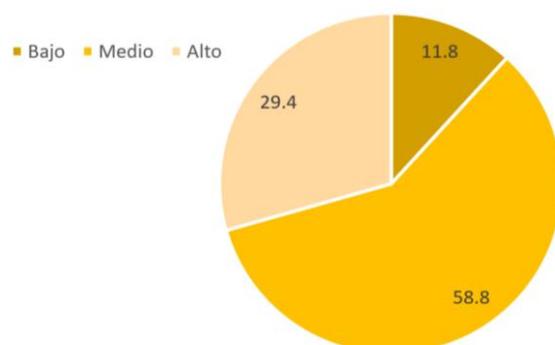
<b>Nivel</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bajo	12	11.8
Medio	60	58.8
Alto	30	29.4
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100.0</b>

*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

En la Tabla 8 podemos observar que el 58.8% de la población Chimbotana tienen un nivel medio de aceptación respecto a la confianza percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad; el 29.4%, un nivel de aceptación y el 11.8% un nivel bajo de aceptación.

**Figura 5**

*Nivel de aceptación respecto a la confianza percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021*



*Nota:* encuesta aplicada a 102 pobladores

## V. DISCUSIÓN

La investigación tuvo como objetivo general conocer el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote en el periodo 2021; aplicada la encuesta a 102 chimbotanos el resultado confirma la hipótesis planteada que el nivel de aceptación era alto y se demuestra la predisposición que tienen la población en contar con un servicio virtual que los ayude a cubrir sus necesidades financieras. Precisamente es el 61.8% de la población que representa un nivel alto de aceptación la FinTech, seguido de un 32.3% de nivel medio de aceptación y tan sólo un 5.9% tienen un nivel bajo de aceptación. Este resultado de aceptación de las FinTechs va en creciente desarrollo si comparamos la estadística realizada dentro del estudio científico de Mandujano, Rodríguez & Vidal (2021) sobre el nivel de importancia del uso de la tecnología para aprovechar las oportunidades financieras en donde obtuvieron que el 58.3% de la población de Lima (120 encuestados) está de acuerdo en usar las herramientas tecnológicas para conseguir beneficios financieros. Es así que el efecto búmeran de las financieras tecnológicas no está pasando desapercibido por los pobladores de provincias, más aún con la situación pandémica este tipo de servicios se hacen necesarios y ventajosos.

Por su parte Wójcik (2020) considera que las organizaciones de hoy en día no sólo deben transformarse para satisfacer las demandas de lo digital sino que también pueden incursionar en la intermediación de las Fintech, donde los bancos han reconocido y notificado que las FinTech, que incursionan en la banca digital, les permite lograr empresas crecientes en FinTech a través de apoyo financiero y de otro tipo, y colaborando con ellas a través de alianzas y empresas conjuntas (Lai, 2020; Drasch et al., 2018).

Del estudio demográfico se halla que el grupo etario con más disposición a usar el servicio virtual está entre el rango de 42 a 50 años con un porcentaje de 20.6%; sin embargo, si se junta los tres rangos de edades con mayor porcentaje de aceptación tendría el resultado 47.1% que comprenden las edades desde 26 a 50 años que conforman la población con mayor apertura de intención de uso de una FinTech, esto coincide con Lee (2018) quien consigna que los clientes del segmento jóvenes son aquellos que tienen mejores conocimientos tecnológicos. Sin embargo, el futuro demográfico de estas compañías se percibe favorable en

términos de que en las siguientes décadas se logre la inclusión de un mayor número de personas que hoy se encuentran en situaciones de exclusión financiera sobre todo en economías emergentes. Así es que en la investigación se evidencia que no sólo los jóvenes tienen interés por la tecnología ahora el segmento adulto está incursionando en la tecnología tanto por el beneficio como por la necesidad. Esto refuerza la postura de Wójcik (2020) quien manifiesta que al establecerse una relación entre la innovación y la preservación del mercado financiero requiere regulaciones que no afecten el sector financiero, sino que más bien permitan procesar innumerables cantidades de información, como parte de la inclusión financiera.

Con respecto a los ingresos de la población encuestada un 29.4% de quienes tienen un nivel alto de intención de uso manifiesta tener ingresos que oscila entre 1000 a 2500 soles y un alto porcentaje que tiene ingresos con actividades independientes. El acceso a la información y la tecnología en este segmento es un factor relevante para el desarrollo de sus actividades. Según INEI (2017) impacto en la evolución del acceso a la tecnología virtual por parte de este segmento ha ido incrementando, en 2017 el 32.6% de la población de actividad económica independiente tenía acceso a comunicación e información tecnológica, grupo activo que comprende personas con registro formal e informal.

Para la medición del nivel de aceptación se trabajaron se tuvo en cuenta la intención de uso como dimensión para ello se utilizó adaptando la teoría TAM para medir los siguientes subdimensiones.

La medición de la utilidad percibida (UP) revela que el nivel de aceptación del tema en estudio es alto con un 64.7% seguido de un mediano nivel de 32.4% y un mínimo nivel de 2.9%, porcentajes que manifiestan el interés del consumidor por concretar la negociación de divisas a través de una plataforma virtual ubicado desde cualquier lugar donde se encuentre con altos estándares de calidad de servicio que ayude en sus actividades con beneficios, reducción de gastos y precio justo. Este resultado coincide con la apreciación de los autores de que la utilidad percibida es la probabilidad subjetiva que tiene el usuario de la tecnología frente a su rendimiento, en relación a que el uso de esta mejorará su desempeño frente a tecnologías anteriores (Bhatti, 2007; Davis, 1989; Davis et al., 1989). Así también la investigación sobre la Intención de Uso de los Sitios Web de Compras Colectivas

(Villa, Ramirez, & Tavera, 2016) a una muestra de 470 encuestados arroja como principal elemento percibido a la utilidad que pueden obtener los consumidores sobre los servicios tecnológicos.

Para Dhingra & Mudgal, (2019) la facilidad de uso percibido (FUP) la define la calificación que hace un usuario al utilizar un determinado sistema y calificarlo como fácil y sin esfuerzo. Para el estudio el alto nivel de aceptación de la población chimbotana a las FinTechs responde de igual manera a la FUP con un 64.7% de aceptación seguido de 32.4% y un 2.9% de aceptación mínima. Sin embargo para el estudio sobre la Intención de Uso de los Sitios Web de Compras Colectivas (Villa, Ramirez, & Tavera, 2016) a una muestra de 470 encuestados esta subdimensión esta en segundo rango de importancia de la medición. El resultado del presente estudio contradice esta afirmación ya que los valores obtenidos tanto UP y FUP están en el mismo grado de interés con lo que respecta la población de Chimbote.

En lo que respecta a la subdimensión de actitud el nivel de aceptación también es alto con un 61.8%, 32.4% nivel medio y 5.9% nivel bajo. En esta medición la población muestra su disposición a recibir información o promociones de plataformas virtuales, considera que esta actividad brinda oportunidades de mejora del mercado cambiario, así también confirma su experiencia en buscar plataformas que le brinden este tipo de servicios virtuales y reconoce que transar por internet podría generarle ansiedad. El gusto por contar con una plataforma que les permita obtener buen tipo de cambio se suma a lista de preferencia de los consumidores. Por su parte Arana, Carrera, Marull, Reyes y Vílchez (2018), consigan que su negocio centrado en el intercambio de divisas aporta información para quienes se inicien en este rubro, de donde se deduce que el mercado a trabajar ofrece mayor potencial a lo estimado, ya que el público objetivo valora en mayor porcentaje el menor precio de cambio que se ofrezca.

La subdimensión confianza percibida, el 58.8% tiene un nivel medio de aceptación. Los encuestados manifestaron estar medianamente de acuerdo en considerar que las páginas web sean del todo confiables, que les de tranquilidad en sus transacciones y brindar sus datos personales para algún registro en el uso de las plataformas. Este resultado refuerza lo manifestado por Paredes y Blanco (2016), quienes analizaron la influencia entre el uso del comercio electrónico y su satisfacción en los habitantes de la ciudad de Puno, encontrando una influencia

significativa, rescatando que la seguridad y confianza son uno de los indicadores que mayor importancia valoran los clientes en este tipo de servicio de compra virtual. Sin embargo, verificando de manera global los valores obtenidos menos del 60% aún mantiene su distancia con el comercio electrónico, en comparación con nuestro estudio. De hecho, en un número considerable de investigaciones se ha hallado que la confianza es un factor muy importante en la decisión de comprar a través de internet, en especial cuando el comprador no dispone de mucha información acerca del vendedor (Navarré, Mafé, & Blas, 2010). “Si el comprador tiene una confianza experiencial con el vendedor, tendrá un nivel más alto de intención de compra. Así, la confianza del consumidor es un antecedente de la intención de compra del cliente”. Además, la relación sería positiva (Schlosser et al., 2006). Así Cavero, Lay y Rodríguez (2017) sostienen que el poder ofrecer soluciones rápidas y seguras para realizar operaciones de cambio de divisas en mercado paralelo, de donde un 57% del público es persona natural y el 82% son cambistas, el servicio virtual se consigna como automatizado, rápido, seguro, confiable y diverso.

Desde otra arista también se necesita emplear tecnología que permita reforzar y protegerse contra los ataques cibernéticos y la vulnerabilidad de la privacidad de datos. Por tal razón se debe optimizar la conectividad y la infraestructura de hardware en las zonas rurales para evitar que sigan siendo marginadas. De esta manera según Cantú y Ulloa (2020) las FinTech pueden transformar los servicios financieros tradicionales, analizando el marco regulatorio de los países latinoamericanos que desde la visión especial se desarrollan con aspectos sólidos y capacidades institucionales antes de que puedan capitalizarse completamente las nuevas tecnologías FinTech. Por tal razón se considera que la educación financiera es el único camino que puede llevar a los consumidores a comprender los beneficios de la tecnología financiera y a incorporar verdaderamente el sistema financiero. Por otra parte, Benito, Pérez y Ramos (2020) sobre los factores internos y externos de crecimiento empresarial se muestran trece factores resaltantes de los cuales ocho están condicionadas a la etapa crecimiento de este tipo de negocio, mientras que el nivel de importancia de los tres restantes varía según el perfil del emprendedor, el equipo, la seguridad, donde los factores varían según el soporte y mentoría, la planificación y el marketing. Respecto a la

experiencia de los clientes independientemente del modelo de negocio y etapa de crecimiento se halló que toman importancia las variables de: seguridad, confianza, facilidad de uso y la agilidad de respuesta (Benito, Perez, & Ramos, 2020).

Una buena regulación financiera tecnológica elevaría el nivel de confianza medrado por los ciber ataques, por la falta de ubicación física, por lo novedoso e incierto que puede representar para algunos pobladores más conservadores el brindar sus datos personales a un operador virtual.

Sin duda una de las industrias tecnológicas con mayor crecimiento en los últimos años ha sido la tecnología financiera, también conocida como FinTech. Estas empresas, impulsadas principalmente por la penetración del Internet, el uso masivo de Smartphones y la creación de plataformas digitales y aplicaciones móviles, ofrecen productos y servicios financieros de manera eficiente, ágil, cómoda y segura. Una FinTech se caracteriza por crear mayor inclusión financiera, permitiendo a sus clientes, sin excepción, acceder a diversos servicios financieros desde cualquier dispositivo electrónico con Internet. Las empresas de tecnología financiera se han vuelto más demandadas por los usuarios que requieren de servicios ágiles y amigables que ofrezcan mayor inclusión para realizar sus operaciones.

La negociación de divisas representa hoy en día un servicio de gran requerimiento ya que a raíz de los estados de pandemia que agobia a la población los medios que más han destacado para contrarrestar la movilidad física es la red de internet que abre los ojos al mundo de lo virtual, rápido, fácil e innovador.

Para el presente trabajo se realizó con una sola variable ya que se buscaba describir una realidad de la población para futuras investigaciones que deseen abordar proyectos de implementación FinTech en las provincias, parte de este estudio de mercado aporta al conocimiento y visualiza la creación de un emprendimiento como negocio directo de negociación de divisas o como un servicio de subarrendó a pequeños o medianos empresarios que deseen incursionar en el mercado financiero virtual. Debido a los limitantes de tiempo y recursos y dado la tendencia tecnológica sería interesante que en un futuro estudio se aborde temas desde la perspectiva no sólo de la necesidad del cliente sino desde la atracción y el disfrute de realizar operaciones virtuales. Lo que en marketing nominan el

Shopping Enjoyment es una perspectiva distinta del usuario potencial demandante y de la planificación marketera del ofertante. Este tipo de enfoque permite evaluar las herramientas necesarias y crear estrategias eficaces y persuasivas de comunicación tecnológica.

## **VI. CONCLUSIONES**

1. Los resultados permiten concluir que la mayoría de la población chimbotana concentrada en un 61.8% tienen un nivel alto de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad.
2. La evaluación demográfica de la muestra representativa de la población chimbotana que oscilan entre los 42 a 50 años revela un nivel alto de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la localidad. Sin embargo, si se junta los tres rangos de edades con mayor porcentaje de aceptación resulta un 47.1% que comprenden las edades desde 26 a 50 años que conforman la población con mayor apertura de intención de uso de una FinTech.
3. La población encuestada un 29.4% tiene ingresos que oscila entre 1000 a 2500 soles y un alto porcentaje que tiene ingresos con actividades independientes, esta muestra mantiene un alto nivel de aceptación de la FinTech de negociación de divisas en Chimbote.
4. La mayoría de la población Chimbotana concentrada en un 64.7% tienen un nivel alto de aceptación respecto a la utilidad percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad.
5. La mayoría de la población Chimbotana concentrada en un 64.7% tienen un nivel alto de aceptación respecto a la facilidad de uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad.
6. La mayoría de la población Chimbotana concentrada en un 61.8% tienen un nivel alto de aceptación respecto a la actitud del uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad.
7. La mayoría de la población Chimbotana concentrada en un 58.8% tienen un nivel medio de aceptación respecto a la confianza percibida de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en su ciudad.

## **VII. RECOMENDACIONES**

1. Profundizar en la información que se proporciona al cliente y mejorar la seguridad de los sitios Web para que se incremente el nivel de aceptación en la sub dimensión confianza percibida en la población Chimbotana.
2. Se recomienda que en futuras investigaciones se tenga a bien considerar otras dimensiones de las empresas Fintech; que, si bien son pequeños segmentos, estas representan un mercado potencial bastante amplio.
3. Considerar como futura dimensión de estudio el concepto Shopping Enjoyment, por su importancia vanguardista en abordar el comportamiento del consumidor y la comunicación de marketing.
4. Otra dimensión de Valor Percibido a considerar es el social y el emocional.
5. Monitorear constantemente las operaciones virtuales y garantizar que sean flexibles a cambios y mejoras.
6. Es vital que este tipo de emprendimientos mantengan permanente actualizado los programas operativos ya que las tecnologías competitivas están avasalladoras.
7. Implementar un área de tecnología para evolucionar la plataforma de acuerdo a las necesidades del mercado, así como también integrar un área de investigación y desarrollo.
8. Estudiar y establecer estrategias digitales para estar acorde a la conducta cambiante de los clientes. El empresario y el público tienen la tecnología como aliados que les facilita un abanico de alternativas por lo cual tener la atención de los usuarios se hace más compleja.
9. El emprendimiento de este tipo de negocio debe contar con un aliado que le brinde el prestigio o respaldo a su actividad financiera virtual hasta ganar experiencia. Una forma es hacer fideicomisos hasta que la RegTech se ponga en práctica en Perú.
4. Otra forma es realizar alianzas e integraciones con terceros: Toda colaboración, y alianza es relevante al momento de captar nuevos clientes.

## REFERENCIAS

- Arana, D., Carrera, M., Marull, M., Reyes, J., & Vilchez, C. (2018). *Plan de negocio para la implementación de una empresa fintech de intercambio de divisas*. Maestría - Universidad ESAN, Lima. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1272>
- Armas, A., Ize, A., & Levy, E. (2006). *Dolarización Financiera: La agenda Política*. Lima: BCRP.
- Arner, D., Barbaris, J., & Buckley, R. (2017). *FinTech and RegTech in a nutshell, and the future in a sandbox*. CFA Institute Research Foundation. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=UJgxDwAAQBAJ&lpg=PA2&ots=6EkpDMF--u&dq=fintech%20regulation%20BIS&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>
- Asociación Fintech del Perú. (2017). *FinTech*. Obtenido de [https://pe.linkedin.com/company/asociacion-fintech-del-peru?trk=public\\_profile\\_topcard-current-company](https://pe.linkedin.com/company/asociacion-fintech-del-peru?trk=public_profile_topcard-current-company)
- Balmelli, J., Cavero, J., Lay, D., & Rodriguez, S. (2017). *Plan de negocios para la creación de una plataforma virtual para realizar transacciones de compra y venta de divisas*. Maestría - Universidad ESAN, Lima. doi:<https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/2374313>
- Banco de Pagos Internacionales. (2019). *Big tech in finance: opportunities and risks*. Brasilea, Suiza. Obtenido de <https://www.bis.org/publ/arpdf/ar2019e3.htm>
- Banco Interamericano de Desarrollo; BID Invest; Finnovista. (2018). *Informe Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación*. Estados Unidos: segunda edición. doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0001377>
- Banco Nacional de Comercio Exterior. (2018). *FINTECH EN EL MUNDO*. Obtenido de: <https://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Fintech.pdf>
- Batle, M. (2018). Personas compran y venden dólares por US\$ 486 millones cada día. (d.ge, Entrevistador) Obtenido de <https://gestion.pe/economia/personas-compran-venden-dolares-us-486-millones-dia-241342-noticia/>

- Batle, M. (2018). Personas compran y venden dólares por US\$ 486 millones cada día. (D. Gestión, Entrevistador, & D. Gestión, Editor) Obtenido de <https://gestion.pe/economia/personas-compran-venden-dolares-us-486-millones-dia-241342-noticia/>
- Benito, R., Perez, F., & Ramos, J. (2020). *Caracterización de los factores clave que influyen en el crecimiento de las Fintech: un estudio de casos múltiples de las Fintech que pertenecen a los segmentos con mayor crecimiento en Lima Metropolitana*. Licenciatura - Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12404/16799>
- Britto, C., & Peñaloza, B. (2019). *Modelos de negocio FinTech y su aplicación a la generación de valor de la PYMES del sector de la construcción del municipio de Pereira, Risaralda*. Maestría - Universidad de EAFIT, Colombia. <https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/13515/Trabajo%20de%20Grado%20Bianey%20Castro%20-%20Carlos%20Alberto%20Britto.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Cantú, C., & Ulloa, B. (2020). *The dawn of fintech in Latin*. Bank for International Settlements. <https://www.bis.org/publ/bppdf/bispap112.pdf>
- Congreso de la República. (1996). *Ley n° 26702 "Ley General del Sistema Financiero de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros"*. Lima. <https://leyes.congreso.gob.pe/Documentos/Leyes/26702.pdf>
- Cordova, E. V. (2021). *Diario Gestión*. Obtenido de <https://gestion.pe/:https://gestion.pe/tu-dinero/cambio-de-dolares-realice-asi-sus-operaciones-por-internet-dolares-tipo-de-cambio-cambio-de-divisas-fintech-compra-y-venta-de-dolares-peru-nnda-nnlt-noticia/>
- EY *Guía sobre FinTech*. (2017). Obtenido de EY Building a better working word: <https://inperu.pe/boletin/2017/noviembre/EY-guia-ey-sobre-fintech.pdf>
- EYLaw.(2020). *Guía FinTech Perú 2020/2021*. Obtenido de [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es\\_mx/topics/law/ey-law-guia-fintech-peru-2021.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_mx/topics/law/ey-law-guia-fintech-peru-2021.pdf)
- Fernandez, F. (2018). El mercado de divisas y sus participantes. BBVA. Obtenido de <https://www.bbva.com/es/mercado-divisas-y-sus-participantes/>
- Financial Times. (2020). *FirstFT: Today's top stories*. Obtenido de <https://www.ft.com/techft>

- Finnovista. (2017). *47 Startups Fintech impulsan la oferta de mejores servicios financieros en Perú*. <https://www.finnovista.com/radar/47-startups-fintech-impulsan-la-oferta-de-mejores-servicios-financieros-en-peru/>
- Finnovista.(2018).  
<https://www.finnovista.com>.<https://www.finnovista.com/informe/finnovista-fintech-radar-startups-extranjeras-america-latina/>
- Fishbein, & Ajzen. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*.
- Herrera, F., & Rivas, V. (2020). *Fintech en la pandemia: rol y regulación*. Lima: The Key Corporate Law and finance.
- Hu, J., & Chang, Y. (2020). *Investigación sobre Fintech, Regtech y Regulación Financiera en China: Tomando el "Sandbox regulatorio" del piloto de Fintech de Beijing como punto de partida*. Universidad de Finanzas y Economía Anhui, Bengbu, China, China. doi:<https://doi.org/10.4236/ojbm.2020.81023>
- kambista. (2016). *Kmambista*. Obtenido de <https://kambista.com/startup/las-fintech-y-kambista/>
- Lévy, J., Bourgault, N., Martínez, M., Ortega, J. y Román, M. (2013). Modelización de la confianza y seguridad en la adopción de servicios de banca por internet en Canadá. *Portuguese Journal Of Marketing / Revista Portuguesa De Marketing*, (30), 35-54.
- Lopez, E. (2019). *Nivel de aceptación tecnológica de los servicios digitales en el Centro de Mejor Atención al Ciudadano (MAC) Lima Norte - 2019*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/40184>
- Magnuson, W. (2018). Regulación de Fintech. *Gale Academic Onefile*. Obtenido de [link.gale.com/apps/doc/A544512513/AONE?u=anon~f9f6685f&sid=bookmark-AONE&xid=695f7785](http://link.gale.com/apps/doc/A544512513/AONE?u=anon~f9f6685f&sid=bookmark-AONE&xid=695f7785)
- Mandujano, G., Rodriguez, C., & Vidal, C. (2021). INFLUENCIA DEL SISTEMA FINTECH EN EL SISTEMA. *Tesis*. Bachiller - Universidad San Ignacio de Loyola,Lima.e[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/11479/3/2021\\_Mandujano%20Jes%c3%bas.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/11479/3/2021_Mandujano%20Jes%c3%bas.pdf)
- Marcos, K., Palomino, G., & Velásquez, K. (2020). *Caracterización del proceso de innovación de fintech peruanas: Estudio de casos múltiples de fintech*

- ganadoras del concurso Startup Perú*. [Tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. doi:<http://hdl.handle.net/20.500.12404/15730>
- Navarré, C., Mafé, C., & Blas, S. (2010). *Implicaciones de la satisfacción, confianza y lealtad en el uso de los servicios bancarios online. Un análisis aplicado al mercado español*. Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa, España.
- Núñez, M., & Sifuentes, D. (2019). *Las fintech como herramienta para la promoción de la inclusión financiera en el Perú*. Maestría ESAN, Lima. [https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1720/2019\\_MAFDC\\_17-1\\_02\\_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1720/2019_MAFDC_17-1_02_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Ogun, O. (2015). Determination of Parallel Market Exchange. (S. R. Publishing, Ed.) *Modern Economy*, 6. doi:<http://dx.doi.org/10.4236/me.2015.62026>
- Paredes, Y., y Blanco, C. (2016) *Uso del Comercio Electrónico y su Satisfacción en los Habitantes de la Ciudad de Puno - 2016 [tesis. de pregrado, Universidad Nacional Nestor Cáceres Velasquez]* <http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/3041>
- Peña, N. (2014). *El valor percibido y la confianza como antecedentes de la intención de compra*. Universidad del Valle, Colombia. <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n51/v30n51a03.pdf>
- Phadke, S. (2020). *FinTech Future: el ADN digital de las finanzas*. SAGE Publications Pvt Ltd. doi:<http://dx.doi.org/10.4135/9789353885687>
- Rafique, H., Anwer, F., Shamim, A., Minaei-Bidgoli, B., Qureshi, M. A. & Shamshirband, S. (2018). Factors Affecting Acceptance of Mobile Library Applications: Structural Equation Model. *Libri: International Journal Of Libraries & Information Services*, 68(2), 99-112. DOI:10.1515/libri-2017-0041
- Rextie. (2020). *Rextie*. Obtenido de <https://www.rextie.com/>
- Rousseau, D. M., Sitkin, S. B., Burt, R. S., & Camerer, C. (1998). Not so different after all: A cross-discipline view of trust. *Academy of management review*, 23(3), 393-404. . (s.f.).
- SBS. (2021). *Superintendencia de Banca , Seguros y AFP*. Obtenido de <https://www.sbs.gob.pe/inclusion-financiera/inclusion-financiera/importancia>

- Silva, M. (2017). El Acelerado Crecimiento de las FinTech y los Desafíos para su Regulación. *Moneda Empresas FinTech*.  
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-171/moneda-171-08.pdf>
- Stackhouse, j. (2019). *Los fundamentos de la tecnología financiera*. Federal Reserve Bank . <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2019/february/basics-fintech>
- Starupeable. (2020). Obtenido de Startupeable: [https://startupeable.com/fintech-peru/#Ley\\_fintech\\_en\\_Peru](https://startupeable.com/fintech-peru/#Ley_fintech_en_Peru)
- Superintendencia de Banca seguros y AFP SBS. (2018). *SBS Informa*. Lima: SBS.  
[https://www.sbs.gob.pe/portals/0/jer/boletin-semanal/2018/b\\_s\\_35-2018.pdf](https://www.sbs.gob.pe/portals/0/jer/boletin-semanal/2018/b_s_35-2018.pdf)
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2021). <https://www.sbs.gob.pe/supervisados-y-registros/registros/otros-registros/casas-de-cambio-prestamos-y-empenos/casas-de-cambio>
- Superintendencia de Banca. Seguros y AFP. (2018). *Fintech y consideraciones para su regulación*.  
[https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SUPERVISION\\_OP1/LimaFintechForum\\_SBS\\_Mayo\\_2018.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SUPERVISION_OP1/LimaFintechForum_SBS_Mayo_2018.pdf)
- (Junio de 2020). Obtenido de Asociación FinTech Perú:  
<https://drive.google.com/file/d/1uxSHWj-CJj7W2lCuJ49fF0KuqDSH-UYI/view>
- Tu Cambista. (2021). <https://tucambista.pe/>. <https://tucambista.pe/>
- Thomas H , M. (2018) Investing in Millennials.. Fintech and Big Data:
- Velásquez, K., Marcos, K., & Palomino, G. (2020). *Caracterización del proceso de innovación de fintech peruanas: Estudio de casos múltiples de fintech ganadoras del concurso Startup Perú*. Licenciatura - Pontificia Universidad Católica del Perú. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/15730>
- Vilchez, E. (2017). *La Confianza y el Riesgo Percibido en Compras por Internet de la Generación Millennials en Urbanizaciones del Distrito de Piura 2017*. Universidad Cesar Vallejo, Piura.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30377/vilchez\\_me.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/30377/vilchez_me.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Villa, A., Ramirez, K., & Tavera, J. (2015). *Antecedentes de la intension de uso de los sitios web de compras colestivas*. Revista EIA - Universidad de Antioquia, Colombia. doi:<http://dx.doi.org/10.14508/reia.2015.12.24.55-70>
- Walde, C. (2021). *Utilidad de la fintech en la inclusión financiera. Revisión sistemática*. Licenciatura - Universidad César Vallejo, Lima. e <https://hdl.handle.net/20.500.12692/66938>
- Wójcik, D. (2020). Geografía financiera II: Los impactos de FinTech - Sector y centros financieros, regulación y estabilidad, inclusión y gobernanza. *Progress in Human Geography*. doi:<https://doi.org/10.1177/0309132520959825>

**ANEXO 1:** Perspectiva de los usuarios sobre los canales no tradicionales de atención

<b>Banca móvil</b>	<b>Banca por internet</b>	<b>Agente bancario</b>
Igual que internet	Inmediato	El canal favorito
Lo tengo a la mano	Rápido	Rápido
La batería lo hace limitante	Práctico	Práctico ahorrar dinero
Un poco peligroso	Fácil	Ahorra transporte
Menos estable que internet	Poco conocido	Cercano
		Eficiente
		Salvavidas
		Confianza
		Puede que no sea
		Seguro
		Solo pequeñas

*Nota:* World Bank 2014 p.27 SBS, The Potential of New Delivery and Business

[https://www.sbs.gob.pe/Portals/4/jer/pub-estudios-investigaciones/20170816\\_The-Potential-of-New-Delivery.pdf](https://www.sbs.gob.pe/Portals/4/jer/pub-estudios-investigaciones/20170816_The-Potential-of-New-Delivery.pdf)

## ANEXO 2: Regulación FinTech internacional

**CUADRO 4** ■ Regulación de *Fintech* a nivel Internacional

	Brasil	México	Colombia	Argentina	Chile	Perú	Reino Unido	Singapur
Nº <i>Fintechs</i>	230	180	84	72	65	46	350 - 500	310
Asociación <i>Fintech</i>	ABFintechs	Asociación <i>Fintech</i> México	Colombia <i>Fintech</i>	Cámara Argentina de <i>Fintech</i>	Asociación de Empresas de Innovación Financiera	Asociación <i>Fintech</i> Perú	Innovación Financiera	Singapur <i>Fintech</i>
Regulación <i>Fintech</i>	X	Proyecto de Ley <i>Fintech</i>	Consulta	Ley de Emprendedores	Proyecto de Ley	X	✓	✓
Grupo de trabajo ( <i>Fintech</i> + regulador)	X	✓	✓	✓	X	X	✓	✓
Sandbox regulatorio	X	X	X	X	X	X	✓	✓

FUENTE: FINNOVISTA.  
ELABORACIÓN: PROPIA.

Nota: Adaptado de *Regulación de FinTech a nivel internacional*, BCRP: Moneda Empresas FinTech, 2017, <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-171/moneda-171-08.pdf>

### ANEXO 3: Iniciativas legales Fintech Perú

<b>Normativa e iniciativas legales</b>	<b>Descripción u objeto</b>	<b>Supervisado por:</b>	<b>Año</b>
<b>Ley de Protección de Datos Personales (Ley N° 29733)</b>	Para supervisar la información sensible de usuarios que manejan estas FinTech como ingresos personales, información financiera y activos.	Autoridad Nacional de Protección de Datos Personales	2011
<b>Ley N° 29985</b> <b>Reglamento, aprobado por el D.S. 090-2013-EF</b>	Ley que regula las características básicas del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera.	SBS	2013
<b>Proyecto de Ley Nro. 3083/2017-CR</b>	Regulación del régimen jurídico de las plataformas de financiamiento participativo (Crowdfunding)	SMV	2017
<b>Proyecto de Ley N° 3403/2018-CR</b>	Obliga estar bajo las normas relacionadas al Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (LAFT) de la UIF	SBS UIF	2018
<b>Proyecto Ley N° 4421/2018-CR</b>	El objetivo era establecer las entidades encargadas de controlar a las FinTech según su alcance y establecer la base normativa para este sector.	SMV, SBS, BCRP, SUNAT, UIF, INDECOPI.	2018
<b>Proyecto Ley N° 4324/2018-CR</b>	Ley que regula el financiamiento participativo.	SMV	2018
<b>Resolución de Superintendente 045-2021-SMV/02</b>	Regula la actividad del crowdfunding. Conforme lo dispuesto en el D.U. No. 013-2020	SMV	2021

*Nota: elaboración propia*

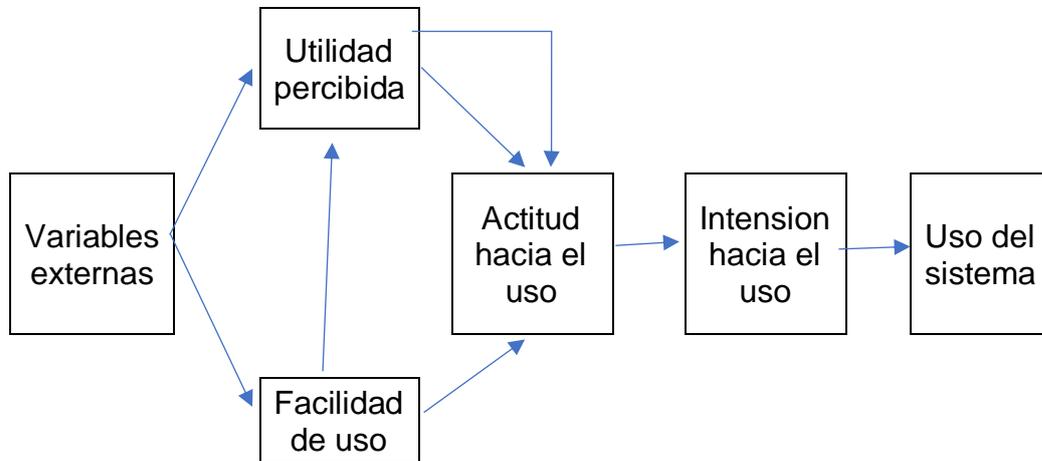
## ANEXO 4: FinTech Radar Perú



Nota: Adaptado de: *FinTech Perú*, EY Law, 2020,

[https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es\\_mx/topics/law/ey-law-guia-fintech-peru-2021.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/es_mx/topics/law/ey-law-guia-fintech-peru-2021.pdf)

## ANEXO 5: Modelo de Aceptación de la Tecnología- TAM 1



*Elaboración propia*

*Fuente: Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM)*

## ANEXO 6: Cálculo de tamaño de muestra finita

**Fórmula:**

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

**En donde:**

N: tamaño de la población

Z: parámetro estadístico que depende el nivel de confianza

n: tamaño de muestra

e: error de estimación máximo aceptado

P: probabilidad de que ocurra el evento estudiado

Q: probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

**Para el caso:**

N: 127,000

Z: 95%

n: por determinar

e: 0.97%

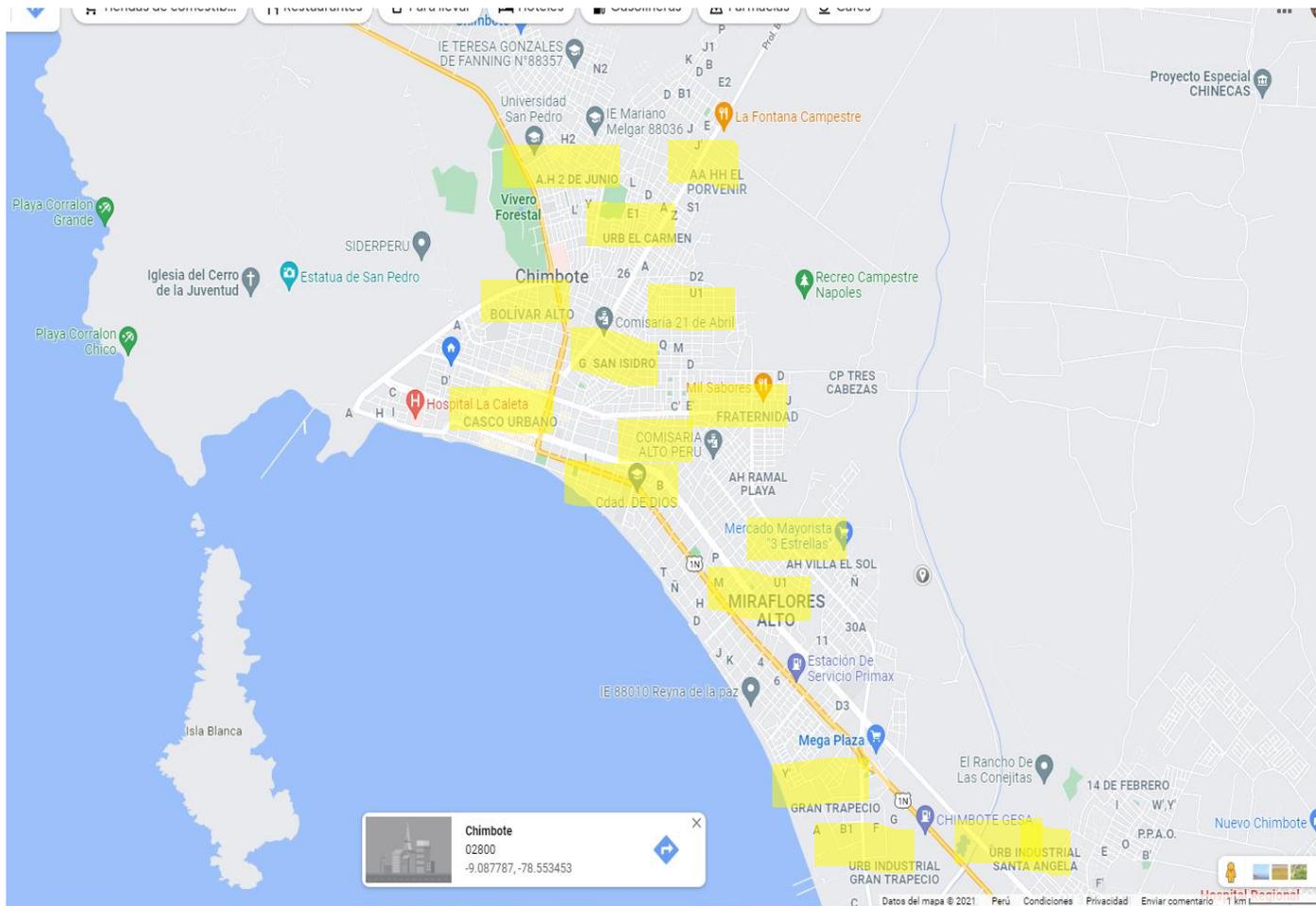
P: 50%

Q:50%

**Resultado de n = 102**

El tamaño de muestra estuvo asignado en 102 encuestados.

## ANEXO 7: Mapa del distrito de Chimbote



### Zonas encuestadas:

Urb. Caleta	5
Urb. El Acero	5
Urb. Antúnez de Mayolo	5
Urb. El Carmen	5
AH. Dos de Mayo	5
AH. Dos de Junio	5
Urb. El Carmen	5
PJ. El Porvenir	5
Urb. 21 de Abril	5
Casco Urbano	7
Urb. El trapecio	5
Urb. Santa Adela	5
AH. Villa el sol	5
Urb. Miraflores Alto	5
Urb. Miramar	5
Urb. San Isidro	5
PJ. Esperanza Baja	5
PJ. Bolívar Bajo	5
PJ. Fraternidad	5
AH. Ramal Playa	5

## Anexo 8: Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensión	Subdimensiones	Indicadores	Escala de mediciones
<b>Aceptación de FinTech dedicada a la negociación de divisas</b>	Es la aprobación de ese bien o servicio por los consumidores del mercado y FinTech son las empresas o iniciativas que hacen uso de la tecnología para brindar servicios y productos financieros. Arbulu (2019)	Para desarrollar la variable se medirá aplicando un cuestionario en razón al modelo de aceptación tecnológica (TAM).	Intención de uso	Utilidad percibida.	Rapidez Comodidad Calidad de servicio Beneficio Ganancia Ahorro Oferta	Ordinal.
				Facilidad de uso.	Entendible Sencilla Conocimiento	
				Actitud hacia el uso	Disposición. Motivación Búsqueda Predisposición Deseo	
				Confianza percibida	Información veraz Tranquilidad Compromiso Seguridad Ética Información sensible	

## ANEXO 9: Matriz de consistencia

Problema de investigación	Objetivo	Hipótesis	Variable	Diseño metodológico	Población y muestra
<p><b>¿Cuál es el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en el distrito de Chimbote en el periodo 2021?</b></p>	<p><b>Objetivo general</b> Conocer el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Medir el nivel de aceptación de respecto a la información demográfica.</li> <li>2. Medir el nivel de aceptación de la subdimensión utilidad percibida</li> <li>3. Medir el nivel de aceptación de la subdimensión facilidad de uso</li> <li>4. Medir el nivel de aceptación de la subdimensión actitud hacia el uso</li> <li>5. Medir el nivel de aceptación de la subdimensión confianza percibida.</li> </ol>	<p><b>hipótesis</b> refiere que la población chimbotana tiene una alta aceptación respecto al uso de una FinTech dedicada a la negociación de divisas</p>	<p>Aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas</p> <p><b>Dimensión subdimensiones e indicadores</b></p> <p><b>Intención de uso:</b></p> <p>Utilidad percibida</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapidez</li> <li>• Comodidad</li> <li>• Calidad de servicio</li> <li>• Beneficio</li> <li>• Ganancia</li> <li>• Ahorro</li> <li>• Oferta</li> </ul> <p>Facilidad de uso percibida</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entendible</li> <li>• Sencilla</li> <li>• Conocimiento</li> </ul> <p>Actitud hacia el uso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disposición.</li> <li>• Motivación</li> <li>• Búsqueda</li> <li>• Predisposición</li> <li>• Deseo</li> </ul> <p>Confianza percibida</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Información veraz</li> <li>• Tranquilidad</li> <li>• Compromiso</li> <li>• Seguridad</li> <li>• Ética</li> <li>• Información sensible</li> </ul>	<p>Será una investigación básica</p> <p>No experimental</p> <p>Transversal</p> <p>descriptiva</p>	<p><b>Población</b> del distrito de Chimbote</p> <p><b>Criterios de inclusión:</b> estará compuesta por personas de 18 años a 55 años distribuidas en 20 zonas del distrito</p> <p><b>Criterios de exclusión:</b> personas menores de edad y ciudadanos residentes de otra provincia</p> <p><b>Muestra:</b> Estará compuesta por 102 personas, será probabilística</p> <p><b>Técnica:</b> encuesta</p> <p><b>Instrumento de recolección de datos:</b> encuesta online y presencial en escala de likert</p>

## **ANEXO 10: Cuestionario**

### **NIVEL DE ACEPTACIÓN DE UNA FINTECH DEDICADA A LA NEGOCIACIÓN DE DIVISAS EN CHIMBOTE 2021**

Estimado encuestado, agradezco su tiempo para responder a las siguientes preguntas que tiene la finalidad de medir el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en Chimbote 2021

Entendiendo FinTech dedicada a la negociación de divisas como plataforma de servicio por internet en donde se puede comprar y vender moneda extranjera

#### Información demográfica

Edad : Entre 18 a 25 años ( )

Entre 26 a 33 años ( )

Entre 34 a 41 años ( )

Entre 42 a 50 años ( )

Entre 51 a 55 años ( )

Actividad : Dependiente ( ) Independiente ( )

Ingresos promedio mensual en soles:

Entre 1000 a 2500 ( )

Entre 2501 a 3500 ( )

Entre 3501 a 5000 ( )

Entre 5001 a más ( )

Rangos de valores a considerar en las respuestas del cuestionario:

(1) Totalmente en desacuerdo

(2) En desacuerdo

(3) Un poco desacuerdo

(4) Algo de acuerdo

(5) De acuerdo

(6) Totalmente de acuerdo

		1	2	3	4	5	6
	<b>Utilidad percibida</b>						
1	Si le dijera que concretar un tipo de cambio por internet le tomaría entre 10 a 15 minutos ¿Lo intentaría?						
2	Estaría de acuerdo en comprar o vender dólares desde cualquier lugar que me encuentre						
3	Los servicios por internet se esfuerzan para proporcionar alta calidad en su atención						
4	El uso de este tipo de servicios virtuales ayudaría en mis actividades						
5	Utilizar sitios web de compras y venta de dólares ofrece beneficios.						
6	Creo que existiría un ahorro o reducción de gastos con este servicio						
7	¿Supongamos que ingresa a una página en internet que ofrece el mejor tipo de cambio, Ud. intentaría cotizar algún precio?						
	<b>Facilidad de uso percibida</b>						
8	Aprender a utilizar los sitios web para comprar o vender dólares es fácil para mí.						
9	Cuando entro a una página de internet ubico con sencillez lo que deseo realizar						
10	Sé que existen plataformas virtuales que ofrecen comprar y vender moneda extranjera						
	<b>Actitud hacia el uso</b>						
11	Estaría dispuesto(a) a recibir información o promociones sobre el servicio virtual de cambio de moneda extranjera						
12	Creo que el servicio de una financiera tecnológica que se dedique a negociar moneda extranjera mejora el mercado de cambios						
13	He intentado buscar un tipo de cambio por internet						

14	El servicio virtual de cambio de moneda me puede causar ansiedad						
15	Me gustaría contar con la opción de negociar por internet con buen tipo de cambio						
	<b>Confianza percibida</b>						
16	La información proporcionada en la página web para hacer transacciones son sinceras						
17	Tengo tranquilidad cuando hago transacciones por internet						
18	Los servicios virtuales usualmente están comprometidos con la ética						
19	Confiaría mis datos a la página web que me permita cambiar dólares						
20	Los sitios web de compras protegen mi información personal.						
21	Confiaría brindar información personal para registrarme en el servicio virtual de cambio de moneda						

## ANEXO 11: Prueba piloto

ÍTEM o PREGUNTAS																						
Individuo	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	2	3	2	3	2	24
2	3	2	4	5	4	5	2	2	2	5	4	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3	23
3	4	3	2	4	3	3	3	2	5	4	2	4	1	1	3	3	4	4	1	4	1	21
4	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	4	6	5	4	5	5	5	4	38
5	4	5	5	6	6	5	5	6	4	5	5	5	5	4	5	6	6	5	1	4	1	32
6	5	6	4	6	6	5	5	4	5	4	5	5	6	4	6	4	3	5	4	4	5	35
7	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	32
8	3	3	4	6	5	4	4	5	5	4	6	5	1	3	4	3	4	3	2	3	3	25
9	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	4	6	6	44
10	4	6	4	6	1	2	4	5	6	1	5	6	1	3	4	3	4	4	2	4	2	26
<b>VARIANZA</b>	<b>0.9</b>	<b>2.3</b>	<b>1.1</b>	<b>0.7</b>	<b>2.5</b>	<b>1.6</b>	<b>1.6</b>	<b>2.0</b>	<b>1.6</b>	<b>1.7</b>	<b>1.5</b>	<b>0.7</b>	<b>4.3</b>	<b>1.1</b>	<b>1.1</b>	<b>1.6</b>	<b>1.6</b>	<b>0.9</b>	<b>2.1</b>	<b>0.9</b>	<b>3.1</b>	<b>55.56</b>

<b>K</b>	<b>13</b>
$\sum S^2_i$	<b>12.2</b>
$S^2_t$	<b>55.56</b>

### PRUEBA ALPHA DE CRONBACH

#### ALPHA DE CRONBACH

$\alpha$	<b>0.85</b>
----------	-------------



#### Interpretación:

0 - 0.2	Muy Baja
0.2 - 0.4	Baja
0.4 - 0.6	Regular
0.6 - 0.8	Aceptable
0.8 - 1	Elevada

## ANEXO 12: Base de datos

N°	ITEM 1	ITEM 2	ITEM 3	ITEM 4	ITEM 5	ITEM 6	ITEM 7	ITEM 8	ITEM 9	ITEM 10	ITEM 11	ITEM 12	ITEM 13	ITEM 14	ITEM 15	ITEM 16	ITEM 17	ITEM 18	ITEM 19	ITEM 20	ITEM 21	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	2	3	2	3	2	
2	3	2	4	5	4	5	4	2	2	2	5	4	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3
3	4	3	2	4	3	3	3	2	5	4	2	4	1	1	3	3	4	4	1	4	1	
4	5	6	5	5	5	6	6	5	5	6	6	5	4	6	5	4	5	1	4	5	4	
5	4	5	5	6	6	5	6	4	5	5	5	5	5	4	5	6	6	5	1	4	1	
6	5	6	4	6	6	5	5	4	5	4	5	5	6	4	6	4	3	5	4	4	5	
7	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	
8	3	3	4	6	5	4	4	5	5	4	6	5	1	3	4	3	4	3	2	3	3	
9	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	
10	4	6	4	6	1	2	4	5	6	1	5	6	1	3	4	3	4	4	2	4	2	
11	4	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	2	2	4	3	3	3	2	3	2	
12	5	5	5	6	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	6	4	5	5	3	3	3	
13	2	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	2	3	6	
14	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	
15	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	1	1	
16	4	2	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	
17	5	5	3	5	5	5	6	6	6	6	4	4	5	2	6	5	3	4	1	1	2	
18	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	6	6	4	4	4	6	6	
19	4	6	5	6	4	4	5	6	6	4	6	5	6	5	1	6	4	1	3	4	5	
20	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
22	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	6	3	5	4	3	3	
23	4	6	5	5	4	4	6	4	5	6	6	4	5	6	5	3	6	5	4	2	3	
24	6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	6	4	6	5	5	5	5	
25	3	3	4	3	2	4	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	
26	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
27	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	5	1	6	6	6	4	5	6	6	
28	6	5	6	6	6	6	6	5	6	4	6	5	4	2	6	6	6	6	6	6	6	
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
30	6	6	6	6	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	4	4	5	
31	5	6	4	6	5	4	6	5	5	6	6	5	4	3	6	5	4	5	4	4	4	
32	4	2	2	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
33	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	
34	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	
36	3	2	4	5	4	5	2	2	2	5	4	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3	
37	4	3	2	4	3	3	2	2	5	4	2	4	1	1	3	3	4	4	1	4	1	
38	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	6	6	5	4	6	5	4	5	5	5	4	
39	4	5	5	6	5	6	5	6	4	5	5	5	5	4	5	6	6	5	1	4	1	
40	5	6	4	6	6	5	5	5	4	5	5	6	6	6	6	6	6	4	3	4	5	
41	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	
42	3	3	4	6	5	4	4	5	5	4	6	5	1	3	4	3	4	3	2	3	3	
43	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
44	4	5	4	6	1	2	4	5	6	1	5	6	1	3	4	3	4	4	2	4	2	
45	4	2	4	5	4	4	5	4	4	4	3	2	2	4	3	2	4	3	3	2	2	
46	5	5	5	6	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	6	4	5	5	3	3	3	
47	2	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	2	3	6	
48	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	5	
49	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	1	1	
50	4	2	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
51	5	5	3	5	5	5	6	6	6	6	4	4	5	2	6	5	3	4	1	1	2	
52	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	4	4	6	
53	4	6	5	6	4	5	6	6	4	6	5	6	5	1	6	4	1	3	4	5	5	
54	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	4	
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
57	4	6	5	5	4	4	6	4	5	6	6	4	5	6	5	3	6	5	4	2	3	
58	6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	6	4	6	5	5	5	
59	3	3	4	3	2	4	3	2	3	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
61	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	5	1	6	6	6	4	5	6	6	
62	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	4	6	5	4	2	6	6	6	6	6	6	
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
64	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
65	5	6	4	6	5	4	6	5	5	6	6	5	4	3	6	5	4	5	4	4	4	
66	4	2	2	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
67	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	4	
68	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	1	5	3	5	5	5	5	5	
69	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	2	3	2	3	2	
70	3	2	4	5	4	5	2	2	2	5	4	4	2	2	4	3	3	4	1	3	3	
71	4	3	2	4	3	3	3	2	5	4	2	4	1	1	3	3	4	4	1	4	1	
72	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6	6	5	4	6	5	4	5	5	5	4	
73	4	5	5	6	6	5	5	6	4	5	5	5	5	4	5	6	6	5	1	4	1	
74	5	6	4	6	6	5	5	4	5	4	5	5	5	6	4	6	4	3	5	4	5	
75	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	
76	3	3	4	6	5	4	4	5	5	4	6	5	1	3	4	3	4	3	2	3	3	
77	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	
78	4	6	4	6	1	2	4	5	6	1	5	6	1	3	4	3	4	4	2	4	2	
79	4	2	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	2	3	2	
80	5	5	5	6	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	6	4	5	5	3	3	3	
81	2	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	3	6	6	
82	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	
83	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	2	1	1	
84	4	2	5	5	4	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	1	2	
85	5	5	3	5	5	5	6	6	6	6	4	4	5	2	6	5	3	4	1	1	2	
86	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	6	6	4	4	4	6	6	
87	4	6	5	6	4	5	6	6	4	6	5	6	5	1	6	4	1	3	4	5	5	
88	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5												



		<b>Ganancia</b>	Utilizar sitios web de compras y venta de dólares ofrece beneficios.								X		X		X		X			
		<b>Ahorro</b>	Creo que existiría un ahorro o reducción de gastos con este servicio								X		X		X		X			
		<b>Oferta</b>	¿Supongamos que ingresa a una página en internet que ofrece el mejor tipo de cambio, Ud. intentaría cotizar algún precio?								X		X		X		X			
	<b>Facilidad de uso percibida</b>	<b>Entendible</b>	Aprender a utilizar los sitios web para comprar o vender dólares es fácil para mí.								X		X		X		X			
		<b>Sencillo</b>	Cuando entro a una página de internet ubico con sencillez lo que deseo realizar								X		X		X		X			
		<b>Conocimiento</b>	Sé que existen plataformas virtuales que ofrecen comprar y vender moneda extranjera									X		X		X		X		
	<b>Actitud hacia el uso</b>	<b>Disposición</b>	Estaría dispuesto(a) a recibir información o promociones sobre el servicio virtual de cambio de moneda extranjera								X		X		X		X			
		<b>Motivación</b>	Creo que el servicio de una financiera tecnológica que se dedique a negociar moneda extranjera mejora el mercado de cambios									X		X		X		X		
		<b>Búsqueda</b>	He intentado buscar un tipo de cambio por internet									X		X		X		X		
		<b>Predisposición</b>	El servicio virtual de cambio de moneda me puede causar ansiedad									X		X		X		X		
		<b>Deseo</b>	Me gustaría contar con la opción de negociar por internet con buen tipo de cambio									X		X		X		X		
	<b>Confianza percibida</b>	<b>Información veraz</b>	La información proporcionada en las páginas web para hacer transacciones son sinceras								X		X		X		X			
		<b>Tranquilidad</b>	Tengo tranquilidad cuando hago transacciones por internet									X		X		X		X		



# Matriz 2 de validación del instrumento

**Matriz de Validación por Juicio de Experto**

1. Datos generales

1.1 Apellidos y nombres: Nanda Karina Chavez Principe

1.2 Grado académico: Magister

1.3 Cargo e institución donde labora: Docente Universidad Católica Los Angeles de Chimbote

1.4 Nombre del instrumento: Escala de Likert

1.5 Título de estudio: Nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en Chimbote

1.6 Objetivo general: Conocer el nivel de aceptación de una FinTech dedicada a la negociación de divisas en la ciudad de Chimbote periodo 2021

1.7 Delgado a: Población de Chimbote

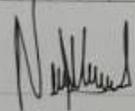
1.8 Autor de instrumento: Quifones Principe Kalluzka

**II. Aspecto de validación**

Ítem	Enunciado	Subtema	Indicador	Item	Criterio de pertinencia					Criterio de evaluación										Observaciones y/o recomendaciones
					Indicador de constructo	Relevancia	Si aplica al instrumento	Agi. de lectura	Si cumple con los requisitos de validación	Pertinencia entre la variable y el enunciado		Pertinencia entre la variable y el subtema		Relación entre la afirmación y el indicador		Relación entre el indicador y los ítems		Relación entre ítem y opción de respuesta		
										SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Validación de contenido	Utilidad práctica	Utilidad práctica	Registros	Si la oferta que presenta un tipo de cambio por internet le beneficia entre 10 a 15 minutos. (1 a 5 puntos)							X	X	X	X	X	X				
			Confiabilidad	Existencia de acuerdo en comprar o vender dólares desde cualquier lugar que me conecte						X	X	X	X	X	X	X				
			Calidad de servicio	Los servicios por internet se efectúan con profesionalidad calidad en su atención						X	X	X	X	X	X	X				
			Seguridad	El uso de este tipo de servicios virtuales ocurre en sus actividades						X	X	X	X	X	X	X				
			Conocencia	Ofrece otros web de compra y venta de dólares otros beneficios						X	X	X	X	X	X	X				
			Ahorro	Con que existe un ahorro o reducción de gastos con este servicio						X	X	X	X	X	X	X				
	Facilidad de uso	Facilidad de uso	Claridad	¿Supongamos que ingreso a una página en internet que ofrece el mejor tipo de cambio. ¿Se encuentra algún error?						X	X	X	X	X	X					
			Entendible	Agreden a utilizar los otros web para comprar o vender dólares es fácil para mí						X	X	X	X	X	X					
			Seguridad	Cuando entro a una página de internet sé que voy a utilizar lo que necesito						X	X	X	X	X	X					
			Conocimiento	Se que existen plataformas virtuales que ofrecen comprar y vender monedas extranjeras						X	X	X	X	X	X					
			Disponibilidad	Existe disponibilidad o recibir información o promociones sobre el servicio virtual de cambio de moneda extranjera						X	X	X	X	X	X					
			Mediación	Como que el servicio de una plataforma tecnológica que se dedica a negociar moneda extranjera mejora el mercado de cambio						X	X	X	X	X	X					
Conducta percibida	Conducta percibida	Seguridad	He intentado hacer un tipo de cambio por internet						X	X	X	X	X	X						
		Practicabilidad	El servicio virtual de cambio de moneda me puede causar ansiedad						X	X	X	X	X	X						
		Costo	No puedo contar con la calidad de respuesta por internet con buen tipo de cambio						X	X	X	X	X	X						
		Información clara	La información proporcionada en las páginas web para hacer transacciones son claras						X	X	X	X	X	X						
		Transparencia	Tengo tranquilidad cuando hago transacciones por internet						X	X	X	X	X	X						
		Compromiso	Los servicios virtuales usualmente están comprometidos con el cliente						X	X	X	X	X	X						
Conducta percibida	Conducta percibida	Seguridad	Confianza los datos a la página web que me permite cambiar dólares						X	X	X	X	X	X						
		Ethos	Los otros web de compra protegen su información personal						X	X	X	X	X	X						
		Información accesible	Confianza brindar información personal para registrarme en el servicio virtual de cambio de moneda						X	X	X	X	X	X						
		Confianza	Confianza brindar información personal para registrarme en el servicio virtual de cambio de moneda						X	X	X	X	X	X						

**III. Resultado de la validación del instrumento**

Confianza	
Costo	
Seguridad	
Mediación	
Conocencia	X
Utilidad práctica	

Firma: 

DNI: 40914772

