



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>



UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
FACENI



EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El Que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN LOS INGRESOS DE LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE PISCO PERIODO 2020-2021

Presentado por:

PONCE ÑAÑEZ GLADIS JOMIRA Del nivel **PREGRADO** de la Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, Escuela Académico Profesional de **NEGOCIOS INTERNACIONALES**. El resultado obtenido es **6%** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ica, 29 de agosto del 2023

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



Dr. JORGE LUIS HERNÁNDEZ NAPA
DIRECTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"

Facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales

Escuela de Negocios Internacionales



Título:

INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICOS EN
LOS INGRESOS DE LAS MYPES DE LA PROVINCIA DE PISCO
PERIODO 2020-2021

Línea de Investigación:

Sociedad, desarrollo sostenible, políticas públicas y ambientales.

Autora:

GLADIS JOMIRA PONCE ÑAÑEZ

Asesor:

Dr. Carlos Cruces, Héctor William

ID Orcid: 0000-0001-6590-5562

Ica - Perú

2022

Dedicatoria

Dedico el resultado de este trabajo a Dios quien ha sido mi guía y gracias a él he logrado concluir mi carrera.

A mis padres Joel y Mirian quienes con su amor, esfuerzo y confianza me han permitido cumplir un sueño más, gracias por estar presentes en cada paso que doy y por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y perseverancia para poder seguir adelante.

A mis hermanos Kelly y Hermann por su amor, consejos y apoyo incondicional durante todo este proceso, por acompañarme en todo momento y ser siempre mi soporte, A toda mi familia por sus palabras de aliento y oraciones que me ayudaron a no rendirme y seguir creciendo personal y profesionalmente.

Agradecimientos

Quiero expresar mi completa gratitud a Dios, que con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre conmigo.

Mi agradecimiento especial a la Universidad Nacional San Luis Gonzaga, a toda la facultad de Ciencias Económicas y Negocios Internacionales, a mis docentes quienes con su enseñanza de sus valiosos conocimientos me permitieron formarme y crecer día a día profesionalmente, gracias a cada uno por su paciencia y dedicación

Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento al Dr. Héctor Carlos Cruces, por su colaboración durante todo este proceso, quien con su dirección, conocimiento y enseñanza permitió el desarrollo de este trabajo.

Índice

	Pág.
Portada	i
Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice	iv
Índice de tablas.....	vi
Índice de figuras.....	vii
Resumen.....	8
Abstract.....	9
Introducción.....	10
I. Marco Teórico	11
1.1. Planteamiento del Problema	11
1.1.1. Antecedentes de la Investigación	11
1.1.1.1. Antecedentes Internacionales	11
1.1.1.2. Antecedentes Nacionales	15
1.2. Bases Teóricas	20
1.2.1. Medios de pago electrónicos.....	20
1.2.2. Ingresos.....	24
1.3. Marco Conceptual.....	27
II. Planteamiento del problema de investigación.....	31
2.1. Descripción de la Realidad Problemática	32
2.2 Formulación del Problema	32
2.2.1. Problema General.....	32
2.2.2. Problemas Específicos.....	32
2.1.3. Delimitación del Problema.....	33

2.4. Justificación e importancia de la investigación	33
2.4.1. Justificación.....	33
2.4.2. Importancia.....	33
2.5. Objetivos	33
2.5.1. Objetivo General.....	33
2.5.2. Objetivos Específicos.....	33
2.6. Hipótesis de la investigación.....	33
2.6.1. Hipótesis general.....	33
2.6.2. Hipótesis específicas.....	33
2.7. Variables de la investigación.....	34
2.7.1. Identificación de las variables.....	34
2.7.2. Operacionalización de las variables.....	34
III. Estrategia Metodológica	35
3.1. Tipo y Diseño de la Investigación	35
3.2. Población y muestra.....	35
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de la información	35
3.3.1. Técnicas de recolección de datos.....	35
3.3.2. Instrumentos de recolección de la información.....	35
IV. Resultados.....	35
4.1. Presentación e interpretación de resultados.....	35
V. Discusión, Conclusiones y Recomendaciones.....	50
5.1. Discusión de resultados.....	50
5.2. Conclusiones.....	51
5.3. Recomendaciones.....	52
VI. Referencias Bibliográficas	53
VII. Anexos.....	56

Índice de Tablas

	Pág.
Tabla N° 1:	21
Tabla N° 2:	25
Tabla N° 3:	34

Índice de figuras

	Pág.
Figura01:	36
Figura 02:	37
Figura 03:	38
Figura 04:	39
Figura 05:	40
Figura 06:	41
Figura 07:	42
Figura 08:	43
Figura 09:	44
Figura 10:	45
Figura 11.....	46
Figura 12:	47
Figura 13:	48
Figura 14:	49
Figura 15:	50

Resumen

El cambiante mundo de las divisas y formas de pago facilita cada vez más la forma de comerciar bienes y servicios, haciendo posible en la actualidad que el dinero ya no sea solo en efectivo sino virtual facilitando de esta manera la forma de transacción, trayendo una serie de beneficios a su vez.

Debido al Covid-19 la mayoría de las empresas ha optado por evitar el pago con efectivo para evitar la propagación del coronavirus utilizando cada vez con más regularidad medios de pago como Yape, Tunki, transferencias bancarias e interbancarias; cabe destacar que la posibilidad de utilizar estos aplicativos es gracias a los bancos que vienen utilizando esta tendencia desde hace ya algunos años que se ha generalizado debido al contexto del Covid-19.

La investigación tuvo como finalidad identificar como influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco, planteando como hipótesis general que los medios de pago electrónicos influyen de manera relevante en los ingresos de las Mypes de la provincia de pisco. Para ello, durante el desarrollo de la investigación se ha considerado a todas 50 empresas de la Provincia de Pisco que implementaron estos medios de pago.

En cuanto a las conclusiones de la investigación, se determinó que los medios de pago electrónicos impactan de manera positiva y de forma directa en los ingresos de las Mypes de la provincia de Pisco; por lo que en términos generales tuvo una influencia relevante dado que el 90% de los encuestados consideran que tiene algún tipo de influencia en los ingresos de una Mypes.

De igual manera, se concluye también que la innovación y el uso de los medios de pago electrónico es relevante para el crecimiento de una empresa y que resulta crucial la implementación de esta; sobre todo en un contexto donde los medios digitales es una opción y una necesidad si se quiere crecer como empresa y expandir su mercado. De manera que el uso de tecnología a través de las plataformas que se usan para poder generar ventas y a la vez ingresos resulta muy importante e influye directamente en las Mypes de la provincia de Pisco

La investigación tiene un enfoque cuantitativo con un diseño del tipo descriptivo; además, el presente trabajo utiliza como método de investigación una encuesta.

Palabras claves: Medio de pago, Ingresos, Innovación.

Abstract

The changing world of currencies and forms of payment increasingly facilitates the way of trading goods and services, making it possible today that money is no longer just in cash but virtual, thus facilitating the form of transaction, bringing a series profit in turn.

Due to Covid-19, most companies have chosen to avoid paying with cash to prevent the spread of the coronavirus, using more and more regularly means of payment such as Yape, Tunki, bank and interbank transfers; It should be noted that the possibility of using these applications is thanks to the banks that have been using this trend for some years now, which has become widespread due to the context of Covid-19.

The purpose of the research was to identify how electronic means of payment influence the income of Mypes in the Province of Pisco, posing as a general hypothesis that electronic means of payment have a relevant influence on the income of Mypes in the province of Pisco. . For this, during the development of the investigation, all 50 companies in the Province of Pisco that implemented these means of payment have been considered.

Regarding the conclusions of the investigation, it was determined that the electronic means of payment have a positive and direct impact on the income of the Mypes in the province of Pisco; Therefore, in general terms, it had a relevant influence given that 90% of those surveyed consider that it has some type of influence on the income of a Mypes.

Similarly, it is also concluded that innovation and the use of electronic payment methods is relevant for the growth of a company and that its implementation is crucial; especially in a context where digital media is an option and a necessity if you want to grow as a company and expand your market. So, the use of technology through the platforms that are used to generate sales and at the same time income is very important and directly influences the Mypes of the province of Pisco

The research has a quantitative approach with a descriptive type design; In addition, the present work uses a survey as a research method.

Keywords: Means of payment, Income, Innovation.

Introducción

El pago electrónico es un medio por el cual se puede realizar una actividad de intercambio de compra y venta de productos o servicios. Se puede dar uso de este medio a través de tarjetas, cupones, transferencias o billeteras digitales. El pago electrónico es una forma de captar los ingresos de una empresa y se a facilidades a los usuarios de manera que la experiencia de ambas partes en un proceso de intercambio sea fructífera. Estos medios de pago electrónico se han intensificado en los últimos años debido a la influencia de la tecnología que ello implica; sin embargo, el uso de estos ha tomado mayor importancia durante los últimos 2 años debido a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Las restricciones que se puso desde el Estado han llevado o incentivado al mayor uso de los medios de pago electrónico; es así que, la influencia que se da sobre la captación de los ingresos en una empresa que brinda bienes o servicios es muy importante.

El presente trabajo está vinculado a la relación de las dos variables que se han mencionado en el párrafo anterior. De manera que se relaciona a los medios de pago electrónico, así como al funcionamiento de los ingresos a través de estos medios. Debido al mayor uso de estos medios de pago electrónico, es muy importante para una micro y pequeña empresa poder implementar estos medios para que puedan recibir los ingresos de sus ventas o la realización de sus servicios, por lo que su uso es primordial para su crecimiento y para su competitividad dentro del mercado.

En este sentido, el presente trabajo se realiza dada la importancia de los medios de pago electrónico en las micro y pequeñas empresas. Este trabajo está enfocado en un análisis objetivo y el estudio se realiza en el periodo 2020-2021, porque es durante estos años donde el uso de los medios de pago electrónico se ha intensificado y han tomado mayor importancia. El análisis de los medios de pago electrónico se da mediante el análisis de la tecnología y la innovación que esto implica, además del rol de las plataformas donde se realizan los pagos y la implicancia de los riesgos de transacción. Por el lado de los ingresos, se analizara de acuerdo a la producción que tengas las micro y pequeñas empresas y de acuerdo también al rubro comercial al que perteneces; es decir, los ingresos de una empresa con el uso de medios de pago electrónico va depender de la naturaleza del negocio, por ejemplo, en el caso de una tienda online, es muy necesario la implementación de estos medios, pero en el caso de una tienda comercia el importante solo si la empresa quiere seguir creciendo o mejorar los ingresos que tiene. Por otro lado, en cuando a los ingresos también se analizará el impacto del consumo que tiene, además

de una mano de obra calificada que permita una producción más eficiente y por ende un ingreso mayor.

I. Marco Teórico

1.1. Antecedentes de la investigación

1.1.1. Antecedentes Internacionales

- Amadeo, J. M. (2015). El autor tuvo como objetivo principal analizar el escenario actual y las perspectivas que se tiene sobre los pagos electrónicos en las transacciones minoristas, de manera presencial y a distancia en el país de Argentina. Del cual concluyo que, los productos y servicios financieros eficaces, logran que las familias aspiren a superar la pobreza, pero resulta difícil poner a disposición de familias de escasos recursos, estos servicios, pues realizan la mayor parte de sus operaciones con efectivo; sin embargo, los ciudadanos de países avanzados realizan la mayor parte de sus operaciones de manera electrónica. El reto de lograr expandir el uso de estos métodos de pago, es un proceso de cambio de hábito que debe aprovechar situaciones como el uso de teléfonos celulares para llegar a los hogares excluidos y que tengan acceso a los productos y servicios financieros. Las iniciativas que se tomen tendrán que considerar las necesidades de la población a quien se quiere llegar, trabajando con conceptos como la posibilidad de ofrecer tecnología, la innovación, las plataformas sociales, los medios de comunicación, contando también con el apoyo de las autoridades, diseñando políticas y cuerpos normativos que haga más fácil la adopción de estas, buscando siempre combatir la informalidad de la economía. También, a condición financiera es una condición básica para los usuarios, porque con esta pueden tomar decisiones informadas. Ahora, si bien el Estado es el responsable de trabajar y difundir el programa de educación financiera, esto no impide que trabaje de la mano con los medios de comunicación de transmisión masiva, con el objetivo de ampliar su efecto en la población. En cuanto a la inclusión financiera, si bien es fundamental y necesaria para lograr ampliar la cantidad de usuarios que usan los pagos electrónicos, no es la única forma, también se puede ver las experiencias de países que han logrado implementar los pagos virtuales, teniendo como pilares para seguir el avance de esta implementación los siguientes: accesibilidad, innovación de productos, fortalecimiento institucional, regulación y normativas legales.

El estudio tiene un abordaje descriptivo, con enfoque mixto.

- Aya, D. y Cuervo, D. (2019). La investigadora y el investigador, tuvieron como objetivo principal identificar las variables más importantes en el uso de los medios de pagos virtuales. Concluyendo que, en cuanto a lo referido a preferencias de medios de pago electrónico, la preferencia según las encuestas realizadas, es por el uso de las tarjetas de créditos superando al mostrado por el de las tarjetas de débito. Según el análisis entre diversas variables, se determinó que la variable de intención de uso y facilidad percibida, con las dos variables más importantes en el momento de la sección de método de pago; sin embargo, las variables utilidad percibida y confianza, no tienen tanta relevancia. Asimismo, se encontró que, seguido a la tarjeta de crédito, como método preferido de pago electrónico, se encuentran las tarjetas de débito el Baloto, Efecty o contra entrega. Finalmente, de las variables estudiadas, la más relevante fue la intención de uso.

La investigación es exploratoria y descriptiva.

- Córdoba, K. J. (2019). La autora tuvo como objetivo general establecer los determinantes del uso de los pagos virtuales desde una perspectiva del consumidor y los pequeños comerciantes en Bogotá. Del cual concluyo que el uso y la aceptación de los pagos electrónicos se relaciona de manera positiva con el nivel socioeconómico y el educativo; siendo el pago en efectivo el de mayor aceptación, existiendo una contradicción por parte de los consumidores quienes creen que los servicios financieros son seguros, pero no es un factor determinante a la hora de acceder a su uso, aun así, hay una relación positiva con el uso del pago virtual. El uso de los pagos electrónicos depende parcialmente de los métodos de pago de la clientela que tiene un negocio, y la decisión de uso de estas por parte de los clientes depende de los medios de pago disponibles. En lo referido a la accesibilidad, existen barreras para los negocios y los usuarios, prefiriéndose en el caso de los consumidores, el uso de tarjetas e incluso el uso de esta herramienta, por parte de los comerciantes, aún es baja. La predilección por los métodos de pago tradicionales, se debe a diversos factores, como el tiempo, la variable de la edad, el estrato. El estado laboral, las variables sociodemográficas, la cultura del efectivo, los conocimientos sobre tecnología, la organización financiera. Aunque mediante las ventas se ve una influencia positiva en cuanto se habla de la posibilidad de que un negocio acepte usar los pagos virtuales.

La investigación es de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de tipo transversal - correlacional causal.

- Cuartecasas, C. (2020). El autor comienza el artículo indicándonos que debido a la rápida expansión del virus que afectó a todos a nivel mundial, la economía enfrentó su más grande desafío desde la recesión. Las medidas sanitarias ocasionaron una menor disponibilidad de los factores de producción y una gran caída de la demanda y en el consumo, y aunque todos los sectores de la economía sufrieron cambios estructurales, también se denota la consolidación de los canales virtuales y de pagos electrónicos, esto debido a la disminución de uso en efectivo (físico) pues producía el temor de que por este medio se transmitiera el virus, lo cual originó que incluso algunos establecimientos y oficinas lo prohibieran. Algunos supermercados por ejemplo solicitan a sus clientes que pague mediante tarjetas, lo mismo sucede con centros comerciales e incluso con la Comunidad de Madrid que prohibió que se pague con efectivo en su línea de autobuses. La situación actual en la que nos encontramos, ha hecho que se acelere la pérdida progresiva de la importancia del dinero en efectivo en relación a los medios de pago alternativos que nos ofrece la virtualidad. El reto de lograr expandir el uso de estos métodos de pago, es un proceso de cambio de hábito que debe aprovechar situaciones como el uso de teléfonos celulares.
- Encalada, V. et al. (2020). La investigadora y el investigador tuvieron como objetivo el estudiar la billetera electrónica móvil como una alternativa de pago del sistema financiero en Ecuador, del cual se concluyó que, según los creadores de las buenas prácticas de negocio a nivel virtual y de la seguridad del sistema financiero es importante el desarrollo tecnológico y social, pues se pretende que se use el dinero virtual de manera segura en las actividades de las empresas. Las principales diferencias en el uso del dinero electrónico y el físico, son que la billetera móvil es limitada y poco usada, debido al escaso conocimiento tecnológico o a la desconfianza que produce el realizar transferencias por medio de un celular. El Estado es el encargado de educar financieramente y de forma gratuita, mediante programas a la población, para así lograr el uso más frecuente de este nuevo método de pago, tranquilizando a la población en sus incertidumbres y produciendo confianza. Se revela que los bancos no están interesados en promover el uso de la billetera electrónica, pues no quieren que este compita con las tarjetas que ellos

emiten, y los cuales les genera márgenes altos de rentabilidad, por lo cual debe dejarse de lado los intereses particulares y abrir startups tecnológicas para incentivar la competencia. El dinero virtual o electrónico no es muy diferente al físico, pues cuenta con un respaldo físico y acreditado por un banco en el que la persona que la usa tiene una cuenta; y, en caso el cliente sufra de la pérdida de su equipo celular, su dinero no se encuentra en peligro, pues está acreditado por la cuenta electrónica financiera y protegido por una clave. Los equipos celulares hoy en día se pueden usarse de dos formas diferentes, al poder usarse para las comunicaciones y como un sistema de dinero electrónico.

La investigación tiene tres partes y estas usan los métodos: histórico - lógico; de análisis - síntesis; y, empírico.

- Rivera, E. (2021). El Investigador tuvo como objetivo general determinar qué factores influyen en el comportamiento de compra de los consumidores de Bogotá, comparándolo con el avance de internet, detectando si es que hubo una baja en las compras en tiendas físicas o si han adoptado otros estilos de compra. Concluyendo que, en la actualidad factores como el ahorro de tiempo y la comodidad tienen mayor importancia para los consumidores, debido a la pandemia, la mayoría de ellos han optado por no salir de sus domicilios, y a la par, muchas tiendas físicas cerraron; también, debe tenerse en cuenta que ahora se evita las aglomeraciones por lo que siguen incrementando las compras virtuales. Sin embargo, muchos consumidores aún prefieren realizar comprar en tiendas físicas, por la entrega al instante del producto y el asesoramiento que brindan los vendedores, también porque pueden tocar y apreciar el producto de forma directa. En cuanto a las compras, el 74% de los compradores consultan antes por lo menos 2 o 4 fuentes de información antes de decidirse por una opción en la compra de servicios o productos, por lo que tomar decisiones conlleva con más tiempo pues el consumidor se informa, y poco a poco los consumidores se vuelven cada vez más omnicanales, porque han comenzado a crear una mayor interacción entre las tiendas físicas y el canal virtual. La mayoría, al realizar una compra física, primero busca el producto en línea. Cuando se menciona la experiencia de compra, no se habla solo de la transacción, sino, del hecho de los consumidores de encontrar opciones que se adapten sus propias necesidades, con productos más personalizados y esperan que ello esté disponible en cualquier canal. Las empresas o negocios en línea deben

tener como meta ofrecer páginas que se adapten a diversos dispositivos, como también deben poner a disposición diversidad con sus métodos de pago, deben ofrecer fotografías en alta calidad y aún más cuando el producto sean calzados o ropa; y, deben ofrecer detalles de cargo de envío. La investigación es de alcance descriptivo, con enfoque mixto.

- Rubio, J. et al. (2020). En el documento, las autoras analizaron la evolución de los medios de pagos en tiempo de pandemia, concluyendo que, la población en Ecuador es altamente dependiente del dinero en efectivo (físico), su demanda en pandemia aumentó a nivel mundial. Frente al confinamiento por el cual se pasó, los medios de pago electrónico se consolidaron en el país e incrementaron en un 35% las transacciones virtuales entre mayo y setiembre de 2020. Por lo que es necesario fortalecer las infraestructuras de pago, primordialmente en las que procesan los cobros y pagos en tiempo real. Los cambios que los usuarios experimentaron dependieron del sector en el que se desenvolvía, por ejemplo, los socios de cooperativas de ahorro y crédito, realizaron estos cambios al inicio del confinamiento, mientras los de los bancos privados, los realizaron recién dos meses después de comenzado el confinamiento. En ambos casos se apreció una disminución en los montos transferidos. En lo referido a otros medios de pago electrónico, se encuentran las tarjetas de crédito, del cual se dio una disminución de su uso, no logrando recuperarse, sin embargo, las tarjetas de débito si lograron recuperarse de forma breve. En el acceso a los medios de pago virtual, destaca los puntos de venta (POS), el cual aumentó durante la pandemia y logro que los negocios pudieran adaptarse de manera más ágil. Asimismo, se aprecia más interés por el acceso mediante botones de pago, el cual permite el consumo mediante páginas web.

1.1.2. Antecedentes Nacionales

- Belisario, D. (2019). La autora tuvo como objetivo principal analizar la percepción del dinero electrónico como medio de pago en operaciones comerciales en las Mypes registradas en el Remype de la ciudad de Arequipa Metropolitana en el año 2016. Concluyendo que, aún en Arequipa Metropolitana las mypes usan más el dinero en físico. Las mypes que muestran más interés por usar el dinero virtual son las que no tienen tantos años en el mercado, haciéndose una suposición de que quizás esto se deba a que buscan permanecer en este sobreponiéndose a la competencia y adaptándose a las condiciones cambiantes. El dinero

electrónico tiene un rol relevante en las mypes, porque logran optimizar el tiempo y recursos en la realización de las transacciones, como los pagos, transferencias, cobros, entre otros; tampoco tiene cobro por apertura de cuenta; ofrece seguridad; permite cancelar el precio exacto de lo adquirido; tiene un costo bajo. Entre las desventajas esta: la variación en la tarifa que se experimentó en enero de 2018; la baja adaptación a estos instrumentos debido al desconocimiento de las billeteras móviles y la desconfianza que producen; y, las restricciones a los montos mensuales de los consumidores.

La investigación es de tipo exploratoria, descriptiva y transversal, con un diseño no experimental transversal.

- Calderón, M. et al. (2019). Los investigadores tuvieron como finalidad identificar los factores que limitan la adopción de los medios de pago digitales en bodegas tradicionales de un distrito de Lima. Concluyendo que, entre los factores limitantes más mencionados estuvieron: la confianza, la cultura digital, el costo y la bancarización. En la etapa cuantitativa se verifico 11 factores que limitan la adopción de estos medios en las bodegas del distrito de Surco, los cuales son: la oferta del negocio, el rendimiento del negocio, la cultura digital, la formalidad, el costo de implementación, la amplia disponibilidad para el uso, la confianza digital, el costo de formalización, la calidad del servicio, la bancarización y la cultura digital, entre la que resulta los costos de implementación, aun cuando la mayor parte de habitantes del distrito usan tarjetas y están familiarizados con los instrumentos tecnológicos como smartphones, varias de las bodegas tradicionales no ofrecen medios de pago digital para sus clientes, prefiriendo el efectivo, debido a que priorizan su beneficio económico inmediato antes del poder brindar una mejora en la calidad de su servicio.

La investigación es de tipo exploratoria, con un enfoque cualitativo.

- Chávez, J. et al. (2019). Los investigadores tuvieron como objetivo general proponer y validar el modelo conceptual que permita identificar los factores importantes que influyen en la intención de uso de los medios de pago virtual en negocios minoristas de Lima Metropolitana. Para el desarrollo del estudio, se propuso un modelo conceptual extendido, que plantea sus factores avalados, los cuales son: servicio de soporte, actitud, control percibido, expectativa del esfuerzo, precio, innovación personal, riesgo percibido y condiciones facilitadoras. Para identificar los factores

críticos se han tenido en cuenta los resultados obtenidos por el modelo cuantitativo, para los cuales se aplicaron cuestionarios a doscientos comercios minoristas (restaurantes) del distrito Santiago de Surco, el cual es el distrito con más usuarios de yape y uso de billetera móvil en el país. Concluyendo que, la expectativa de desempeño es influenciada significativamente por la expectativa de esfuerzo, el riesgo percibido, el servicio de soporte y la innovación personal. También se obtuvo que el servicio de soporte y la innovación personal son influenciadas por las expectativas de esfuerzo; a su vez, la expectativa de desempeño, la de esfuerzo y el control percibido influyen a la actitud. Asimismo, los factores: edad, experiencia de uso, riesgo percibido y precio no aportan al estudio pues no influyen en la decisión de los comerciantes. Finalmente, las variables que influyen son las: condiciones facilitadoras, el riesgo percibido y la actitud.

El enfoque de la investigación es cuantitativo, de tipo exploratorio con corte transversal.

- Grassa, D. (2018). La investigadora tuvo como objetivo general el demostrar si el dinero electrónico influye en el proceso de inclusión financiera a nivel nacional. Del cual se concluyó que, hay una influencia positiva en el proceso de inclusión financiera; asimismo, se ha verificado que una correcta cultura de información tiene influencia positiva en la inclusión financiera, esto teniéndose en cuenta si es que los sectores que poseen menos recursos puedan acceder a un teléfono móvil desde el cual informarse, disminuyendo las barreras de la ubicación y los altos costos generados por los servicios financieros; a su vez, la poca información o difusión sobre el dinero electrónico, ocasiona un limitado manejo del mismo, lo cual dificulta el proceso de inclusión financiera nacional. En cuanto a la innovación, influye relevantemente en la inclusión financiera nacional, permitiendo la creación de servicios de calidad para los pobladores; también, la confianza es un factor que influye de manera positiva en la inclusión, la falta de este factor ocasiona que las personas no adquieran y por lo tanto no usen los servicios al no contar con la información completa sobre los costos de asociación, lo cual propicia la informalidad.

La investigación es de tipo cualitativo con un diseño no experimental transversal

- Huamán, M. y Huamán, R. (2019). La investigadora y el investigador, tuvieron como finalidad determinar la forma en la que el dinero electrónico es un mecanismo de inclusión financiera en las Mypes en la provincia de Cusco en el periodo de 2017. Concluyendo que el dinero electrónico es un poderoso mecanismo de desarrollo en la inclusión financiera a nivel mundial, por lo que es importante ampliar su acceso y el uso de sus servicios en condiciones adecuadas, estas herramientas son eficientes, modernas, confiables y menos costosas. Según los resultados de las encuestas, las Mypes que utilizaron algunas de estas herramientas, experimento una mejora en su inclusión financiera. El dinero virtual también permite la colaboración y la interacción entre el sistema financiero, los operadores de telefonía móvil, el Estado y los usuarios. Actualmente los pagos virtuales ya son parte vital de la economía moderna, logrando menos desigualdad, mayor formalidad y crecimiento. Entre las conclusiones específicas se encuentra que aún es baja el uso de dinero electrónico en las Mypes de la ciudad de Cuzco, esto debido al desconocimiento, la falta de canales de acceso y la desconfianza; también que no existe un mecanismo de difusión sobre esta herramienta en la ciudad. En cuanto a los principales factores limitantes, el desconocimiento se debe a la falta de una adecuada campaña informativa sobre los mismos, la desconfianza es porque la información impartida es insuficiente lo cual genera temor al uso; y, la falta de canales de acceso es por la insuficiencia de canales para que las Mypes puedan realizar transacciones. Sin embargo, hay un interés por parte de los dueños de las Mypes en usar estos métodos de pago, los factores que influyen en ello son: la seguridad, por el peligro de sufrir un asalto o pérdida del dinero, el factor económico, pues es un medio de bajo costo; y, la comodidad, pues genera el ahorro de tiempo, pudiendo realizarse transacciones desde un celular. En cuanto al nivel de inclusión en la ciudad estudiada, se detectó que es medio.

La investigación es de tipo aplicada, con un nivel descriptivo, un diseño no experimental tipo transversal; y, un enfoque mixto.

- Santiago, D. (2020). La investigadora tuvo como finalidad el investigar la relación entre el uso del dinero electrónico y la inclusión financiera en la ciudad de Huánuco. Del que se concluyó que, la población conoce sobre las tarjetas de débito, estas son conocidas como cuentas de ahorro o de depósito; solo un poco más de la mitad cuenta con una de estas tarjetas

para realizar transacciones electrónicas; las personas también tienen conocimiento sobre la tarjeta de crédito; pero, pocas son las personas que cuentan con una. En cuanto al uso del teléfono móvil y el internet, menos de la mitad de la población los utilizan para realizar transacciones financieras. Respecto a las empresas, la mayoría de dueños, hacen uso de las tarjetas, tanto de débito como de crédito, pero aún este porcentaje es mínimo; los conductores de los negocios admitieron usar sus celulares e internet para realizar transacciones con dinero proveniente de sus negocios; sin embargo, estos métodos todavía no son usados de forma masiva.

La investigación fue aplicada de tipo descriptiva - explicativa; con un diseño no experimental: transeccional, con corte transversal.

- Seclén, K. y Torres, H. (2018). Los autores tuvieron como finalidad el implementar en las empresas EDPYME Alternativa S.A. ubicado en Chiclayo, el sistema de dinero electrónico y determinar su impacto financiero en la empresa durante el año 2017. De la cual se concluyó que, de la encuesta realizada a sesenta y un trabajadores, más de la mitad se encuentra dispuesto a usar un sistema electrónico de dinero; en la empresa hay una alta dependencia de los adeudados para poder financiar sus colocaciones, este crecimiento con la apertura de nuevas oficinas y agencias, han logrado que el índice de las colocaciones de créditos aumente; asimismo, al implementar este sistema, la empresa obtendría beneficios económicos. Ante la falta de desconocimiento del sistema por parte de los trabajadores, indica el autor que se diseñará un plan de inducción y/o capacitación sobre este tema.

El método usado para el desarrollo de la investigación es el científico con un enfoque cuantitativo.

- Tolentino, D. y Arrunategui, R. (2021). El autor y la autora, tuvieron como objetivo principal determinar cuáles son los factores que influyen en la decisión de adoptar el uso de la aplicación de pago virtual YAPE, en los dueños de bodegas de Lima Metropolitana, durante la crisis sanitaria. Concluyendo mediante las entrevistas realizadas, que los factores más importantes para adoptar esta modalidad de pago son: la influencia de sus conocidos, la facilidad del manejo de la plataforma, la accesibilidad a la aplicación, la percepción de bienestar y calma de los miedos que provoca el hacer uso de estas, el perfil de los dueños, las propias características de los negocios; y, factores contextuales. Debido al nuevo contexto que se

enfrenta debido al COVID - 19, ha surgido un nuevo perfil entre los dueños de bodegas, siendo los bodegueros entrevistados personas decididas y que tienen conciencia de su entorno, que se adaptan a las necesidades de sus clientes, por lo cual aceptan el nuevo ecosistema de pago, ellos enfrentan competencia y otros nuevos retos, por lo que están dispuestos hacer uso de estas herramientas tecnológicas, para seguir creciendo y seguir operando su negocio. Las bodegas en las que se realizaron las entrevistas, tienen características en común como que: han disminuido el uso del efectivo, se tiene un contacto directo con los clientes mediante el celular, se busca captar un público más joven mediante las tendencias tecnológicas, se ha implementado el delivery y usan técnicas de adaptación comercial. Finalmente, el estudio reveló factores importantes de los dueños de bodega al momento de decidir usar YAPE, los cuales son: el entorno complejo de la pandemia, la gestión de la tecnología en los negocios; y, la forma en la que se desarrollan las bodegas.

La investigación tiene un enfoque cualitativo, con alcance descriptivo, con un diseño de caso simple.

- Vela, C., y Villacorta, H. (2021). Los autores, tuvieron como objetivo principal el analizar el nivel de conocimiento sobre el dinero electrónico de los estudiantes de la UNSM-T y la relación que tiene con la inclusión financiera. Del cual se concluyó que, el nivel de conocimiento sobre dinero electrónico como una herramienta para lograr una mayor inclusión financiera, en la población estudiada, es baja, y esto genera una limitación en su uso masivo. El dinero electrónico permite incrementar los niveles de inclusión financiera en la economía nacional, las normas que la regulan, están orientadas a permitir que los pobladores rurales y/o de zonas alejadas, puedan acceder al uso de servicios financieros básicos; esta herramienta originó una nueva era en los logros de la inclusión financiera, pues la población puede realizar pagos y recibir dinero en cualquier lugar del Perú, sin necesidad de tener una cuenta bancaria como sucede con el uso de billeteras móviles. El avance acelerado de la telefonía móvil, es un escenario propicio para el crecimiento del dinero digital. La investigación es de tipo es aplicada, con un nivel descriptivo; y, un diseño no experimental y transversal.

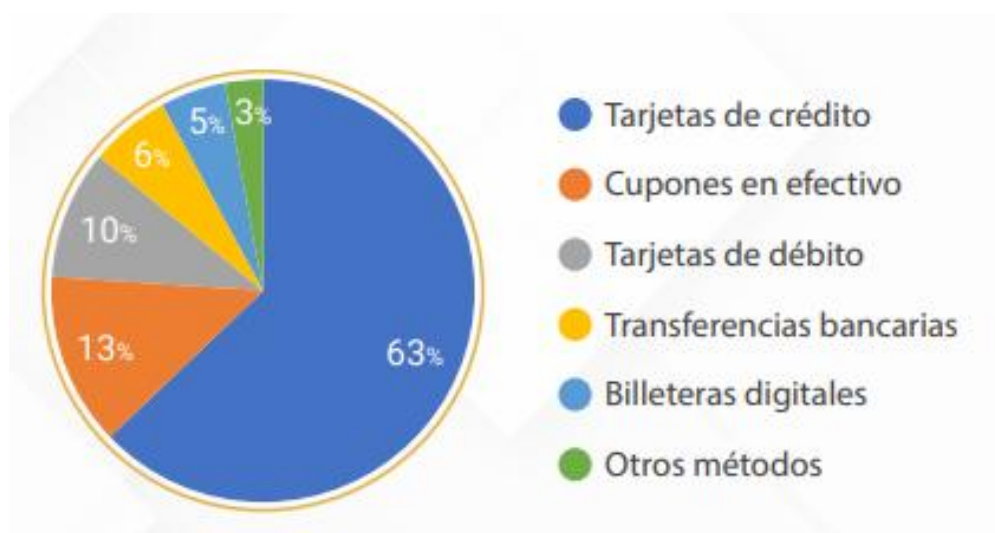
1.2. Bases teóricas

1.2.1. Medios de pago electrónicos

Los medios de pago electrónicos son sistemas donde se realizan transferencias monetarias entre dos agentes, puede ser el caso de compradores y vendedores cuando se realiza la actividad de compra y venta, o también se puede dar el caso de transferencias de persona a persona. Por otro lado, este sistema viene a ser considerado como un conjunto de instrumentos para que las transacciones de dinero se puedan dar de manera eficiente. Estos medios de pago electrónico vienen a ser muy importantes en el comercio electrónico, lo cual viene a ser la actividad de distribución, compra o venta de productos o servicio haciendo uso de la tecnología y a través de internet. Según Pacheco (2016: 5), “los Medios de Pago Electrónico (MPE) son, en esencia, un servicio más que prestan las entidades financieras. En los últimos años, las cámaras de compensación, a través de las cuales se procesan los pagos electrónicos, han abierto la posibilidad de realizar operaciones electrónicas como pago de nómina, pago de pensiones, proveedores y en general bienes y servicios”.

Entre los principales métodos de pago electrónico que se tiene en Perú don las tarjetas de crédito y débito, cupones en efectivo, transferencias bancarias, billeteras digitales, entre otros.

GRÁFICO 1: Principales medios de pago electrónicos: 2019



Fuente: Cámara Peruana de Comercio electrónico

GRÁFICO 2: Numero de tarjetas en el Perú: 2020

TIPO DE TARJETA	CANTIDAD
-----------------	----------

Tarjeta de crédito bancarias	25 516 966
Tarjetas de débito no bancarias	6 259 628
Tarjetas de créditos activas	6 515 000
Total	38 291 598

Elaboración propia.

Fuente: CAPECE

- **TARJETAS DE CRÉDITO:** son un medio de pago que permite, a quien lo utiliza, adquirir bienes y servicios de aquellas empresas que tengan esta modalidad de pago. Según Pereyra (2011), para que los usuarios puedan acceder a este tipo de tarjeta es necesario que la persona tenga una calificación crediticia suficiente, de manera que las entidades financieras puedan asumir el riesgo. En este caso es la entidad financiera quien delimita el crédito que se va otorgar al usuario ya que se determina la capacidad de pago que tiene cada persona y el cumplimiento de aquellos requisitos determinados por cada entidad. Mediante esta tarjeta se puede diferir el pago de productos adquiridos hasta una fecha posterior, por lo que la persona podrá elegir cancelar todo el costo del producto de manera que se use como medio de pago y cancelando su deuda mensualmente, o como un medio de financiamiento teniendo en cuenta los costos de interés incurridos en esta modalidad.
- **TARJETA DE DÉBITO:** es un medio de pago o instrumento electrónico, el cual es dado por entidades financieras. Esta tarjeta está asociada a una cuenta de ahorros o una cuenta corriente, el cual le permite al usuario poder realizar transacciones monetarias y realizar pago de bienes o servicios, debido a esta ventaja las empresas deben tener puntos de venta conectadas a la tarjeta donde permitan hacer transferencias a modo de pago, por lo que es importante que las micro y pequeñas empresas puedan

implementar estos medios de pago. En esta dinámica el cliente o usuario cubre el costo del mantenimiento de la cuenta bancaria y el empresario paga un determinado arancel o un descuento de facturación.

- **BILLETAS DIGITALES:** Una billetera digital es un aplicativo donde se puede realizar operaciones financieras. Es una forma de manejar la información de una tarjeta de forma digital a través de un dispositivo móvil como un celular o una tableta. De esta manera se puede pagar bienes o servicios en lugar de usar efectivo o una tarjeta en físico y se puede hacer transferencias mucho más rápidas; además, las personas también pueden hacer uso de este medio de pago sin necesidad de tener una cuenta bancaria. En el caso peruano existen varios tipos de billeteras digitales y en algunos casos son respaldados con un banco o un emisor de dinero de manera electrónica. Algunos ejemplos de billeteras digitales son: Yape, Tunki, Plin y Bim, las cuales han sido beneficiadas a consecuencia del Covid-19, pues las personas están pasando del uso de efectivo a pagos por medio de pago electrónicos.
- **Yape:** Es una billetera digital del Banco de Crédito (BCP), esta permite hacer transacciones de dinero totalmente gratis sin importar el lugar donde se encuentran las personas participantes de dicha transacción. Esta billetera tiene distintos usos entre las cuales tenemos el pago de persona a persona a través de un número de contacto; también se puede realizar pagos a través de códigos QR escaneados a través de esta plataforma; y también se puede retirar dinero a través de un agente o un cajero automático. Según CAPECE (2021), Yape pasó de tener alrededor de 2 millones de usuarios en el 2019 a más de 5 millones en el cierre del 2020. En el caso del 2021, Yape tiene más de 8 millones de usuarios que están incluidos y conectados financieramente.
- **Tunki:** Es una billetera digital del banco Interbank, se puede hacer a través de una tarjeta del mismo banco o sacar una billetera que sea totalmente digital. A través de uso de esta billetera digital no se pagan comisiones, y no es necesario tener una cuenta de Interbank para que se pueda hacer uso de esta plataforma, pues para activarla solo se necesita tu DNI y un celular registrado al nombre del usuario. Entre las distintas formas de uso tenemos: pagar bienes o servicios o el recibo de un celular, recarga de celulares, enviar o recibir dinero de contactos, pagar productos a través del código QR.

- **Bim:** Es una billetera digital que no está adscrita a ningún banco en específico, por lo que solo se necesita un DNI y un celular para poder registrarse. No se necesita un número de cuenta de alguna entidad bancaria y se puede elegir entre 25 entidades bancarias que puedan respaldar el dinero. Los usos de esta plataforma son similares a las billeteras anteriores.
- **Plin:** Es una billetera digital que interactúa entre las apps de Interbank, BBVA, Scotiabank y BanBif, utilizando un número de celular. Sus funcionalidades y usos son parecidos a los casos anteriores mencionados.

Hay muchos medios de pago electrónicos; sin embargo, su uso y crecimiento se ha visto limitado a la percepción de riesgos en la transacción monetaria que realizan; entre estos riesgos tenemos:

- Privacidad: Riesgo que se pueda acceder a información de los usuarios sin autorización.
- Identificación: Riesgo de que la persona que esté realizando las acciones y transferencias no sea la propietaria de la cuenta.
- Firmas digitales: Riesgo que las firmas digitales lo realice una persona diferente a la propietaria. En este caso y en el anterior existen los casos de suplantación, acciones de suplantación y robo.

1.2.2. Ingresos

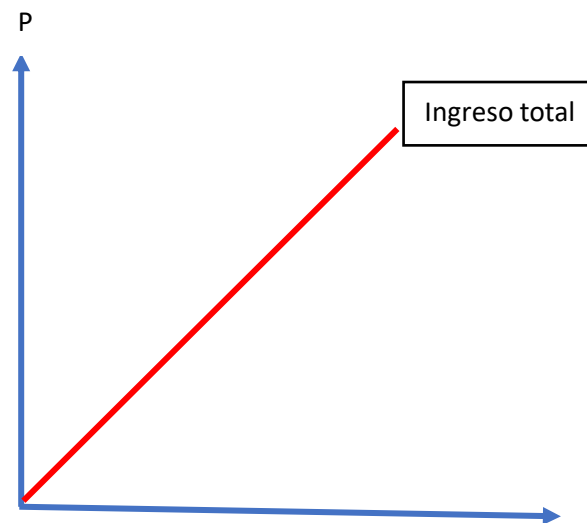
La relación de los ingresos y la producción se da porque la producción es la que origina los ingresos, de manera que se puede distribuir entre los participantes de la actividad que se realiza. Por lo tanto, la relación se da de la siguiente manera: a un mayor nivel de producción se genera un mayor nivel de ingresos.

Los ingresos totales que percibe una empresa se calculan con la multiplicación de las unidades vendidas y su precio, su representación es:

$$INGRESO\ TOTAL = PRECIO * CANTIDAD$$

Entonces, el ingreso que percibe una empresa se debe a sus ventas o a la actividad económica a la que se dedica. El nivel de los ingresos también va a depender del mercado en el que se encuentre la empresa y a lo que se decida; es decir a qué rubro comercial pertenece. Si en caso una empresa es precio aceptante (donde usualmente están las micro y pequeñas empresas), se encuentra en un mercado de competencia

perfecta, por lo que la función de ingreso será lineal a la cantidad vendida, así se tiene:



El ingreso total no es el único tipo de ingreso que son pertinente en una empresa; así, se tiene también al ingreso marginal, el cual es definido como el aumento del ingreso total con la venta de una unidad de producto más. También se tiene al ingreso medio, el cual está definido como el valor de una unidad de producción, pues es la división de los ingresos totales entre el número de unidades que se producen.

Producción

La producción es aquella actividad económica en donde se transforma insumos en productos, los cuales son utilizados en la satisfacción de necesidades. La producción es importante en cualquier nivel del país, ya sea medido a nivel nacional o a nivel de micro y pequeñas empresas.

Para que se lleve a cabo la producción se necesita una combinación de factores de producción. Según Plasencia (2016: 15), “los factores de producción son instrumentos por la cual las empresas necesitan para llevar a cabo sus procesos de producción, el acoplamiento de estos instrumentos se les llama productos, basándose en las variedades que puede haber en ellos, la cual tiene como finalidad consumirse o utilizarse posteriormente de la producción. Este autor divide a los factores de producción en:

- **Tierra o recursos naturales:** Este factor se refiere a los insumos para que se pueda llevar a cabo la producción. Plasencia (2016) menciona que los recursos naturales con aquellos bienes que se adquiere de la naturaleza sin participación previa del hombre.
- **Trabajo:** Este factor se refiere a aquella actividad humana necesaria para la transformación de los insumos en productos. Plasencia (2019), menciona que es el valor agregado que las personas dan a las distintas empresas a las cuales ofrecen sus servicios de mano de obra. La eficiencia de esta mano de obra depende de varios factores como la educación, la inversión en capacitaciones y en la dedicación o esfuerzo de las personas. Por lo que es importante una mano de obra calificada para el aumento de la producción y para que exista un crecimiento sostenible en una empresa.
- **Capital:** Este factor se refiere a los instrumentos con los cuales se realiza el producto, tales como las maquinarias, herramientas e instalaciones. Es considerado como un elemento indispensable en la elaboración de bienes y servicios.

Jiménez (2011) representa a la producción en una función de producción, donde son los factores las que llevan a la formación de esta función. La formación de esta función de producción tiene como componente o factores principales al trabajo y al capital; estos son combinados mediante un proceso determinado tecnología, por lo que éste vendría a ser el tercer componente. La representación de esta función de producción es la siguiente:

$$Y = F(K, L, T)$$

Donde:

Y: Producción

K: Capital

L: Trabajo

T: Tecnología

En términos resumidos Jiménez (2011) menciona que, Y es producido utilizando los tres factores ya mencionados, por lo que el crecimiento de Y va depender del crecimiento de cada uno de estos tres factores.

Producción y consumo

La relación de la producción y el consumo se da de manera directa, pues mientras se produzcan más productos como bienes y servicios, mayor será el nivel de consumo, la misma relación se da de manera contraria.

1.3. Marco conceptual

MEDIOS DE PAGOS ELECTRÓNICOS

Los medios de pagos son instrumentos que permiten realizar compras de productos o servicios, cancelar deudas de diversos tipos. Pero también se puede entender que puede hacer referencia al dinero (en cualquier de sus formas).

En la actualidad los medios de pago se han actualizado, antes solo se entendía como el dinero, las monedas (metal), billetes o cheques (papel), las tarjetas de créditos o débito (plásticos), pero en la actualidad se habla de los medios de pago electrónicos o virtuales, los cuales se desarrollan con el apoyo de aplicativos móviles o plataformas digitales.

Por otro lado, aunque resulta confuso los sistemas de pago electrónicos son aquellos mediante los cuales se ha logrado facilitar la aceptación de los pagos electrónicos, mediante este se realizan las transferencias de dinero y se concretan la acción de la compra venta, esto gracias al respaldo de alguna entidad bancaria o financiera que autoriza la compra del producto y la venta del mismo. Resulta un componente básico y fundamente para las actividades del e-commerce. Asimismo, se puede decir que los sistemas de pagos electrónicos son redes que interconectan a las personas mediante una diversidad de entidades bancarias en cualquier momento y lugar deseado, siempre y cuando se cuente con los requisitos básicos para estos.

La modernización de los sistemas de pago electrónico, ha sido una ardua tarea, sobre todo en países como el Perú, donde el desconocimiento y desconfianza de los mismo, aún impiden el avance de estos. Sin embargo, es posible impulsarlo poniendo en

conocimiento las ventajas que representa, como lo es la obstaculización del crimen organizado, tráfico de drogas o lavado de dinero; sirve de apoyo para seguir avanzando en la formalización de los comerciantes; son de fácil acceso para las personas naturales y jurídicas, son de fácil acceso a nivel de mecanismo pues se puede acceder desde un teléfonos celulares, tabletas, laptops entre otros; se pueden hacer uso de estos a cualquier hora del día, como es el caso de las trasferencias bancarias o interbancarias por bancas móviles o el uso de billeteras móviles. Por otro lado, resulta interesante como estos mecanismos fomentan el ahorro formal, apoyan de manera directa en la eficiencia de los servicios bancarios.

De la misma manera, se observa que los locales que han implementado estos métodos de pago, son más atractivos, debido a que la diversidad de pagos atrae a diferentes tipos de consumidores.

TECNOLOGÍA

La tecnología es entendida comúnmente como todos aquellos avances que nos permite agilizar procesos y acortando el tiempo usado para estos y mejorando la precisión con la que se desarrollan ciertas actividades. Eso quiere decir que surge en la mayoría de casos con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

La tecnología es definida como el conjunto de conocimientos y técnicas usadas de forma ordenada para lograr un objetivo u obtener soluciones.

En la economía la tecnología es uno de los cuatro factores de la producción, los demás son el capital, el trabajo y la tierra.

La tecnología puede ser: dura, blanda, flexible y fija.

INNOVACIÓN

La innovación es el proceso mediante el cual se modifica ideas, instrumentos, herramientas, protocolos o sistemas ya existentes, para que estos alcancen resultados más favorables en el mercado.

La innovación es un concepto que se encuentra entrelazado al ámbito empresarial, pues como se explicó anteriormente consiste en la mejora de elementos ya existentes, dando así, más opciones a los consumidores para que sacien sus necesidades.

Para lograr realizar cambios (innovar) productos, será necesario el conocimiento previo de estos, ello aplica también para las innovaciones que se planeen hacer en el mercado, en el aporte de valor y demás.

La innovación por lo tanto no necesariamente se desarrollará en un área de las empresas a la vez. Asimismo, existen diversas formas de clasificar a la invocación, como: la innovación de procesos, de productos, de materia de organización, la innovación en el área comercial, en la tecnología.

Entre los materiales más recurrentemente mencionados en la web, se encuentra el Manual de Oslo, en esta se entiende como innovación como la implementación de cambios significativos en un producto, procesos, en el marketing o en la misma organización de una empresa con la finalidad de mejorar los resultados obtenidos.

En la “Teoría de las innovaciones” de Joseph Schumpeter, plasma que la innovación como el establecimiento de una nueva función de la producción.

Para que un cambio sea considerado una innovación debe reunir una serie de características, entre ellas: la innovación es un acto, un proceso, una actividad; es necesario que se produzca un cambio o modificación significativo; debe ser introducido al mercado; debe contribuir (beneficiar) al mercado; requiere ser sostenible en el tiempo.

Plataformas digitales

Las plataformas digitales o virtuales son espacios en internet que permiten y facilitan la ejecución de programas para la satisfacción del consumidor actual, estas infraestructuras digitales hacen posible la interacción entre varias personas o grupos de personas.

Las plataformas digitales cuentan con una variedad de tipos, como lo son, por ejemplo: las plataformas educativas, las sociales, la de comercio electrónico, las especializadas, las bancarias, las de pago, entre otras.

Las plataformas digitales tienen muchas características, entre ellas que es fácil medir el desempeño que está logrando; hay una diversidad de plataformas a elegir por los proveedores; reducen el margen de error al contar con un sistema electrónico; no es necesario pero si recomendable que sea manejada por un experto en informática, dependiendo del grado de complejidad; suelen ser bastante económicas; son de fácil accesibilidad o ese es el objetivo que buscan la mayoría de personas o empresas que cuentan con una plataforma virtual.

Riesgo de transacción

El riesgo de transacción son los efectos potencialmente adversos que pueden originarse ante la variación imprevista en el tipo de cambio en una transacción completada antes de la liquidación, logrando que se produzca una potencial posible pérdida como consecuencia de la fluctuación de la divisa. Eso quiere decir, que se producen cuando realizamos transacciones en monedas una moneda extranjera, pues el cambio repentino del tipo de cambio podría ocasionar que la empresa pague más para satisfacer el pago de una compra.

También se explica el riesgo de transacción como una situación, pues se produce en cuando dos empresas se comprometen a realizar una transacción por medio de un contrato, el periodo de tiempo entre la suscripción del mismo y la liquidación representa en sí mismo un periodo de riesgo, debido a la volatilidad del tipo de cambio en la moneda en la que se esté realizando el contrato.

Consumo

El consumo es una acción o el acto de adquirir un bien o un servicio disponible en la sociedad para satisfacer un deseo o una necesidad, presentes o futuras y es la etapa final o el último proceso económico.

El rol de consumidor puede ser realizado por una persona natural, una organización, una empresa o el mismo Estado.

La palabra consumo proviene del latín “cosumere” que significa gastar.

En la actualidad se promueve siempre el consumo responsable, mediante el cual se busca reducir el impacto ambiental que se tiene por la sobreproducción de bienes, pero se debe conocer también los otros tipos de consumos que existen, como son: el consumo racional, el consumo compulsivo, el consumo sugestionado, el consumo sostenible, el consumo indiferente, el consumo experimental, entre otros muchos.

Otros autores proponen clasificaciones más teóricas como lo son: el consumo del capital fijo, el consumo del gobierno, el consumo fijo y el consumo público.

II. Planteamiento del problema.

2.1. Descripción de la realidad problemática

El cambiante mundo de las divisas y formas de pago facilita cada vez más la forma de comerciar bienes y servicios, haciendo posible en la actualidad que el dinero ya

no sea solo en efectivo sino virtual facilitando de esta manera la forma de transacción, trayendo una serie de beneficios como, por ejemplo: rapidez de compra, seguridad a la hora de pagar, evitar recibir monedas o billetes falsos, etc. En el Perú esta forma de pago viene dándose desde aproximadamente desde el 2005 en el que se introdujo los Terminales de Puntos de Venta que permitían hacer el uso de dinero electrónico por medio de tarjetas de crédito o débito en todo tipo de negocios, como, por ejemplo: restaurantes, hoteles, gimnasios, supermercados, farmacias, etc. Esta forma de pago va quedando obsoleta con el surgimiento de plataformas de pago cada vez más innovadoras que se utilizan por medio de celulares inteligente.

Debido al Covid-19 la mayoría de empresas ha optado por evitar el pago con efectivo para evitar la propagación del coronavirus utilizando cada vez con más regularidad medios de pago como Yape, Tunki, transferencias bancarias e interbancarias; cabe destacar que la posibilidad de utilizar estos aplicativos es gracias a los bancos que vienen utilizando esta tendencia desde hace ya algunos años que se ha generalizado debido al contexto del Covid-19.

Uno de los principales problemas de estos aplicativos son la falta de capacitación que tienen las personas adultas mayores para poder adaptarse a esta nueva tecnología que podría representar un incentivo de compra para sus negocios a los ojos de los compradores puesto que los consumidores de una edad entre 18 a 35 años utilizan esta forma de pago de manera regular; en ese sentido, las personas adultas se ven apoyados por familiares más jóvenes que tienen facilidad para el uso de estas plataformas.

El estudio comprenderá la manera de influencia de esta forma de pago en el los ingresos de las Micro y Pequeñas Empresas de la Provincia de Pisco de manera que se investigara si la implementación o uso de esta forma de pago ha influenciado en los ingresos de este sector.

2.2. Formulación del problema

2.2.1. Problema General:

¿Cómo influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco?

2.2.2. Problemas Específicos:

- Problema Especifico 1:

¿De qué manera influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco?

- Problema Especifico 2:

¿Cómo impacta la producción en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco?

2.3. Delimitación del Problema

A. Delimitación Espacial.

La delimitación espacial del trabajo de investigación se ubicó en la Provincia de Pisco.

B. Delimitación Temporal.

La delimitación temporal del estudio se concentra en el periodo 2020-2021.

2.4. Justificación e importancia de la investigación

2.4.1. Justificación

El trabajo de investigación estudia la influencia de los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco, utilizando una metodología que cumple con las exigencias científicas para brindar un resultado que permite conocer sobre esta nueva tendencia como forma de pago.

2.4.2. Importancia

La importancia del trabajo de investigación consiste en estudiar una realidad que se ha generado por factores impredecibles como lo es el COVID-19 y que ha obligado a los pequeños negocios a adaptarse a esta nueva realidad.

2.5. Objetivos

2.5.1. Objetivo General:

- Identificar como influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco.

2.5.2. Objetivos Específicos:

- Objetivo Especifico 1:

Analizar de qué manera influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco.

- Objetivo Especifico 2:

Analizar el impacto de la producción en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco.

2.6. Hipótesis de la investigación

2.6.1. Hipótesis General:

Los medios de pago electrónicos influyen de manera relevante en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco.

2.6.2. Hipótesis Específicas:

- Hipótesis Especifica 1:

Los medios de pago electrónicos influyen directamente en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco.

- Hipótesis Específica 2:

La producción impacta significativamente en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco.

2.7. Variables de la investigación

2.7.1. Identificación de las variables

- Variable Independiente (x)

Medios de pago electrónicos

- Variable Dependiente (y)

Ingresos.

2.7.2. Operacionalización de las variables.

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES
V1. Variable Independiente: Medios de pago electrónicos	Es un sistema o plataforma que realiza la transferencia de dinero entre comprador y vendedor en una compra-venta electrónica.	A) Tecnología	I. Innovación
			II. Plataformas
			III. Riesgo de transacción
V2. Variable Dependiente: Ingresos	Es la cantidad de dinero ganada o recaudada, de igual manera, es el importe de la venta de bienes y la prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos.	B) Producción	I. Rubro comercial
			II. Mano de obra calificada
			III. Consumo

III. Estrategia metodológica

3.1. Tipo y diseño de Investigación

- Tipo de Investigación

El tipo de investigación es Básica ya que “no tiene propósitos aplicativos inmediatos, pues solo busca ampliar y profundizar el caudal de conocimientos científicos existentes acerca de la realidad”, información según Sergio Carrasco Diaz (2005). Así mismo la investigación es de tipo Transversal por qué refiere que “los diseños de investigación transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Su estudio sólo recolectará, analizará datos en un periodo de tiempo específico”, información según Hernández, Fernández y Baptista (2003).

- Diseño de Investigación

El diseño de investigación es descriptivo porque se “describe situaciones y eventos, es decir como son y cómo se comportan determinados fenómenos. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier fenómeno que sea sometido a análisis” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2003).

3.2. Población y muestra.

Población

Estadísticas del Instituto Nacional de Estadística e Informática, trabajos de investigación relacionados al tema investigado, sitios web, artículos científicos y toda información de carácter científica relevante que sirva como base de datos.

Muestra

La muestra de estudio serán documentos y toda información relacionada al tema; de igual manera se encuestará a expertos en el tema.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de la información

3.3.1. Técnicas de recolección de datos.

Revisión de la literatura o sistematización bibliográfica.

3.3.2. Instrumentos de recolección de la información

Encuesta online realizada mediante el aplicativo Microsoft Forms.

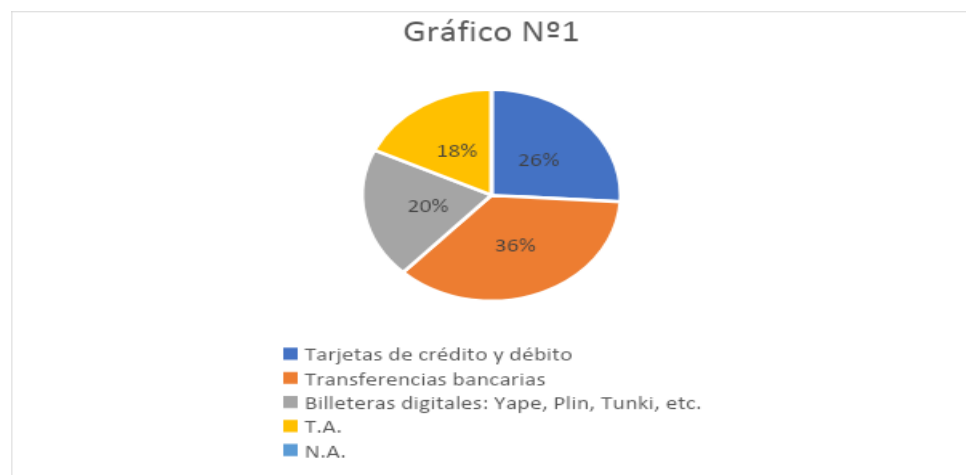
IV. Resultados.

4.1. Presentación e interpretación de resultados.

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo identificar cómo influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco, y de esta manera se plantean además dos objetivos específicos las cuales vienen a ser: analizar de qué manera influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco; el segundo objetivo específico consiste en analizar el impacto de la producción en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco. Para la obtención de resultados y el análisis que se llevó a cabo una encuesta. Cabe resaltar que el número de encuestados es 50 empresarios con Mypes en la Provincia de Pisco

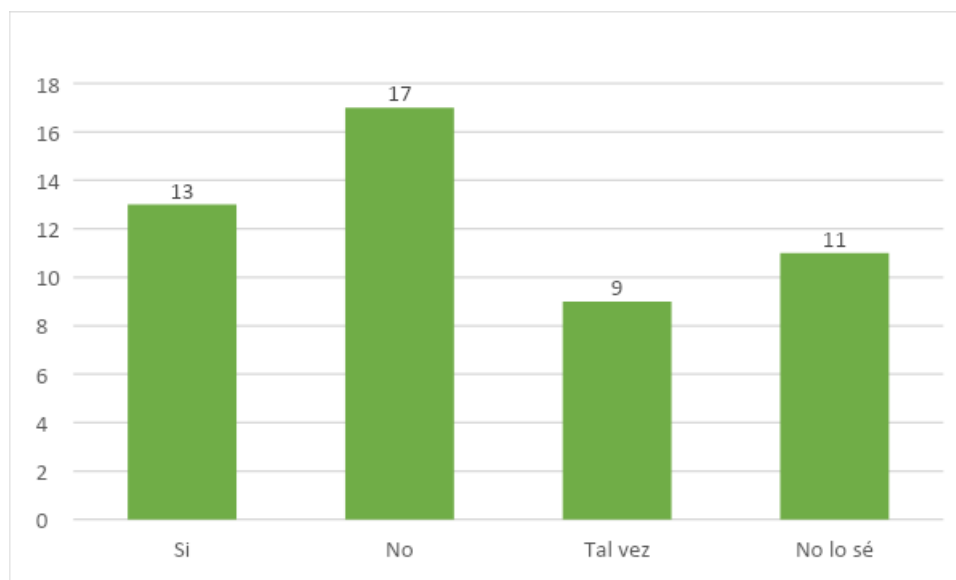
De la encuesta realizada, se tiene que la primera pregunta realizada a los encuestados fue cuáles son los métodos de pago electrónicos con los que su empresa trabaja, para que puedan responder debieron elegir entre estas cinco categorías: tarjetas de crédito y débito, transferencias bancarias, billeteras digitales, todas las anteriores o ninguna de las anteriores. Se observan las respuestas a esta pregunta en el Gráfico N°01.

Pregunta 01



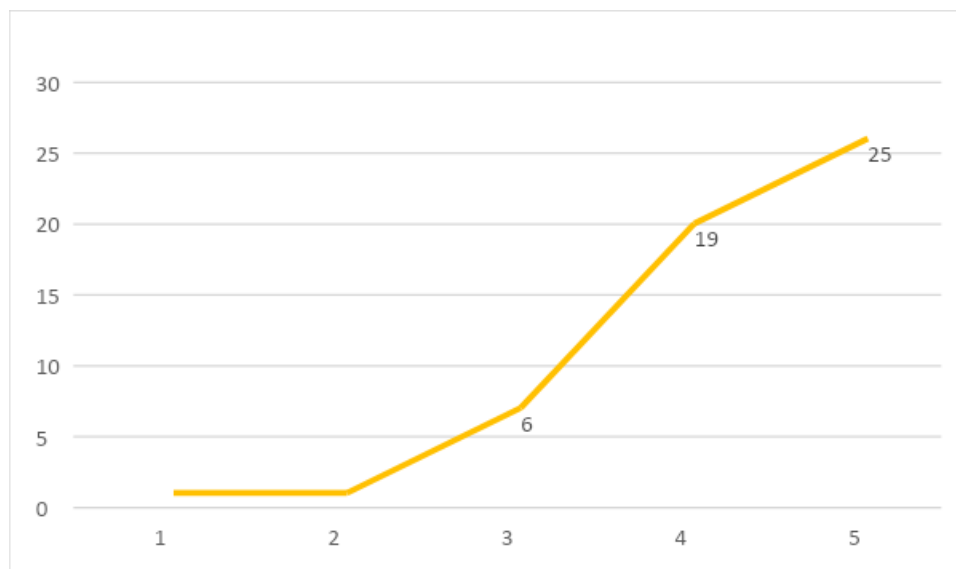
Se tiene que, del total de la muestra, las respuestas han ocupado solo cuatro de las cinco categorías en donde 18 individuos encuestados eligieron transferencias bancarias. Le sigue la opción de tarjetas de crédito y débito con una aceptación de 13 personas encuestadas. Del mismo modo, alrededor de 10 personas encuestadas opinan que las tres primeras opciones son métodos de pago con los que trabaja su empresa. Por su parte, en la última categoría y con ningún individuo está la opción de ninguno de los anteriores.

Como segunda pregunta, se pidió a los encuestados que consideren la empresa en donde trabajan o dirigen para responder a la siguiente pregunta: ¿se utilizaban medios de pagos electrónicos antes de la pandemia? De modo que, las respuestas se pueden visualizar en el Gráfico N°02.



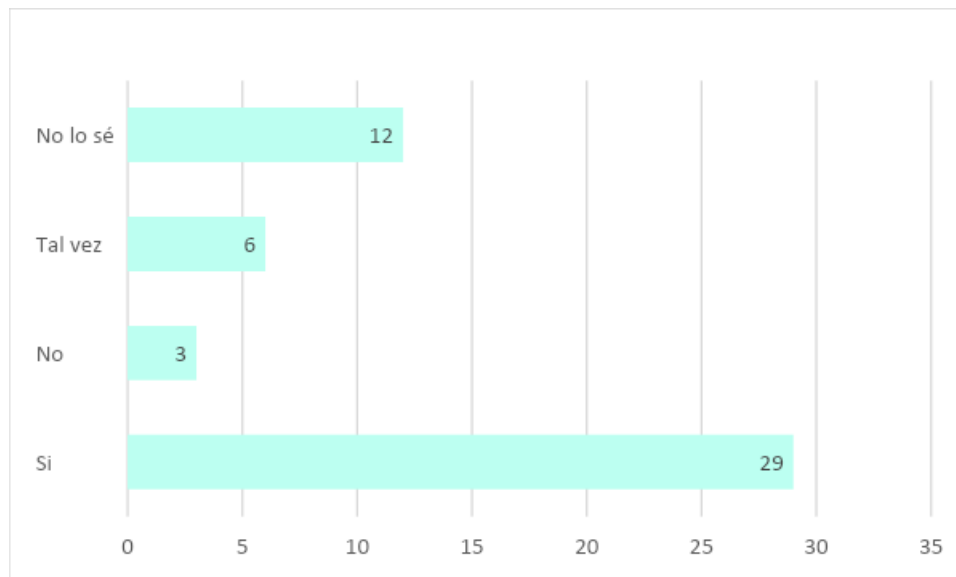
En esta figura se tiene que las 17 personas de las encuestadas mencionan que la empresa en donde trabajan o dirigen no utilizaba medios de pagos electrónicos antes de la pandemia. A este número le siguen 13 individuos de la muestra que informan que la empresa en donde trabajan o dirigen sí utilizaba medios de pagos electrónicos antes de la crisis sanitaria de la Covid-19. En cambio, hasta el momento aproximadamente 11 personas mencionan que no saben si la empresa en donde trabajan utilizaba o no utilizaba medios de pagos electrónicos; y solo 9 individuos opinan que tal vez la empresa utilizaba medios de pagos electrónicos.

Para la tercera pregunta, se les pidió a los encuestados que respondan considerando la escala del 1 al 5 donde 5 es el nivel más alto que denota muy importante y 1 el nivel más bajo que significa no importante. La pregunta fue la siguiente: ¿cuán importante considera que fue la implementación de los medios de pagos electrónicos en su empresa? y sus resultados se evidencian en el Gráfico N°03.



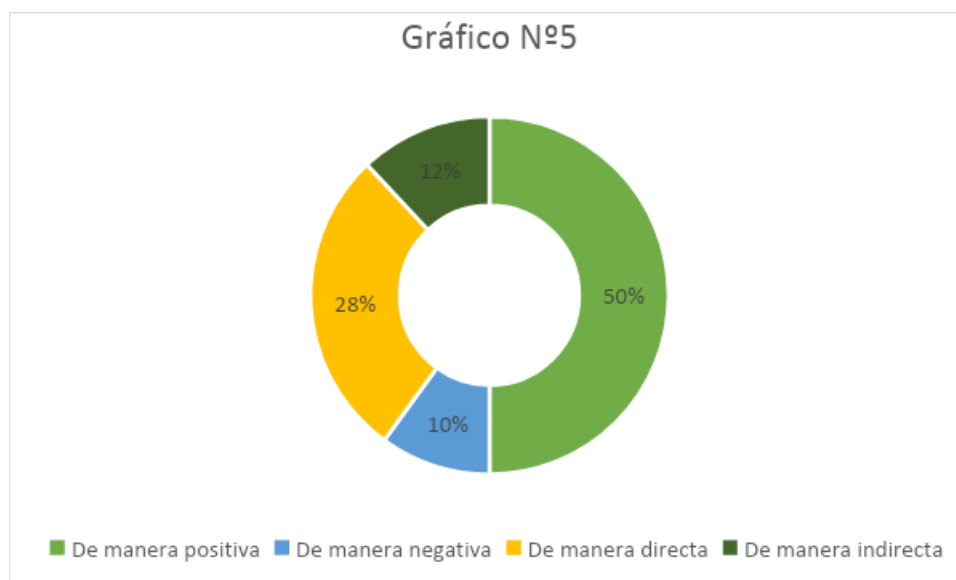
Se observa que la mayoría de los encuestados han respondido la opción del número cuatro y cinco, y ningún individuo eligió las opciones 1 y 2. En este sentido, 25 personas encuestadas consideran que la implementación de los medios de pagos electrónicos fue muy importante en su empresa. Por su parte, 19 personas encuestadas también opinan que la implementación fue relevante para su empresa. Asimismo, aproximadamente 6 individuos si bien consideran que los medios de pagos electrónicos son clave no le dan tanta valoración.

Como cuarta pregunta se preguntó a los encuestados lo siguiente: ¿considera usted que la implementación de medios de pagos digitales ha aumentado los niveles de consumo de la población? Respecto a esta pregunta, las respuestas de los encuestados se observan en el Gráfico N°04.



Se observa que 29 individuos que representan el 58% del total de encuestados respondieron que los medios de pagos digitales aumentan los niveles de consumo de la población. Por su parte, alrededor de 12 individuos; es decir, el 24% de la muestra no saben si existe una relación entre los medios de pagos digitales y los niveles de consumo. Del mismo modo, 6 individuos consideran que quizás exista una relación entre ambas variables; y por lo menos 3 de la muestra opinan que los medios de pagos electrónicos y los niveles de consumo no presentan relación.

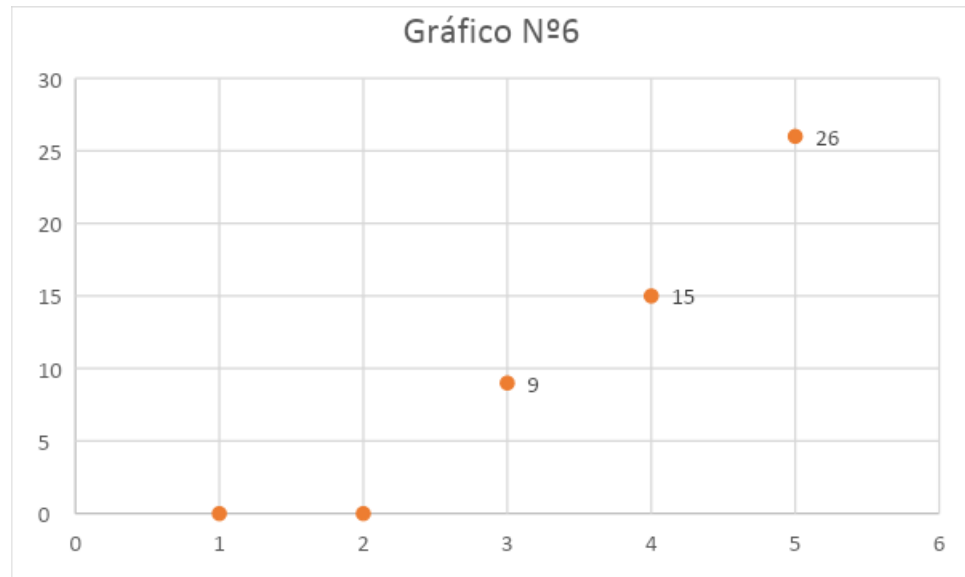
Para responder la quinta pregunta se pidió a los encuestados que tengan en cuenta cuatro categorías: de manera positiva, de manera negativa, de manera directa y de manera indirecta. La pregunta fue ¿cómo considera usted que influyen los medios de pagos electrónicos en las Mypes de la Provincia de Pisco? Las respuestas se evidencian en la figura 5.



Se evidencia que, de un total de 50 encuestados, alrededor de 25 individuos que en realidad representan el 4% de los encuestados respondieron que los medios de pagos electrónicos influyen de manera positiva sobre la Mypes de la Provincia de Pisco. Por otro lado, el 28% de las personas encuestados que son aproximadamente 14 individuos opinan que la relación es de manera directa. Por su parte, la tercera categoría con mayor aceptación es la de manera indirecta con 6 individuos que equivalen al 12% de encuestados. Evidentemente, lo restante que es igual al 10% con 5 individuos que optaron por considerar que los medios de pagos electrónicos influyen de manera negativa sobre la Mypes de la región.

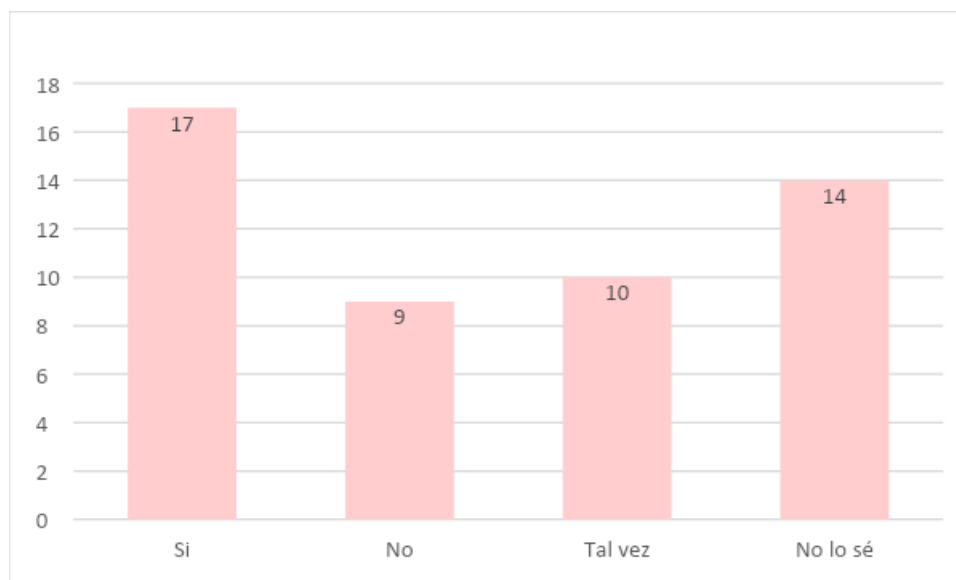
La sexta pregunta que se realizó a los individuos encuestados fue que considerando la escala del 1 al 5, ¿cuánto considera usted que influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco? Las respuestas se encuentran en el scatter de la figura 6

Pregunta 06



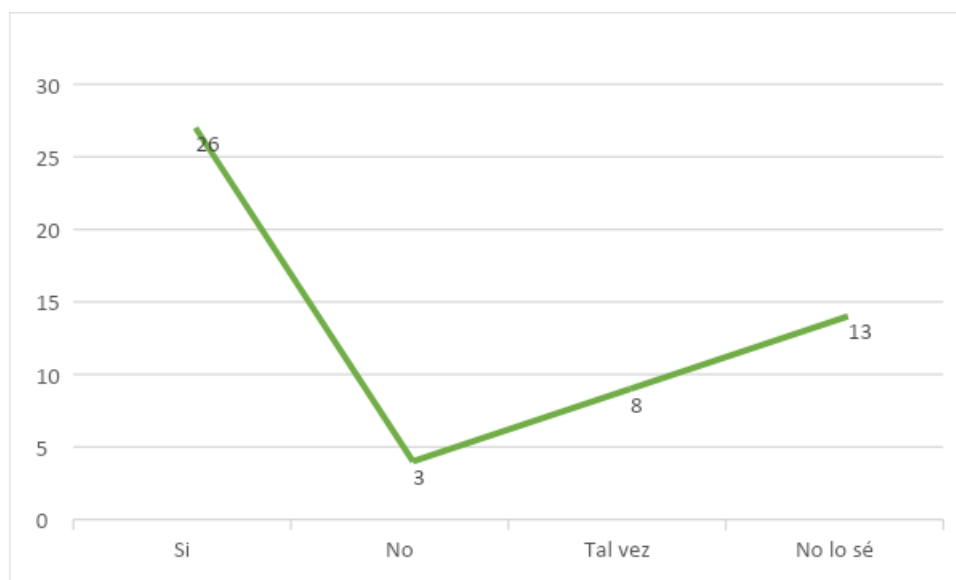
En aumento empezando con la pequeña subida de 9 individuos que eligieron la opción 3. La segunda mayor es la opción que representa al número cuatro con 15 individuos. Por lo que la mayoría de los encuestados consideran que los medios de pago electrónicos influyen en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco ya que 26 individuos optaron por el número 5.

Como séptima pregunta, se pidió a los encuestados que respondan con Si, No, Tal vez o No lo sé a la siguiente pregunta: ¿considera que su personal se encuentra capacitado para el manejo de dispositivos de pagos o cobros electrónicos? Las respuestas de los 50 encuestados se visualizarán en el siguiente Gráfico N°07.



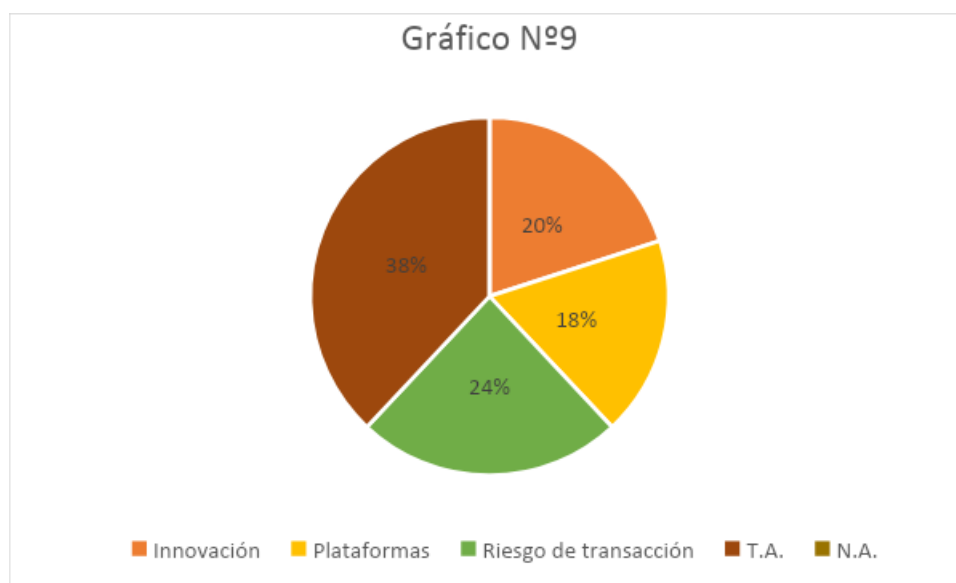
Si bien es cierto que en la actualidad las empresas ofrecen más capacitaciones a sus empleados, esto no ocurre en todas las empresas de la Provincia de Pisco. Por este motivo, se tiene que del total de personas encuestadas solamente 15 individuos opinan que el personal de las empresas se encuentra correctamente capacitados respecto a los medios de pagos o cobros electrónicos; frente a 14 personas que no saben si están o no capacitados. Del mismo modo, alrededor de 10 individuos optaron tal vez los empleados se encuentran capacitados y alrededor de 9 decidieron que, en realidad, los individuos no están capacitados.

Como octava pregunta, se preguntó a los encuestados lo siguiente: ¿considera que una mano de obra calificada influye de manera positiva en el aumento de su producción y por ende en un aumento de los ingresos percibidos de las empresas de la Provincia de Pisco? Los resultados se encuentran expresados en el Gráfico N°08.



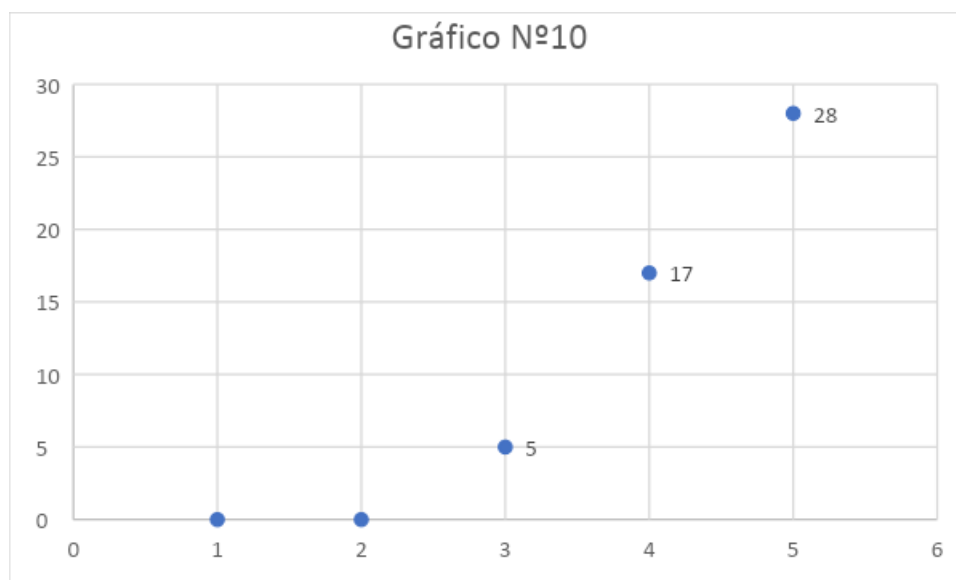
Se tiene que el 52% de las personas encuestadas consideran que la mano de obra calificada sí influye de manera positiva en el aumento de su producción y de los ingresos percibidos por las empresas de la Provincia de Pisco; frente a un 6% que opina lo contrario. Por su parte, aproximadamente 26% de total de la muestra opina que no sabe si existen dichos efectos; y el 16% restante considera que hay una probabilidad que la mano de obra calificada impacte en la producción y los ingresos.

Como novena pregunta se preguntó a los encuestados lo siguiente: ¿cuál de estos indicadores considera que incentivan el pago a través de medios electrónicos? Respecto a esta pregunta, se le presentó a los encuestados cinco opciones: innovación, plataformas, riesgo de transacción, T.A. y N.A. de donde uno de estos medios no obtuvo porcentaje. Las respuestas se observan en la figura 9.



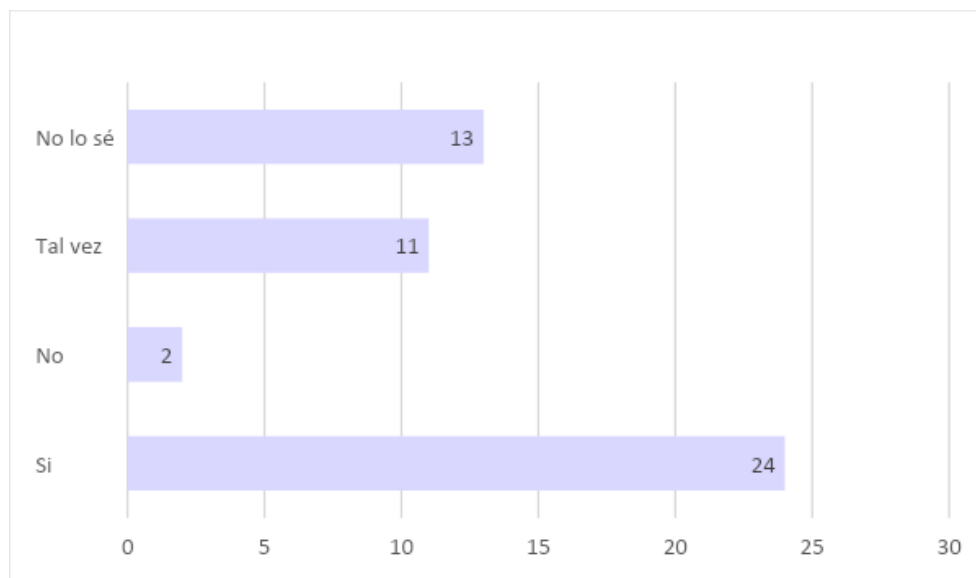
Se observa que 19 individuos que representan el 38% del total respondieron que todos los anteriores; es decir, que los indicadores presentados sin excepción incentivan el pago a través de medios electrónicos. Este medio es seguido por el riesgo de transacción y la innovación con el 24% y 20%, respectivamente. De manera que, en el último escalón se encuentra las plataformas con un porcentaje de 18% de aceptación es igual a 9 personas encuestadas que optaron por ese indicador.

Para la décima pregunta, se les pidió a los encuestados que respondan considerando la escala del 1 al 5 en nivel de relevancia. La pregunta fue la siguiente: ¿cuán importante cree usted que fue la implementación de medio de pago electrónicos para los ingresos de las empresas de la Provincia de Pisco? y sus resultados están presentados en la figura 10.



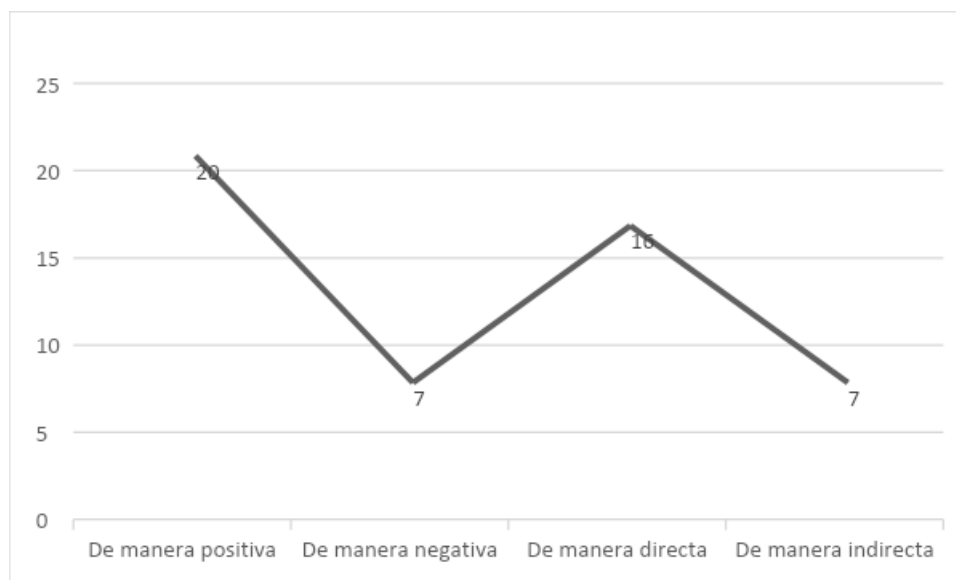
El presente gráfico muestra que 28 individuos encuestados consideran que es muy importante la implementación de medio de pago electrónicos para los ingresos de las empresas de la Provincia de Pisco. Asimismo, alrededor de 17 personas también lo consideran clave. A esta cifra le siguen 5 personas que tienen una opinión intermedia sobre este aspecto considerándolo medianamente importante.

Como onceava pregunta, se pidió a los encuestados que en base a la experiencia que tienen trabajando o dirigiendo las empresas, respondan la siguiente pregunta: ¿considera usted que los medios de pago electrónicos contribuyen en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco? De modo que, las respuestas se pueden visualizar en el Gráfico N°11.



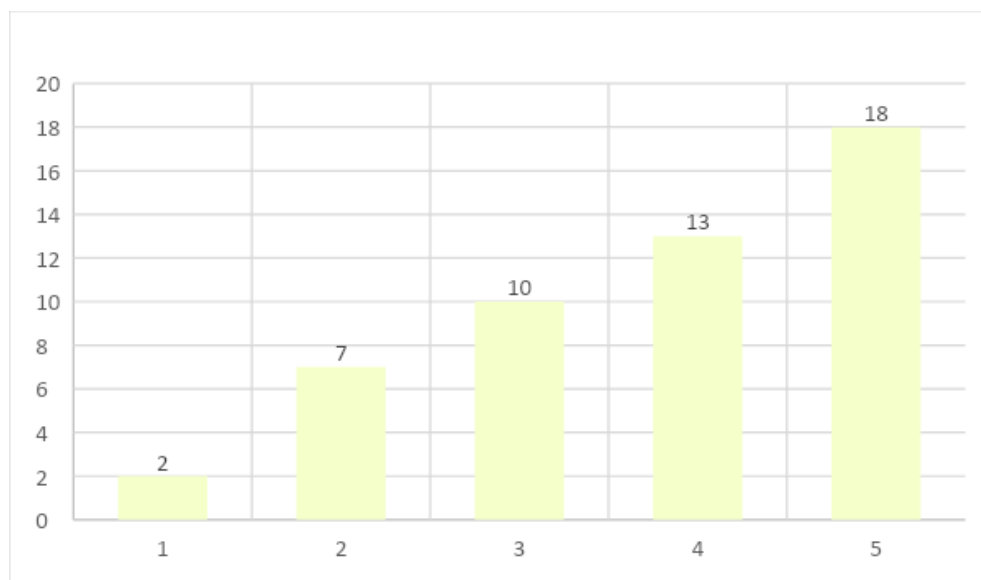
Se tiene que del total de personas encuestadas solamente 24 individuos que representan el 48% de la muestra consideran que los medios de pago electrónicos contribuyen en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco. Frente al 26% de personas encuestados que opinan que no saben y al 22% de los encuestados que opinan que quizás los medios de pago electrónicos son beneficiosos para tecnología de las Mypes en la región. Asimismo, solo 2 individuos que es equivalente al 4% de la muestra afirma que los medios de pago electrónico no influyen positivamente la tecnología de las Mypes.

Como doceava pregunta, se pidió a los encuestados que respondan lo siguiente: ¿de qué manera considera usted que influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco? Obteniendo los resultados en la figura 12.



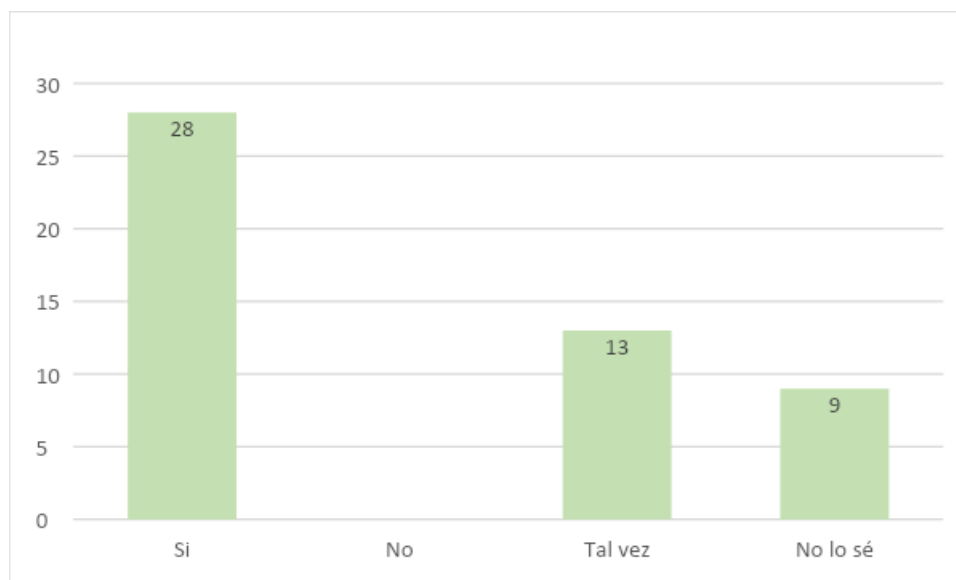
Se tiene que, de un total de 50 encuestados, todas las respuestas de los encuestados son englobadas en cuatro categorías. Por un lado, alrededor 20 personas encuestadas respondieron que los medios de pago electrónicos influyen de manera positiva en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco. Esta cifra fue seguida por la cantidad de 16 individuos que en base a su reflexión afirman que los medios de pago electrónicos impactan de manera directa sobre la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco. En la última preferencia se produce un empate en donde 7 personas encuestadas que juntas representan el 28% de la muestra decidieron que los medios de pago electrónicos impactan de manera negativa e indirecta sobre la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco.

Como treceava pregunta, se preguntó a los encuestados lo siguiente: del 1 al 5, ¿cuánto considera usted que influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco? Obteniendo los resultados en la figura 13.



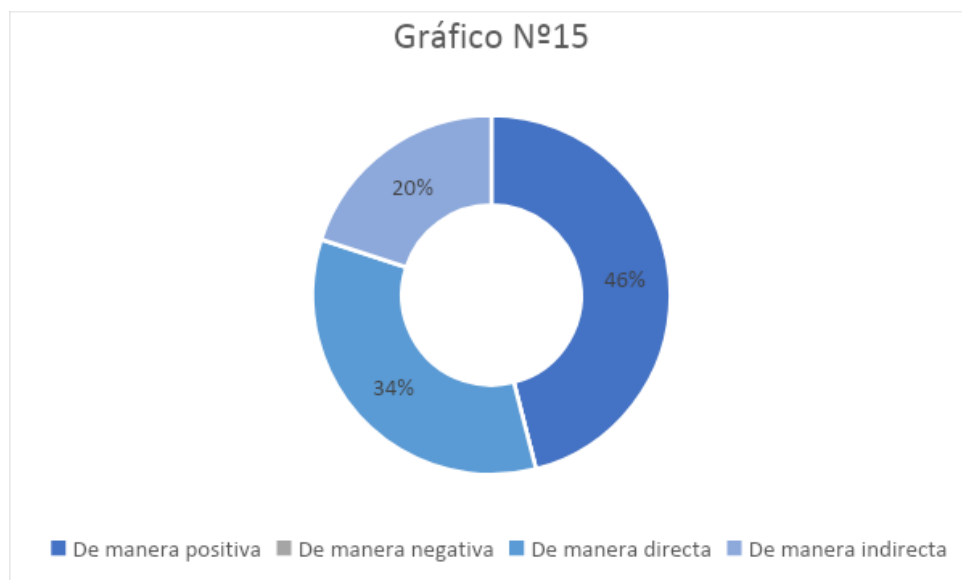
La figura muestra que 18 de los individuos encuestados consideran que los medios de pago electrónicos son muy importantes para mejorar la tecnología de las Mypes de la Provincia de Ica. Asimismo, alrededor de 13 personas que en realidad son 26% del total también lo consideran clave. A esta cifra le siguen 10 personas que tienen una opinión intermedia sobre este aspecto. No obstante, 7 personas optaron por el número dos y 2 por el número 1, lo cual indica que estos 9 individuos no consideran que los medios de pago electrónicos son relevantes para mejorar la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco.

Como catorceava pregunta, se pidió a los encuestados que respondan con Si, No, Tal vez o No lo sé a la siguiente pregunta: ¿considera usted que la producción impacta significativamente en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco? Las respuestas de los 50 encuestados se visualizarán en la figura 14.



Se observa que aproximadamente 28 individuos respondieron que sí creen que la producción impacta significativamente en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco. Por lo que, el 44% restante de la población respondieron tal vez y no lo sé. Específicamente, el 26% de las personas respondieron que tal vez la producción influya sobre los ingresos de las Mypes, frente a un 18% de individuos que no lo saben.

Finalmente, para la quinceava pregunta, se les pidió a los encuestados que respondan la siguiente pregunta: ¿cómo considera que intervienen los pagos electrónicos en las tecnologías que usan las Mypes de la Provincia de Pisco? Las respuestas a esta pregunta se observan en la figura 15.



Se tiene que alrededor 23 personas encuestadas que equivalen el 46% del total respondieron que los pagos electrónicos intervienen de forma positiva en las tecnologías que usan las Mypes de la Provincia de Pisco. Esta cifra fue seguida por la cantidad de 17 individuos que representan el 34%, los cuales afirman que los que los pagos electrónicos influyen de manera directa sobre las tecnologías que usan las Mypes de la Provincia de Pisco. La última categoría fue la de manera indirecta en donde 10 personas encuestadas que representan el 20% de la muestra optaron por esta opción.

V. Discusión, conclusiones y recomendaciones.

5.1. Discusión de los resultados.

Considerando que el problema general está vinculado con la influencia de los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco, el análisis que se hizo y los resultados que se obtuvieron a través de la encuesta se obtiene que un 50% opina que los medios de pago electrónico influyen en las Mypes de la Provincia de Pisco, un 28% menciona que afecta de manera directa y un 12% menciona que influye de manera indirecta, por lo que, en su mayoría se da una influencia, ya sea positiva, directa o indirecta, lo que nos indica que del total de encuestados la mayoría, exactamente un 90%, considera que los medios de pago electrónico tienen influencia en las Mypes de la provincia de Pisco. Y en cuanto a la influencia en los ingresos, 28 de los 50 encuestados califica a esta influencia como un grado 5, lo que representa a más del 50%, cabe resaltar además que ningún encuestado ubica a la influencia de los medios de pago electrónico como un medio que no influye en o tenga un nivel bajo de influencia en los ingresos de las empresas. Una de las maneras de ver la influencia en los ingresos es a través de las ventas que se realiza como empresa y esto se mide también a través del aumento de la producción. Los resultados que se obtuvieron en la encuesta realizada, concuerdan con lo planteado por Rodríguez et al., (2020), quienes mencionan que hacer uso de medios de pago electrónico o entrar en el mundo del electrónico implica que se cambien modelos tradicionales de venta, lo que obliga a los especialistas a entrar en una nueva era del comercio donde se mejora y se agiliza los procesos de venta, de manera que el mercado para una empresa pueda crecer, y por ende sus ingresos.

Por otro lado, existen varias maneras de poder hacer un pago electrónico, como es el caso de uso de tarjeta de crédito, o a través de transferencias bancarios, o a través de billeteras digitales. En este sentido, la encuesta realizada a los empresarios, muestra que todos tienen implementado algún medio de pago electrónico; así, se tiene a un 36% que genera sus ingresos a través de transferencias bancarias, un 26% que lo hace a través de tarjetas de crédito o débito, un 20% que usa billeteras digitales como Yape, Plin, Tunki, etc., y un 18% que usa todas las modalidades planteadas. Este resultado refleja la importancia que tienen los medios de pago electrónico al momento de registrar los ingresos de una empresa, de manera que la implementación de estos medios de pago electrónicos ha ido en aumento y resulta relevante en las Mypes. La importancia de los medios de pago electrónico fue

consolidada por la digitalización acelerada que ocasionó la pandemia, por lo que muchas empresas se vieron obligados a implementar medios de pago electrónico. A medida de dato se tiene por ejemplo que el uso de billeteras digitales en el 2020, se incrementó en un 75%, pasando de 48 millones a 84 millones de operaciones, entre las billeteras más importantes se encuentran Plin y Yape. (BBVA 2020). Debido a esto resulta muy importante que una empresa o una Mype implemente medios de pago electrónico.

5.2. Conclusiones.

1. Como primera conclusión que se puede tener en base al análisis realizado, es que, los medios de pago electrónicos impactan de manera positiva y de forma directa en los ingresos de las Mypes de la provincia de Pisco; por lo que en términos generales tuvo una influencia relevante dado que el 90% de los encuestados consideran que tiene algún tipo de influencia en los ingresos de una Mype.
2. Por otro lado, podemos concluir también la innovación y el uso de los medios de pago electrónico es relevante para el crecimiento de una empresa y que resulta crucial la implementación de esta; sobre todo en un contexto donde los medios digitales es una opción y una necesidad si se quiere crecer como empresa y expandir su mercado. De manera que el uso de tecnología a través de las plataformas que se usan para poder generar ventas y a la vez ingresos resulta muy importante e influye directamente en las Mypes de la provincia de Pisco.
3. Finalmente, podemos concluir, que las Mypes se vieron obligadas o inmersas en una implementación del uso de los medios de pago debido a la pandemia ocasionada por la COVID-19, ya que esto obligo a una digitalización acelerada que implico que tanto compradores como vendedores o empresarios se adapten a la ya implantada tecnología pero que se volvió una necesidad en la coyuntura vivida.

5.3. Recomendaciones.

1. La importancia que tienen los medios de pago electrónicos en el comercio electrónico o en una empresa tradicional, es importante que los dueños de la empresa, o como empresa en general se adapte a una nueva forma de generar ingresos que es a través de medios digitales. De manera que la implementación de estos medios de pago son sinónimo de crecimiento y ampliación de mercados. En este sentido, se recomienda a las Mypes que en un inicio implementen los medios de pago electrónico, y que implementen nuevos medios de pago electrónico, ya que de esta manera se amplía el mercado en el que opera y la empresa tiene más opciones de crecimiento.
2. Como segunda recomendación que se da, es que haya capacitaciones al personal de las empresas, ya que hacer una implementación de medios de pago electrónico implica también que haya mano de obra calificada, que ayude de una u otra manera al usuario para que se pueda concretar las ventas o los ingresos que tenga la empresa. Por otro lado, al tener implementado los medios de pago electrónico se necesita una mayor especialización en cuanto a softwares de manejo de ingresos, por lo que también se debe tener un personal calificado en esos temas.
3. Como tercera recomendación, es que se den capacitaciones o charlas a los usuarios sobre los beneficios que puede traer una implementación de los medios de pago electrónico, de manera que se dé una orientación a la reducción de riesgos de transacción al momento de una compra o del pago de un servicio.

VI. Referencias Bibliográficas.

- Amadeo, J. M. (2015). Pagos electrónicos en el mundo: el caso argentino. [Tesis, Universidad de San Andrés]. Recuperado de: <https://repositorio.udes.edu.ar/jspui/handle/10908/16150>
- Aya, D. y Cuervo, D. (2019). Análisis de las variables de los medios de pago electrónico en el desarrollo del e-commerce para los millennials en la ciudad de Bogotá. [Trabajo de investigación, Colegio de Estudios Superiores de Administración]. Recuperado de: <https://repository.cesa.edu.co/handle/10726/2239>
- Belisario, D. (2019). Percepción del dinero electrónico como medio de pago en las operaciones comerciales de las micro y pequeñas empresas registradas en el REMYPE de Arequipa metropolitana, 2016. [Tesis, Universidad Nacional de San Agustín]. Recuperado de: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8729>
- Calderón, M. et al. (2019). Factores que limitan la adopción de medios de pago electrónicos: caso bodegas tradicionales [Tesis, Universidad ESAN]. Recuperado de: <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1520>
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (2021). Reporte oficial de la industria Ecommerce en Perú: Impacto del Covid-19 en el comercio electrónico en Perú y perspectivas 2021. <https://www.capece.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>
- Cordoba, K. J. (2019). Determinantes del uso de medios de pago electrónicos en Bogotá D.C. [Tesis, Pontificia Universidad Javeriana]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/44913>.
- Cuartecabras, C. (2020). COVID-19, catalizador de los pagos electrónicos. [Artículo, KPMG Tendencias]. Recuperado de: <https://www.tendencias.kpmg.es/2020/04/covid-19-catalizador-de-los-pagos-electronicos/>.
- Chávez, J. et al. (2019). Factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana [Tesis, Universidad ESAN]. <https://hdl.handle.net/20.500.12640/1742>
- Encalada, V. et al. (2020). Billetera electrónica móvil: una alternativa de pago del sistema financiero ecuatoriano. *Contabilidad Y Negocios*, 15(30), 24-42. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202002.002>

Grassa, D. (2018). Análisis del dinero electrónico como medio de pago alternativo e instrumento para la Inclusión Financiera. [Tesis, Universidad Inca Garcilaso de la Vega]. Recuperado de: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/3264>

Huamán, M. y Huaman, R. (2019). Dinero electrónico como mecanismo de inclusión financiera de las Mypes de la provincia del Cusco - 2017 [Tesis, Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco]. <http://hdl.handle.net/20.500.12918/3476>

Jiménez, F. (2011). Crecimiento económico: enfoques y modelos. Pontificia Universidad Católica del Perú. Fondo Editorial. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/46611>

Pérez, C., & Pacheco, B. H. (2016). Beneficios potenciales de un incremento en el uso de los medios de pago electrónicos en Colombia. https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/2947/Repor_Abril_2016_Perez_y_Pacheco.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Pereyra, G. (2011). Desarrollo de los medios de pagos electrónicos: el caso particular de las tarjetas de pago, de débito y crédito. <https://www.colibri.udelar.edu.uy/jspui/bitstream/20.500.12008/539/1/M-CD4306.pdf>

Plasencia, E. (2015). Efecto de la producción en los ingresos de las Mypes Formales del sector calzado del Sector Río Seco del Distrito El Porvenir, Año 2015. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/514/plasencia_fe.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rivera, E. (2021). Comportamiento del consumidor colombiano en la ciudad de Bogotá en canales online y offline [Tesis de maestría, Universidad EAN]. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10882/10520>.

Rubio, J. et al. (2020). Evolución de los medios de pago del Ecuador en el contexto de pandemia COVID -19. [Investigación, Gestión de Riesgo de Sistemas de Pagos del Banco Central de Ecuador]. Recuperado de: <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/snp-estadistica-2.pdf>

Santiago, D. (2020). Incidencia del uso de dinero electrónico en la inclusión financiera de las familias y empresas en la ciudad de Huánuco, 2018. [Tesis, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Recuperado de: <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/5962>.

Seclén, K. y Torres, H. (2018). Implementación del sistema dinero electrónico y su impacto financiero en la empresa EDPYME Alternativa S.A., Chiclayo - 2017 [Tesis, Universidad Señor de Sipán]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/4522>

Tolentino, D. y Arrunategui, R. (2021). Estudio Cualitativo del UTAUT: Identificación de factores para la adopción de la aplicación de pagos móviles YAPE

en bodegas de distritos de Lima Metropolitana durante la pandemia por Covid-19 [Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Recuperado de: <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/20191>

Vela, C., y Villacorta, H. (2021). Nivel de conocimiento del dinero electrónico de los estudiantes de economía de la UNSM-T y su relación con la inclusión financiera, 2018. [Tesis, Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto]. Recuperado de: <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/4057?show=full>

VII. Anexos.

Anexo N° 01
Matriz de Consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>Problema General:</p> <p>¿Cómo influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco?</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Identificar cómo influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Los medios de pago electrónicos influyen de manera relevante en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco</p>	<p>V1. Variable Independiente:</p> <p>Medios de pago electrónicos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología 	<ul style="list-style-type: none"> • Innovación • Plataformas • Riesgo de transacción 	<p>Enfoque:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>Método de investigación:</p> <p>Encuesta-Cuestionario.</p> <p>Tipo de investigación:</p> <p>Descriptivo</p> <p>Diseño de investigación:</p> <p>Interpretativo</p>
<p>P1. Problema Específico:</p> <p>¿De qué manera influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco?</p>	<p>O1. Objetivos Específicos:</p> <p>Analizar de qué manera influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco</p>	<p>H1. Hipótesis Específico:</p> <p>Los medios de pago electrónicos influyen directamente en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco</p>				

<p>P2. Problema Específico:</p> <p>¿Cómo impacta la producción en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco?</p>	<p>O2. Objetivo Específico:</p> <p>Analizar el impacto de la producción en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco.</p>	<p>H2. Hipótesis Específico:</p> <p>La producción impacta significativamente en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco.</p>	<p>V2. Variable Dependiente:</p> <p>Ingresos</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Rubro comercial • Mano de obra calificada • Consumo 	
--	---	--	---	--	---	--

Anexo N° 02.

Encuesta

La presente encuesta tiene como objetivo: Identificar cómo influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco.

A continuación, se presentan 15 preguntas para ser valoradas de acuerdo con la propia experiencia y teniendo en cuenta que debe responder con sinceridad, recuerde que es una encuesta anónima.

1. ¿Cuáles son los métodos de pago electrónicos con los que su empresa trabaja?
 - Tarjetas de crédito y débito
 - Transferencias bancarias
 - Billeteras digitales: Yape, Plin, Tunki, etc.
 - T.A.
 - N.A.
2. En la empresa donde trabaja o dirige, ¿se utilizaban medios de pagos electrónicos antes de la pandemia?
 - Si
 - No
3. En una escala del 1 al 5 ¿Cuán importante considera que fue la implementación de los medios de pagos electrónicos en su empresa? Donde 1 es poco importante y 5 es muy importante

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. ¿Consideras que la implementación de medios de pagos digitales ha aumentado los niveles de consumo de la población?
 - Si
 - No
 - Tal vez
 - No lo se
5. ¿Cómo considera usted que influyen los medios de pagos electrónicos en las mypes de la Provincia de Pisco?
 - De manera positiva
 - De manera negativa
 - De manera relevante
 - No influye en nada

6. Del 1 al 5 ¿Cuánto considera usted que influyen los medios de pago electrónicos en los ingresos de las mypes de la Provincia de Pisco? Donde 5 es muy importante y 1 nada importante.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

7. ¿Considera que su personal se encuentra capacitado para el manejo de dispositivos de pagos o cobros electrónicos?

- Si
- No
- Tal vez
- No lo se

8. ¿Considera que una mano de obra calificada influye de manera positiva en el aumento de su producción y por ende en un aumento de los ingresos percibidos de las empresas de la Provincia de Pisco?

- Si
- No
- vez
- No lo se

9. ¿Cuál de estos indicadores considera que incentivan el pago a través de medios electrónicos?

Innovación

- Plataformas
- Riesgo de transacción
- T.A.
- N.A.

10. Del 1 al 5 ¿Cuán importante cree usted que fue la implementación de medio de pago electrónicos para los ingresos de las empresas de la Provincia de Pisco?

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

11. ¿Considera usted que los medios de pago electrónicos contribuyen en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco?

- Si
- No
- vez
- No lo se

12. ¿De qué manera considera usted que influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco?

- De manera directa
- De manera indirecta
- De manera positiva
- De manera negativa

13. Del 1 al 5, ¿Cuánto considera usted que influyen los medios de pago electrónicos en la mejora de la tecnología de las Mypes de la Provincia de Pisco? Donde 5 es alto y 1 es bajo.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

14. ¿Considera usted que la producción impacta significativamente en los ingresos de las Mypes de la Provincia de Pisco?

- Si
- No
- vez
- No lo se

15. ¿Cómo considera que intervienen los pagos electrónicos en las tecnologías que usan las Mypes de la provincia de Pisco?

- De manera directa
- De manera indirecta
- De manera positiva
- De manera negativa