

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE GESTIÓN Y ALTA DIRECCIÓN



**Análisis de los factores que influyen en la intención de uso de Fintechs
de Financiamiento Alternativo por parte de Pequeñas Empresas del
Sector de Servicios en Lima Metropolitana**

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller en Gestión
presentado por:

DOLORES VALVERDE, Andrey Santiago

Asesora: Mgr. Maria de Fatima Ponce Regalado

Lima, Enero del 2021

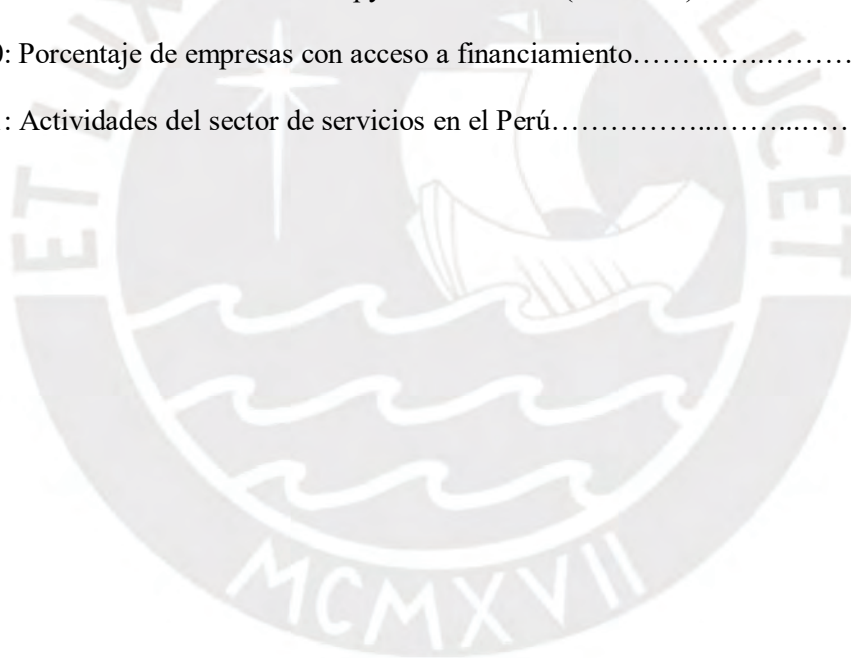
ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1. Planteamiento del Problema	2
2. Objetivos de la investigación.....	5
3. Justificación.....	6
4. Metodología.....	7
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	9
1. Servicio financieros tecnológicos (Fintech).....	9
1.1. Definición de las Fintech.....	9
1.2. Clasificación de Fintech.....	10
1.3. Beneficios de las Fintech.....	12
2. Teorías de Intención de uso	12
2.1. Definición de Intención de uso	13
2.2. Teoría de acción razonada (TRA).....	13
3. Teorías de Intención de uso de servicios tecnológicos	16
3.1. Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM).....	16
3.2. Teoría Unificada de la Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT)	21
4. Investigaciones empíricas sobre Intención de uso de servicios tecnológico financieros	22
4.1. Estudios empíricos basadas en el modelo TAM y modificaciones	23
5. Descripción de los principales factores que influyen la intención de uso de servicios financieros tecnológicos	25
5.1. Utilidad Percibida	26
5.2. Facilidad de uso percibida	26

5.3. Imagen de la Marca.....	27
5.4. Percepción de Riesgo	27
5.5. Innovación del Usuario	28
CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL	29
1. Fintech a nivel global	29
1.1. Desarrollo y Crecimiento a nivel mundial.....	29
1.2. Desarrollo y Crecimiento a nivel Latinoamérica	31
2. Fintech en el Perú.....	33
2.1. Sector Financiero en el Perú	33
2.2. Sector Bancario en el Perú.....	34
2.3. Ecosistema Fintech en el Perú	35
3. Fintech de Financiamiento Alternativo en el Perú	36
3.1. Fintech de Financiamiento	37
3.2. Demanda y Oferta de las Fintech de financiamiento en el Perú	38
4. Pequeñas Empresas del sector servicios en el Perú.....	39
4.1. Sector empresarial en el Perú.....	39
4.2. Micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú	40
4.3. Sector servicios en el Perú.....	41
5. Factores Contextuales que influyen en la intención de uso de Fintech deFinanciamiento..	43
5.1. Apoyo del gobierno.....	43
CONCLUSIONES	46
1. Ruta para futuras investigaciones	49
REFERENCIAS.....	50
Anexos.....	56

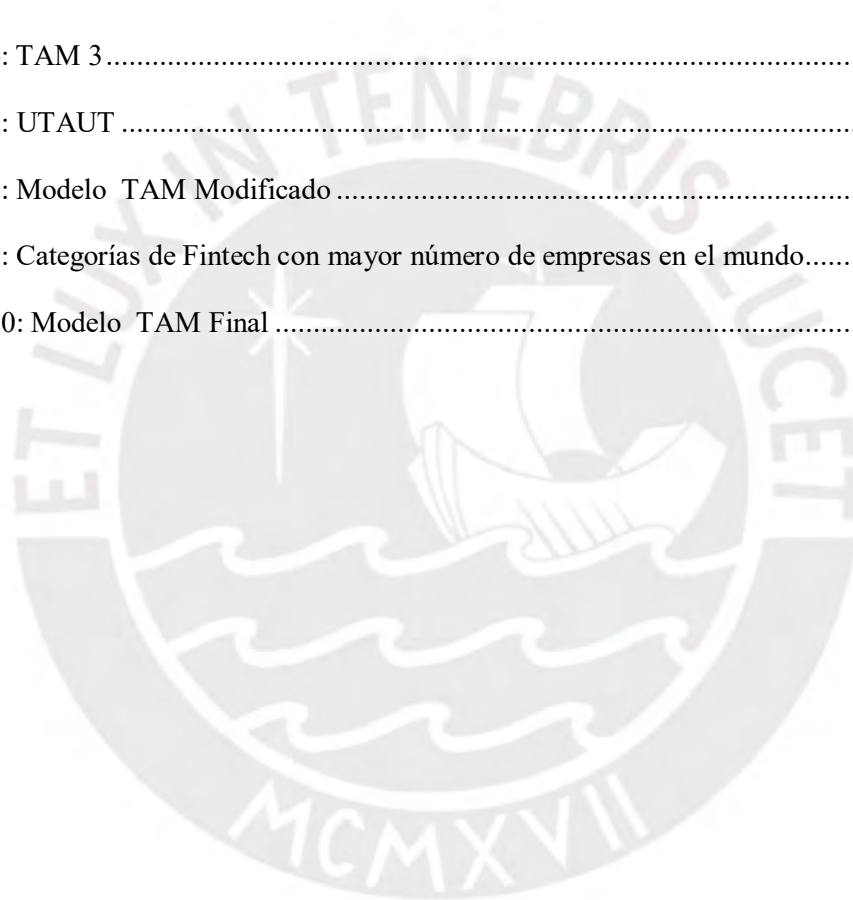
LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Clasificación de las Fintech.....	11
Tabla 1: Evolución del Modelo de Aceptación Tecnológica	21
Tabla 3: Concurrencia de factores en estudios presentados	25
Tabla 4: Fintechs en Latinoamérica.....	31
Tabla 5: Número de Fintechs por país en Latinoamérica.....	33
Tabla 6: Número de Fintechs por categoría.....	36
Tabla 7: Fintechs de financiamiento alternativo en el Perú.....	38
Tabla 8: Distribución del total de empresas en el Perú.....	39
Tabla 9: Crecimiento de número de mipymes en el Perú (2004-2018).....	40
Tabla 10: Porcentaje de empresas con acceso a financiamiento.....	41
Tabla 11: Actividades del sector de servicios en el Perú.....	42



LISTADO FIGURAS

Figura 1: Teoría de Acción Razonada.....	14
Figura 2: Teoría de Comportamiento Planificado.....	15
Figura 3: TAM 1 Inicial	17
Figura 4: TAM 1 Modificado	17
Figura 5: TAM 2.....	19
Figura 6: TAM 3.....	20
Figura 7: UTAUT	22
Figura 8: Modelo TAM Modificado	26
Figura 9: Categorías de Fintech con mayor número de empresas en el mundo.....	30
Figura 10: Modelo TAM Final	45



RESUMEN

La falta de acceso a financiamiento hacia las pymes en el Perú ha sido un problema continuo que dificulta el desarrollo de una parte importante de la economía peruana. Afortunadamente, gracias a las innovaciones en distintos ámbitos, se ha podido disminuir algunas de las brechas existentes. En el caso del sector financiero se ha observado como las Fintech han colaborado con la inclusión financiera y, en el caso específico de las pymes, las Fintech de financiamiento han representado una nueva opción a un sector antes desatendido de encontrar recursos que permitan contribuir con su crecimiento y desarrollo. En ese sentido, es importante conocer a mayor profundidad el sector Fintech y su relación con las pymes, para conocer que variables influyen en la intención de uso de Fintech de financiamiento por parte del sector pyme.

Sobre esta base, el presente trabajo tuvo como objetivo general determinar un modelo de referencia que permita encontrar los factores que influyen en la intención de uso de las Fintech de Financiamiento Alternativo en Lima Metropolitana por parte de pequeñas empresas del sector de servicios. Para el desarrollo del presente trabajo se revisó el marco teórico pertinente sobre el concepto Fintech y la intención de uso hacia este tipo de servicios. Se prestó particular atención en el modelo de aceptación tecnológica de Venkatesh y Davis (1996), el cual establece los factores básicos que influyen en la intención de uso de servicios tecnológicos son la utilidad percibida y la facilidad de uso. Igualmente, se realizó una revisión de la literatura empírica para poder encontrar otros factores que influyen en la intención de uso. Entre estos factores se resaltó a la percepción de riesgo, innovación del usuario y la imagen de marca.

Asimismo, se revisó el marco contextual de la investigación, donde se examinó el sector Fintech tanto a nivel global y local, así como el contexto del sector de pequeñas empresas en el Perú, haciendo énfasis en la falta de financiamiento existente. Luego, se identificaron factores contextuales que influyen en intención de uso de Fintech, dentro de los cuales encontramos el apoyo del gobierno y la velocidad del servicio. Finalmente, se encontró que el factor de innovación del usuario no influía en el contexto peruano.

En ese sentido, el modelo de referencia para el presente trabajo está compuesto por los factores de utilidad percibida, facilidad de uso percibida, percepción de riesgo, imagen de marca, apoyo del gobierno y la velocidad de servicio.

Palabras clave: Fintech, Intención de uso, Pequeñas empresas del sector de servicios

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tuvo como propósito determinar un modelo de referencia que permita encontrar los factores que influyen en la intención de uso de las Fintech de Financiamiento Alternativo en Lima Metropolitana por parte de pequeñas empresas del sector de servicios. En ese sentido, el presente estudio está organizado en cuatro capítulos que permiten profundizar los conceptos de intención de uso, Fintechs de financiamiento alternativo y las pequeñas empresas del sector servicios en Perú gracias a la revisión de literatura teórica, empírica y estudios contextuales.

El primer capítulo corresponde al planteamiento de la investigación, donde se aborda el problema de investigación, para lo cual se introduce de manera breve los conceptos teóricos y conceptuales básicos, así como el contexto de estudio. Además, se presenta el objetivo general y los objetivos específicos que guiaron el estudio realizado. Finalmente, se presenta la justificación de la investigación y la metodología a utilizada

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico, el cual permite conocer la literatura existente de los temas abordados en la investigación. El capítulo se divide en cuatro secciones y empieza con la revisión de la literatura del término Fintech, a fin de poder conocer conceptos relevantes del sector. Luego, se revisa la literatura teórica enfocada en la intención de uso y el impacto de la neurociencia en la toma de decisiones, para luego pasar a revisar las principales teorías de intención de uso de servicios tecnológicos. Finalmente, se usa la literatura empírica para poder examinar estudios sobre la intención de uso de servicios tecnológicos financieros e identificar el marco analítico adecuado para determinar los factores que influyen sobre el uso de este tipo de servicios de acuerdo a la literatura.

En el tercer capítulo se desarrolla el marco contextual de la investigación. En primer lugar, se aborda el sector Fintech a nivel global describiendo su desarrollo y crecimiento. Seguidamente se explica el sector Fintech peruano, para lo cual también se describe de manera breve el sector financiero peruano en general y con mayor detalle el sector de Fintechs de financiamiento en el Perú. Luego, se presentan los factores contextuales que influyen en la intención de uso de servicios Fintech de financiamiento y finalmente, se examina el perfil de las pequeñas empresas del sector servicios en Lima

Por último, en el cuarto capítulo se presenta las conclusiones finales encontradas en la presente investigación, así como recomendaciones a futuras investigaciones que usen como modelo de referencia el establecido en la presente investigación

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El primer capítulo de la investigación se divide en cuatro secciones y se centra en describir el planteamiento de la investigación. En la primera sección, se presenta el planteamiento del problema, el cual describe el problema de estudio. Para esto se introducen elementos teóricos y conceptuales básicos, para luego precisar el problema de investigación. En la segunda sección, se presentan los objetivos de investigación (general, teóricos específicos y específicos contextuales), que están orientados a determinar un modelo de referencia que permita encontrar los factores que influyen en la elección de servicios Fintech de financiamiento alternativo por parte de las pequeñas empresas en Lima Metropolitana del sector de servicios. En la tercera sección, se desarrolla la justificación del trabajo de investigación y finalmente, en la cuarta sección la metodología usada en la presente investigación.

1. Planteamiento del Problema

Esta sección desarrolla la problemática del estudio para lo cual se realiza una introducción del tema de investigación y su importancia en el contexto actual. Luego, se describe brevemente los conceptos del tema de investigación y se define las perspectivas teóricas revisadas y los conceptos en torno a dichas teorías. Asimismo, se presentan estudios empíricos que abordan dicho tema o temas conexos. Finalmente se describe la precisión del problema de investigación y el contexto de estudio.

1.1. Introducción del tema y de su importancia a nivel general

El sector financiero ha experimentado innovaciones y avances gracias al uso de nuevas tecnologías aplicadas en este sector, permitiendo una gama más amplia de productos y servicios. Esta unión entre la tecnología y las finanzas ha traído consigo el término Fintech, el cual se refiere a empresas que se encargan de brindar servicios financieros que hacen uso de tecnología para mejorar y automatizar el diseño y la entrega de estos servicios (Das & Das, 2020).

Esta innovación en el sector financiero ha traído numerosos beneficios pues permite que los consumidores, entre ellos, personas naturales y Pymes, puedan acceder a servicios financieros más convenientes y baratos. Asimismo, permite aumentar la productividad de los bancos pues gracias a la aplicación de la tecnología tienen menores costos de transacción, mayor eficiencia de capital y resiliencia operativa (Carney, 2017)

Por otro lado, este tipo de empresas han tenido un crecimiento significativo en los últimos años, llegando a tener una inversión global de 37.9 mil dólares al 2019 (KPMG, 2019). De acuerdo al último informe de inversiones en Fintech en América Latina, en el 2019 las inversiones en Fintech han crecido en un 180% con respecto al 2018, logrando alcanzar una inversión de 2,659 millones de dólares (Vodanovic Legal, 2019). De igual forma, en el caso peruano, se ha visto un crecimiento en cuanto al número de Fintech pues, de acuerdo a Javier Salinas, director del centro de Emprendimiento y de Innovación de la Universidad del Pacífico, al 2020 existen 151 Fintech en el Perú, lo cual representa un aumento de 16% a comparación con el 2019, cuando solo habían 130 Fintech (Rumbo Económico, 2020).

El crecimiento de las Fintech se ha dado tanto a nivel nacional como internacional y ha significado una nueva alternativa en el sector financiero gracias a los servicios innovadores que brinda.

1.2. Breve revisión de las perspectivas teóricas y conceptos principales relacionados con las Fintech

En la presente investigación se estudia a las Fintech, la intención de uso y los factores que influyen en la elección de estos servicios financieros por parte de las pequeñas empresas del sector de servicios en Lima metropolitana.

Las Fintech o tecnología financiera son un grupo de empresas que se encargan de brindar servicios financieros mediante medios digitales y que combinan modelos de negocio innovadores y la tecnología para brindar una gama amplia de productos y servicios financieros (Boone, 2020)

Por otro lado, en cuanto al modelo de decisión de compra y los factores que influyen en la elección de las Fintech se encuentra al Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) desarrollado por Davis (1989), conocido como modelo TAM básico, el cual busca explicar los factores determinantes que influyen en el comportamiento y la intención del consumidor en la adopción de tecnologías avanzadas. Propone 2 factores principales que buscan explicar la intención de los consumidores de adoptar nuevas tecnologías, los cuales son: Utilidad Percibida y la Facilidad de Uso Percibida. Este modelo ha sido actualizado por distintos autores, agregando nuevas variables, con el fin de lograr una mayor eficacia en la comprensión de la aceptación de los usuarios hacia las nuevas tecnologías.

El modelo TAM ha sido aplicado en distintas industrias o sectores tales como el

financiero, educación, retail, etc. En el caso del sector financiero, Van, Ngoc y Quang (2019) realizaron un estudio enfocado en encontrar los factores que afectan la intención de uso de servicios Fintech en Vietnam, para lo cual utilizaron el modelo TAM de Davis (1989). Sin embargo, el modelo fue modificado pues añadieron nuevos factores con el fin de mejorar la eficacia del modelo base. Los factores incorporados fueron: Percepción de Riesgo, Imagen de Marca y la Innovación del Usuario.

1.3. Breve revisión de estudios previos que abordan dicho tema o temas conexos

Las investigaciones relacionadas a las Fintech han ido en aumentando considerablemente en los últimos 5 años tanto a nivel internacional como nacional. Se han efectuado investigaciones en diversos países, como en Bélgica (Thakor, 2020), Malasia (Jin, Seong & Khin, 2018) y Colombia (Carballo & Dalle-Nogare, 2019). En la primera investigación mencionada, se describe los principales conceptos de las Fintech, su crecimiento, su clasificación y las tecnologías que utilizan para poder brindar su oferta de servicios financieros. Asimismo, se describe el impacto de las Fintech en el sector financiero, es decir, se contrasta las Fintech con los servicios que brinda el sector financiero como préstamos, pagos, entre otros. En la investigación de Malasia se analiza los factores de aceptación de servicios Fintech y su importancia en el contexto actual, para lo cual se emplea el modelo TAM, que propone dos variables (percepción de utilidad y percepción de facilidad de uso) para conocer la aceptación de las nuevas tecnologías en los consumidores. Finalmente, en la investigación de Colombia, se examina la relación entre las Fintech y la inclusión financiera, para lo cual se tuvo como casos de estudio el contexto de los países de México, Chile y Perú.

En el caso peruano, los estudios también han ido aumentando en los últimos años y dentro de estos se encuentran estudios enfocados en las Fintech desde la perspectiva de la inclusión financiera (Ames, 2018) y de la oferta (Palomino, Velásquez, Marcos & Seclen 2019). En la investigación sobre inclusión financiera se estudió la correlación entre los servicios Fintech y la inclusión financiera, es decir, se analizó si los servicios financieros de las Fintech ayudan a reducir la brecha en la inclusión financiera del Perú. Por otro lado, en el trabajo de Palomino et al, (2019), que trata sobre las Fintech visto desde la perspectiva de la oferta, se utilizó el modelo de innovación disruptiva para describir el crecimiento de las Fintech y su importancia en el sector financiero.

De igual forma, un estudio realizado en el Perú enfocado a los servicios de pago móvil (Chávez, Miranda, Quispe & Robles, 2019) desde la perspectiva de la demanda,

determinó los factores que influyen en la intención de uso de este tipo de servicios por parte de comercios minoristas.

1.4. Precisión del problema

Las Fintech han innovado el sector financiero pues han traído consigo una mayor variedad de productos y servicios financieros, y a su vez han logrado un mayor alcance haciendo posible que sectores desatendidos tengan acceso a estos servicios. Por ello, se hace necesario construir un perfil de cliente para las Fintech en el cual se describa las características más importantes sobre la percepción de los servicios que brindan estas empresas. En ese sentido, al no haber un estudio sobre los factores que influyen en la intención uso de las Fintech de financiamiento alternativo en Lima, se abre una oportunidad de estudio.

De igual forma, dado que en el Perú solo un 6% de las Mipymes accede al sistema financiero regulado (Produce, 2017), estudiar esta nueva alternativa de financiamiento, que puede ayudar a reducir esta brecha de financiamiento, resulta beneficioso para el desarrollo de esta industria.

Finalmente, las Fintech que operan en Lima Metropolitana se centran en los segmentos de pagos y transferencias, y financiamiento (Asociación Fintech Perú, 2020), por ello, la presente investigación se enfoca en encontrar los factores que influyen en la elección de las Fintech de financiamiento alternativo pues representa un segmento importante en el ecosistema Fintech.

1.5. Indicación del contexto del estudio

La presente investigación se enfoca en las pequeñas empresas del sector de servicios de Lima Metropolitana que hayan usado o conozcan sobre los servicios que brindan las Fintech., debido a que las Fintech del Perú y las pequeñas empresas del sector de servicios se encuentran principalmente en Lima Metropolitana. (Asociación Fintech Perú, 2020).

2. Objetivos de la investigación

Para entender el propósito de la presente investigación, se determinó un objetivo general y siete objetivos específicos que contribuyen con el desarrollo de este objetivo central.

2.1. Objetivo General

Determinar un modelo de referencia que permita encontrar los factores que

influyen en la intención de uso de las Fintech de Financiamiento Alternativo en Lima Metropolitana por parte de pequeñas empresas del sector de servicios

2.2. Objetivos Específicos Teóricos

1. Describir el concepto, categorías y beneficios de las Fintech
2. Examinar modelos teóricos y estudios empíricos enfocados en la intención de uso de servicios Fintech.
3. Identificar el modelo más adecuado sobre los factores que influyen en la intención de uso de Fintechs

2.3. Objetivos Específicos Contextuales

1. Describir el desarrollo y crecimiento de las Fintech a nivel mundial.
2. Describir el sector financiero peruano y sus características, en especial el ecosistema Fintech en Lima Metropolitana
3. Examinar la demanda y oferta de las Fintech de Financiamiento Alternativo en Lima Metropolitana
4. Examinar el contexto de las pequeñas empresas del sector de servicios en Lima Metropolitana e identificar la inclusión de factores contextuales en el modelo seleccionado

3. Justificación

La presente investigación plantea un modelo de referencia que permita encontrar los factores que influyen en la intención de uso de las Fintech de financiamiento alternativo por parte de las pequeñas empresas del sector de servicios en Lima Metropolitana; en ese sentido, esta investigación tiene relevancia teórica pues permite un mayor entendimiento del concepto Fintech, cómo este ha ido creciendo y de qué forma ha revolucionado el sistema financiero.

De igual forma, esta investigación da aportes a las ciencias de la gestión al presentar un marco analítico que permite estudiar la intención de uso de servicios financieros tecnológicos, para lo cual se ha revisado teoría relacionada a la intención de uso y se han examinado estudios empíricos relacionados a los factores que influyen en la intención de uso de las Fintech.

Asimismo, el presente trabajo ayuda a definir teóricamente los factores que influyen en la intención de uso de las Fintech enfocado en los servicios de

financiamiento alternativo, lo cual permite que las Fintech tengan literatura que las permita estudiar un mejor servicio de acuerdo al perfil del cliente.

Por otro lado, esta innovación en el sector financiero, además de crear nuevos servicios financieros, más adecuados a las necesidades de los clientes, es de gran importancia pues impacta positivamente en la inclusión financiera (Arner, Buckley, Zetsche & Veidt, 2020). En el Perú, se pudo ver que hubo una correlación positiva entre el desarrollo y crecimiento de las Fintech de financiamiento, pagos y transferencias; y la inclusión financiera entre los años 2015- 2017, pues hizo posible que los servicios financieros lleguen a lugares de difícil acceso y a un menor costo (Ames, 2018), es por esto que, resulta apropiado estudiar un tema relevante como las Fintech pues repercute en la inclusión financiera en el país.

Finalmente, la investigación propone llenar un vacío en la literatura, puesto que no se han encontrado estudios en el Perú que traten el tema de las Fintech de financiamiento alternativo desde la perspectiva de la demanda.

4. Metodología

Para desarrollar esta investigación se ha recurrido principalmente a fuentes secundarias sobre el tema de investigación, lo cual ha permitido identificar, sistematizar y conocer los puntos de vista de los autores respecto al objeto de estudio. Asimismo se emplearon fuentes primarias como la realización de entrevistas a expertos del sector, especialmente para recoger y revisar información sobre el marco contextual.

En primer lugar, se revisaron principalmente fuentes secundarias relacionadas al objeto de investigación para fundamentar los conceptos teóricos. Para ello, se hizo una búsqueda en las bases de datos virtuales de la Pontificia Universidad Católica del Perú y otras bases de datos y repositorios de tesis de otras universidades que están en internet. Las principales bases de datos utilizadas fueron “Scopus”, “Web of Science”, “Proquest”, “EBSCO”, “SAGE Journals”, “Research Gate” (en Anexo A se encuentra el informe Bibliométrico realizado, que muestra las palabras clave utilizadas en las búsquedas en inglés y español).

Por otro lado, de manera complementaria se realizaron entrevistas preliminares a profesores y expertos académicos para validar y verificar la pertinencia del modelo analítico seleccionado en el capítulo del marco teórico; así como se consultó a expertos sectoriales sobre el tema de investigación con la finalidad de obtener información especialmente sobre el marco contextual. Para ello, se elaboró una guía de preguntas

sobre los temas de interés.

Finalmente, se hizo uso de la plataforma turnitin para prevenir incurrir en el plagio de otras investigaciones, teniendo en cuenta el código de ética de la Pontificia Universidad Católica del Perú



CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

En este capítulo se revisa la literatura para poder desarrollar conceptos clave que se abordan en la presente investigación. En primer lugar, se presenta la definición del término Fintech, así como la clasificación y beneficios que puede tener. Luego se explica las principales teorías de intención de uso, que sirven para desarrollar las principales teorías de intención de uso de servicios tecnológicos. Asimismo, se utilizan los conceptos principales de la investigación propuesta (Fintech y Teorías de intención de uso) para analizar investigaciones empíricas sobre Intención de uso de servicios tecnológicos financieros. Finalmente, se presenta el marco analítico sobre los factores que influyen en la intención de uso de servicios financieros tecnológicos

1. Servicio financieros tecnológicos (Fintech)

En esta sección se describe el significado de Fintech, para lo que se revisa el punto de vista de distintos autores. Luego, se presenta la clasificación de las Fintech y en que consiste cada uno de estos tipos. Finalmente, se describe los beneficios que se pueden obtener gracias al uso de las Fintech

1.1. Definición de las Fintech

El término Fintech nace de la unión de las palabras finanzas y tecnología, y hace referencia a la conexión entre las tecnologías modernas, principalmente relacionadas con internet, y las actividades de la industria de servicios financieros (Gomber, Koch & Siering; 2017). No obstante, si bien los estudios y el sector en general han ido creciendo, aún no existe una definición única de lo que es Fintech. En ese sentido, a continuación se revisa las definiciones de distintos autores y en base a ello se realiza una aproximación de la definición de Fintech para la presente investigación.

Por un lado, Ryu y Sun (2020) describen a las Fintech como el sector financiero innovador que se basa en nuevas tecnologías y que logran transformar los servicios existentes, procesos de transacción y canales de entrega. Asimismo, mencionan que las Fintech tienen como característica esencial la desintermediación, es decir, la eliminación de instituciones financieras tradicionales en las transacciones financieras.

Puschmann (2017) define a las Fintech como soluciones financieras innovadoras gracias a las nuevas tecnologías y menciona que este término también se usa para referirse a empresas emergentes, también conocidas como Startups, que brindan este tipo de soluciones. Sin embargo, también menciona que Fintech incluye a proveedores de

servicios financieros establecidos tales como bancos y aseguradoras que brindan este tipo de servicios innovadores.

Rojas (2016), separa a las Fintech en 2 grupos de empresas, las “Startups”, que son definidas como nuevos emprendimientos y empresas mayoritariamente jóvenes que innovan tanto en las soluciones que ofrecen como en los modelos de negocio, y tienden a especializarse en nichos dentro la cadena de valor de los bancos; y en los gigantes de la tecnología, el comercio electrónico y la telefonía, que integran los servicios financieros a su modelo de negocios y paquete de servicios.

De igual forma, la Superintendencia de Banca y Seguros (2018) define a las Fintech como modelos de negocio que ofrecen productos o servicios financieros, mediante el uso intensivo de nuevas tecnologías. No obstante, se hace hincapié en que Fintech no solo se relaciona con nuevos emprendimientos, sino que también incluye a empresas del sector financiero y grandes compañías tecnológicas que ofrecen servicios financieros innovadores.

Por último, la consultora internacional PriceWaterhouseCoopers (2019), define a las Fintech como la combinación de servicios tecnológicos financieros que están transformando la manera en que los negocios financieros operan y que tanto startups y empresas tecnológicas o financieras establecidas usan estos servicios.

En ese sentido, en base a las definiciones anteriormente descritas, se define para esta investigación a las Fintech como Startups o empresas financieras o aseguradoras establecidas que apoyadas en la tecnología brindan servicios financieros innovadores logrando transformar los servicios existentes para satisfacer las necesidades de los clientes

Asimismo, se observa que la disrupción es un factor clave en el desarrollo de estas innovaciones por lo que resulta apropiado definirla. De acuerdo a Miller (2020), la innovación disruptiva, es aquella que cuando se introduce, crea un nuevo mercado y que logra interferir en un mercado existente. Generalmente esta innovación está vinculada con las nuevas tecnologías y va construyendo su propio mercado, obligando a las entidades que antes dominaban el sector avolverse más competitivas para sobrevivir.

1.2. Clasificación de Fintech

Diversos autores han realizado su propia clasificación de las Fintech de acuerdo al contexto de estudio realizado. Para la presente investigación se utilizará la clasificación realizada por la consultora Ernst and Young (2020), la cual clasifica a las

Fintech existentes en el Perú en 8 sectores, los cuales son mostrados en la tabla 1.

Tabla 1: Clasificación de las Fintech

Tipos de Fintech	Definición
Pagos y transferencias	Facilitan el envío de dinero, sea de manera local o internacional, para realizar pagos o transferencias entre cuentas.
Financiamiento	Fondos dinerarios otorgados por personas jurídicas con recursos propios, utilizando plataformas digitales para alguna(s) o todas las etapas. Incluyelas plataformas digitales que conectan a personas naturales o personas jurídicas/entes jurídicos interesados en obtener un préstamo.
Cambio de Divisas	Servicio de compra-venta de una moneda por otra de manera online
Gestión de Finanzas Empresariales	Plataformas digitales para el manejo de recursos, activos y pasivos de una persona jurídica o ente jurídico (gestión de facturas, gestión de la contabilidad, gestión patrimonial, etc.)
Gestión de Finanzas Personales	Plataformas digitales y/o asesoría financiera digital que facilitan a las personas naturales a tomar mejores decisiones financieras y a gestionar su dinero (ingresos y egresos de dinero, reducir gastos en operaciones, mejores tasas de intereses o bajas comisiones, etc.).
Crowdfunding	Préstamos de dinero en pequeñas cantidades por parte del público en general a favor del público en general
Insurtech	Comercialización y contratación de seguros utilizando tecnología.
Puntaje Crediticio	Evaluación y asignación de puntaje crediticio a personas naturales

Adaptado de: Ernst and Young, 2020

Por su parte, la Alianza Iberoamericana de Fintech considera otros sectores Fintech adicionales tales como las Regtech, las cuales son soluciones tecnológicas utilizadas para ayudar a la industria financiera con la gestión y el cumplimiento de regulaciones gubernamentales y; las Wealthtech, las cuales son soluciones digitales para los servicios de asesoría automatizada y la gestión de inversiones y patrimonio. Asimismo, considera a los Neo bancos, los cuales son bancos (con licencia bancaria propia o utilizando la de un tercero) con múltiples productos financieros cuyo canal de distribución es 100% digital. (Cuya, 2020b),

En conclusión, las categorías Fintech pueden variar de acuerdo al contexto y, a

pesar de que se pueden asignar nombres diferentes a las categorías en cada estudio, estas pueden tener características en común. Esto se observa en el caso de la categoría de Gestión de Finanzas Empresariales propuesta por Ernst and Young y la categoría Wealthtech propuesta por la Alianza Iberoamericana de Fintech, pues existe una relación entre estas ya que ambas se enfocan en el asesoramiento de manejo de patrimonio

1.3. Beneficios de las Fintech

Las Fintech representan un modelo de negocio innovador con muchas oportunidades de mejora para el sector financiero y para sus usuarios. A continuación, se explican los beneficios de este tipo de servicios

En primer lugar, las Fintech pueden brindar servicios de una manera más rápida lo que facilita la administración de obligaciones financieras de los usuarios. Asimismo, como las operaciones se realizan de manera digital, los usuarios podrán acceder a los servicios desde cualquier lugar siempre y cuando tengan internet, evitando tener que acudir a un banco a realizar las transacciones (Ozili, 2018).

Del mismo modo, el no contar necesariamente con sucursales físicas y realizar las operaciones de manera digital, hace posible que reduzcan sus costos, lo cual a su vez, hace posible que se enfoquen principalmente en las necesidades de sus clientes y en mejorar sus servicios. (Ozili, 2018).

Por otro lado, las Fintech son beneficiosas pues pueden repercutir positivamente en la inclusión financiera de un país (Arner et al., 2020). En el caso peruano, Ames (2018) desarrolló un estudio que demostraba que hubo una correlación positiva entre el crecimiento de las Fintech y la inclusión financiera, pues personas de zonas alejadas pudieron acceder a estos servicios financieros a un menor costo gracias a la tecnología. En ese sentido, se pudo ver que las Fintech pueden reducir la brecha de inclusión financiera en el Perú.

Por lo tanto, se concluye que la implementación de tecnologías en el modelo de negocio ha traído ventajas al sector financiero, pues como se describió, proveen un servicio más eficiente, rápido y con mayor alcance.

2. Teorías de Intención de uso

En esta sección se presentan las principales teorías de intención de uso de servicios. Para esto, primero se define brevemente qué es la intención de uso, para luego pasar a definir las principales teorías de intención de uso (Teoría de acción razonada y

Teoría del comportamiento planificado). Asimismo, se resalta el aporte de la neurociencia en el estudio de toma de decisiones.

2.1. Definición de Intención de uso

Fishbein y Ajzen (1975), mencionan que la intención de uso se refiere a la determinación del usuario a realizar un comportamiento específico y en este proceso de intención de uso pueden influir distintos factores. De igual forma, la Real Academia Española (2014) define a la intención como la determinación de la voluntad en orden a un fin específico, mientras que Mamman, Faosiy & Sufian (2016), mencionan que la intención se define como cuan dispuestas están las personas a realizar cierto comportamiento.

En ese sentido, en base a la revisión de la literatura, la intención de uso se define como la determinación del individuo a realizar cierto comportamiento.

2.2. Teoría de acción razonada (TRA)

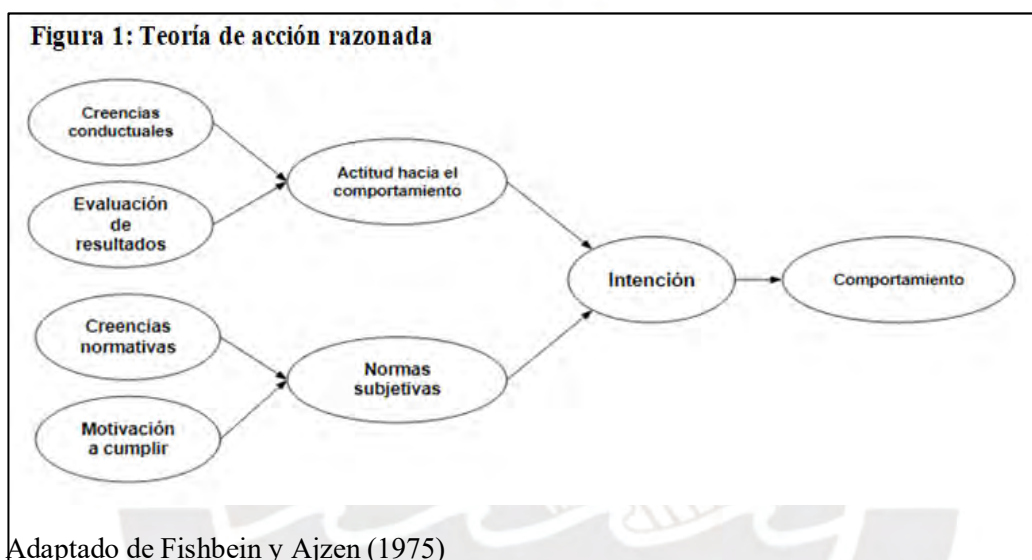
Esta teoría, propuesta por Martin Fishbein e Icek Ajzen (1975), busca entender cómo una persona adopta un comportamiento determinado y que factores influyen en este. De acuerdo a la teoría TRA, el comportamiento de una persona está determinado principalmente por la intención voluntaria de realizar el comportamiento. Esta intención de la persona se basa en 2 determinantes principales, los cuales son las actitudes y las normas subjetivas. Las actitudes se refieren a la evaluación del individuo sobre una conducta determinada, mientras que las normas subjetivas hacen referencia a la percepción de la persona sobre la presión social, es decir, a la actitud que toma la comunidad inmediata (padres, hermanos, amigos, etc.) hacia el comportamiento que el individuo decida tomar. Estos determinantes a su vez están compuestos por dos factores cada uno.

Por un lado, en el caso de las actitudes los factores son las creencias conductuales y la evaluación del resultado. Las creencias conductuales hacen referencia a la creencia que tiene el individuo acerca de las consecuencias que podría traer el comportamiento que adopte, mientras que la evaluación del resultado hace referencia a la evaluación de la posible consecuencia producto del comportamiento que tome.

Por otro lado, en el caso de las normas subjetivas los factores son las creencias normativas y la motivación por cumplir las creencias normativas. En el caso de las creencias normativas, estas hacen referencia al juicio moral de la comunidad inmediata con respecto al comportamiento, mientras que la motivación por cumplirlas, se refiere a

cuan decidida está la persona por seguir lo que otros piensan acerca de ciertos comportamientos. (Hahn & Popan, 2020).

En síntesis, esta teoría propone que el comportamiento de una persona está marcado por la intención del individuo de realizarlo o no, y esta intención está determinada por actitudes personales y por la percepción que se tiene de lo que otros creen que uno debe hacer (normas subjetivas), ver Figura 1. Entonces, mientras se tenga una actitud más positiva sobre el comportamiento y mientras se perciba que la comunidad inmediata aceptará este comportamiento, será más probable que el comportamiento se lleve a cabo.



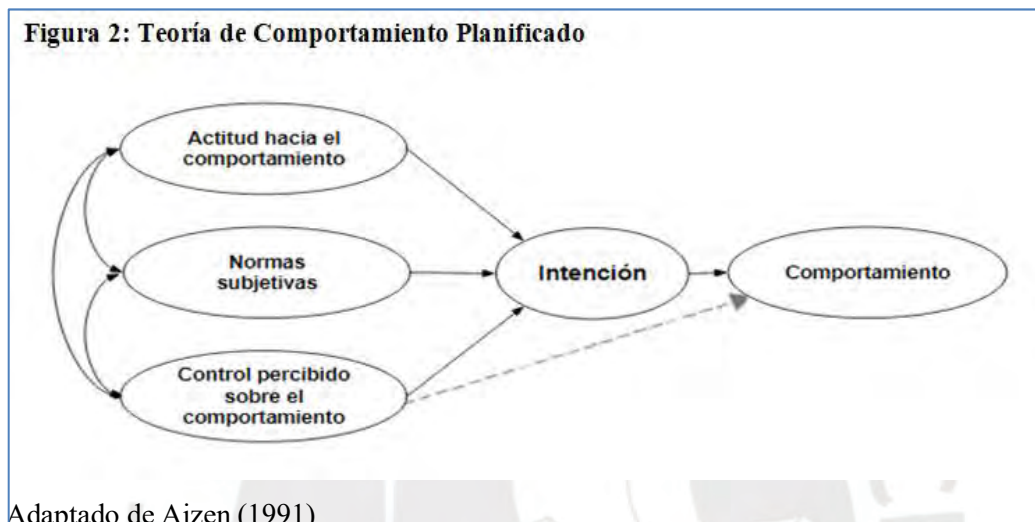
2.3. Teoría del comportamiento planificado (TPB)

La teoría del comportamiento planificado tiene como base la teoría de la acción razonada y fue desarrollada por Icek Ajzen (1991), también autor de la teoría TRA, con el fin de mejorar la eficacia del anterior modelo. Para Ajzen, la teoría de acción razonada no consideraba situaciones externas que podrían hacer perder el control de la situación e influir en la intención del individuo, por lo que consideró necesario añadir un determinante que evalúe estas situaciones externas. En ese sentido, la teoría del comportamiento planificado añade al control percibido sobre el comportamiento como un nuevo determinante de la intención del individuo. (Ver figura 2)

El control percibido hace referencia a la facilidad o dificultad percibida para realizar el comportamiento, es decir, si será fácil o no llevar a cabo este comportamiento. Mientras mayor sea este control percibido sobre la realización de este comportamiento, es más probable que las personas lleven a cabo sus intenciones cuando surja la oportunidad (Bosnjak, Ajzen, Schmidt; 2020). Los otros 2 determinantes siguen siendo

la Actitud, la cual se enfoca en la valoración positiva o negativa del comportamiento, y las Normas Subjetivas, la cual se refiere a la percepción de cómo la comunidad inmediata reacciona ante el comportamiento elegido.

En síntesis, esta teoría tiene entonces una visión más planificada que el modelo TRA, pues busca evaluar también las condiciones facilitadoras que tiene el individuo para lograr tener el control de la realización del comportamiento.



2.4. Neurociencia en la toma de decisiones

Las neurociencias son definidas como las ciencias experimentales que buscan explicar la forma en la que funciona el cerebro (Cortina, 2011) y abarca diversas disciplinas tales como la medicina, matemáticas, economía, informática, psicología, etc. (Rekart, 2019). Este campo también ha contribuido con el estudio de las decisiones que toman los individuos y, de acuerdo a Sarmiento y Ríos (2017), las emociones juegan un rol importante en las decisiones que un individuo tiene que hacer diariamente e inclusive pueden llegar a cambiar y/o modificar decisiones preliminares tomadas en base al razonamiento, siendo esto más común en condiciones de incertidumbre o riesgo.

Asimismo, estudios en el campo de las neurociencias han determinado que en el cerebro se dan procesos automáticos inconscientes de manera más rápida que las deliberaciones conscientes que realizamos y que nuestro comportamiento está fuertemente influenciado por sistemas afectivos (factores emocionales) (Bottalico, 2011)

Por último, MacFadden y Schoech (2010) mencionan que gran parte de nuestras decisiones tienen un componente inconsciente debido a las limitaciones que afectan a nuestra memoria y para arreglar estas limitaciones utilizamos ciertos recursos o herramientas, tales como la tecnología, con el fin de extender nuestras capacidades y

recordar otras variables e información que conscientemente no podemos recordar con facilidad. En ese sentido, las emociones pueden ser vistas como las formas más básicas de toma de decisiones y, por ende, las decisiones están compuestas por la integración de factores cognitivos y emocionales.

El aporte del campo de las neurociencias permite complementar las teorías de acción razonada (1975) y comportamiento planificado (1991), al brindar un mayor énfasis al factor emocional, el cual ha sido comprobado en numerosos estudios contemporáneos, tales como los de MacFadden y Schoech (2010); Sarmiento y Ríos (2017), y (Bottalico, 2011), como un factor influyente en la toma de decisiones, lo que demuestra que las decisiones no solo son tomadas de manera racional

3. Teorías de Intención de uso de servicios tecnológicos

En esta sección se describe el modelo de aceptación tecnológica y la teoría Unificada de la Aceptación y Uso de la Tecnología, las cuales son las teorías principales de Intención de uso de servicios tecnológicos.

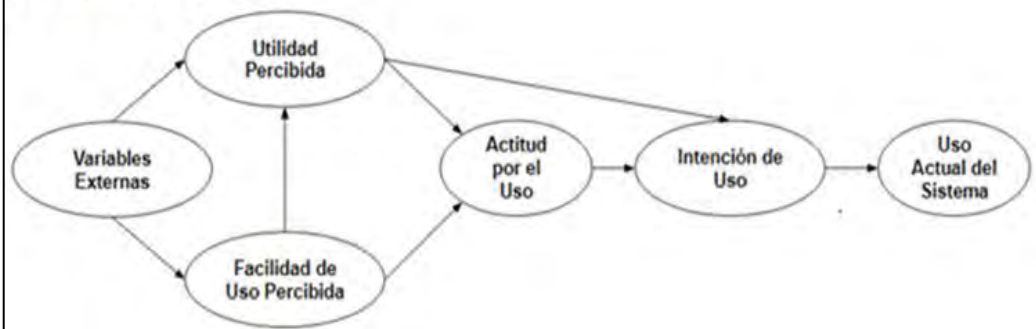
3.1. Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM)

3.1.1. TAM I

El modelo de aceptación tecnológica desarrollado por Davis (1989) está basado en la teoría de acción razonada (Fishbein & Ajzen; 1975) y nace con el fin de explicar que determinantes influyen en intención y aceptación del uso de tecnología. La investigación propone 2 determinantes principales que influyen en la intención de uso de la tecnología, las cuales son Percepción de Utilidad y Percepción de Facilidad de Uso.

Por un lado, la percepción de utilidad se refiere a la percepción que un individuo tiene acerca de la mejoría en rendimiento y eficacia en su trabajo que puede llegar a darse gracias a la tecnología. Mientras mayor sea esta percepción de utilidad, será más probable la aceptación tecnológica. Por otro lado, la percepción de facilidad de uso hace referencia al grado en el que un individuo considera que la tecnología será fácil de usar. Mientras la percepción del uso de tecnología sea mayor, es decir se considere fácil de usar, será más probable que sea aceptada por los individuos (Davis, 1989). A su vez, estos 2 determinantes también pueden estar influenciados por factores o variables externas.

Figura 3: TAM 1 inicial

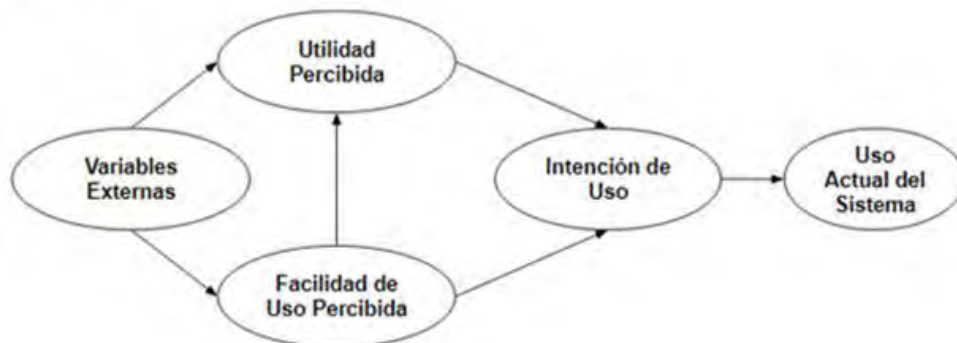


Adaptado de Davis (1989)

El modelo TAM inicial indicaba que la percepción de utilidad y la percepción de facilidad de uso eran determinantes a la actitud por el uso, la cual se refiere al sentimiento positivo o negativo hacia la realización del comportamiento. Esta actitud por el uso es determinante a la intención del uso de tecnología, la cual se refiere al grado en el que un individuo está dispuesto a realizar el comportamiento.

Sin embargo, una versión final del modelo TAM básico fue formulado por Venkatesh y Davis (1996), pues se encontró que la percepción de utilidad y la percepción de facilidad de uso eran determinantes directos a la intención de uso, eliminando la actitud por el uso, este se observa en la figura 4

Figura 4: TAM 1 modificado



Adaptado de Venkatesh y Davis (1996)

3.1.2. TAM 2

El modelo TAM básico (Davis, 1989), fue modificado por Venkatesh y Davis (2000) con el fin de añadir determinantes divididos en procesos de Influencia Social y Procesos Cognitivos.

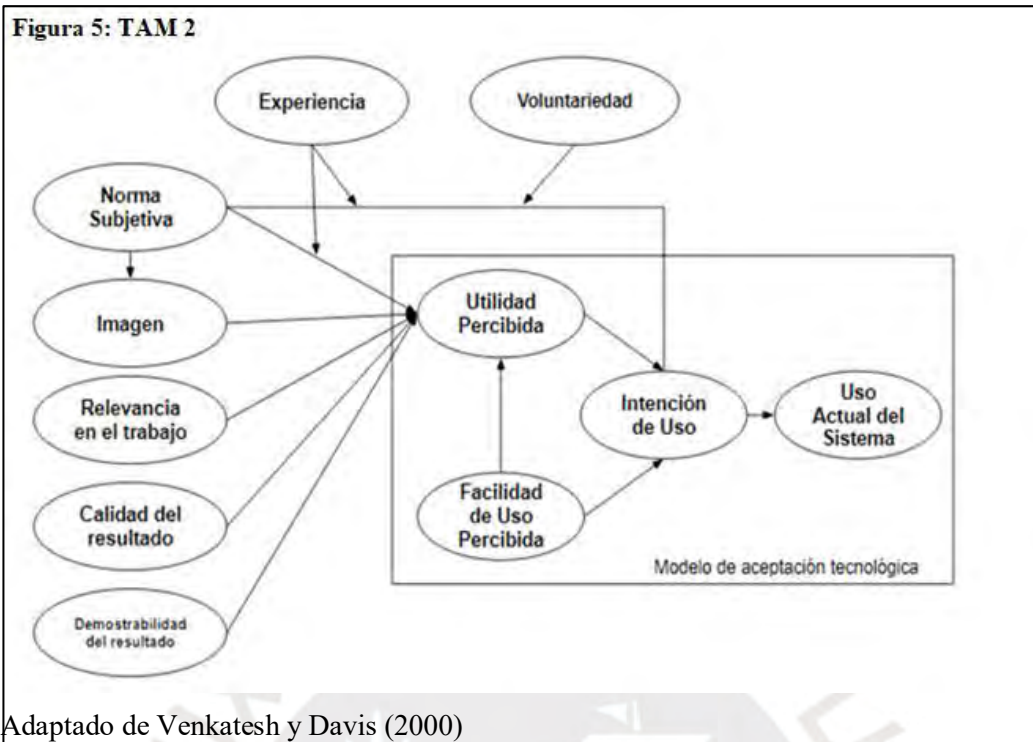
Por un lado, los procesos de influencia social hacen referencia a 3 fuerzas sociales que influyen en la intención de uso de la tecnología, los cuales son explicados a continuación:

1. Normas subjetivas: Este determinante hace referencia a la percepción que tiene el individuo acerca de cómo su entorno cercano reacciona por el comportamiento escogido. Este determinante fue usado tanto en la teoría de acción razonada (Fishbein & Ajzen; 1975), como en la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991)
2. Imagen: Se refiere al grado en el que el uso de la tecnología puede mejorar el status social
3. Voluntariedad: Hace referencia al grado en el que los individuos perciben que la adopción de tecnología no es de carácter obligatorio

Por otro lado, los procesos cognitivos hacen referencia a los siguientes determinantes que influyen en la intención de uso de la tecnología los cuales son explicados a continuación:

1. Relevancia en el trabajo: Hace referencia a la percepción que tiene el individuo del grado de relevancia que la tecnología puede tener en su trabajo
2. Calidad del resultado: Se refiere a la percepción de calidad de trabajo que se puede lograr con el uso de tecnología
3. Demostrabilidad de los resultados: Hace referencia a la tangibilidad que tienen los resultados obtenidos con el uso de tecnología

Finalmente, se presenta a la experiencia como un moderador en la intención de uso de tecnología. Este determinante hace referencia al grado de experiencia con respecto al uso de una tecnología. (Chávez, Miranda, Quispe & Robles; 2019)



3.1.3. TAM 3

El modelo TAM 3, desarrollado por Venkatesh y Bala (2008), busca darle una mayor relevancia al determinante de facilidad de uso percibido a comparación de los modelos previos. En esta extensión del modelo TAM 2 se añaden 2 grupos de determinantes que influyen en la facilidad de uso percibida.

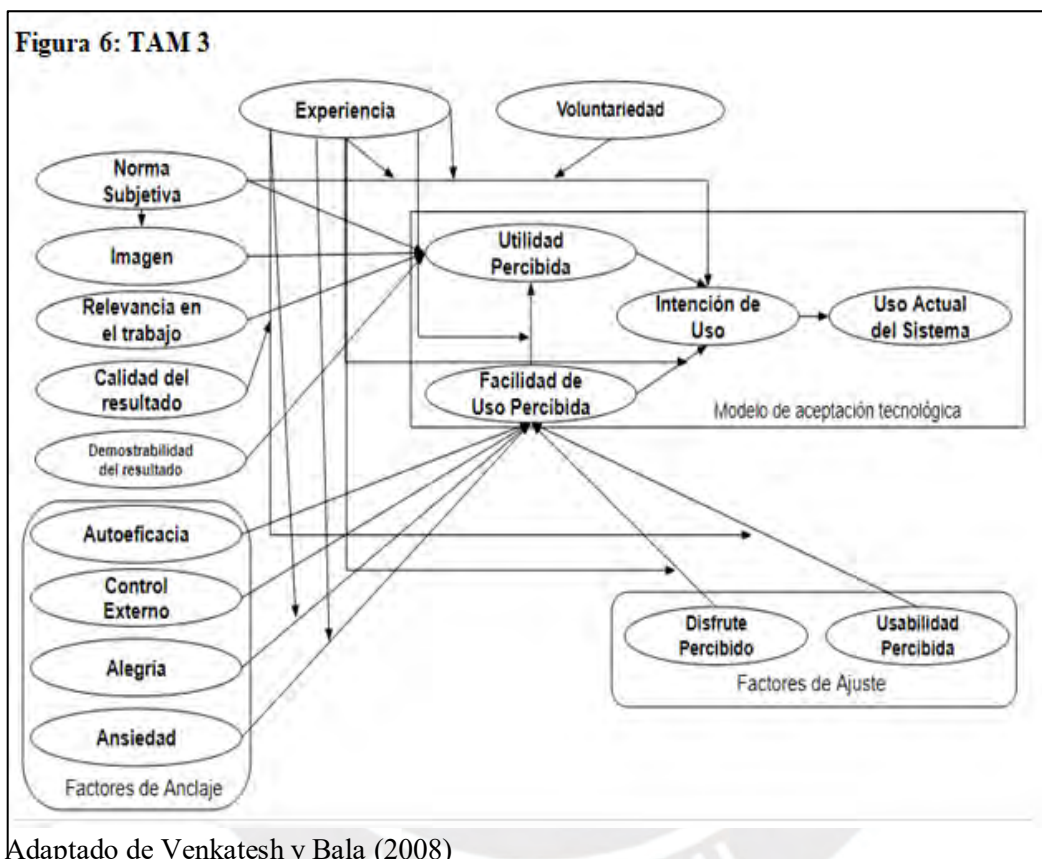
Por un lado, se tiene el grupo de los factores de Anclaje, los cuales se enfocan en determinar los factores que influyen en la facilidad de uso cuando un individuo no tiene mucha experiencia previa con la tecnología. Estos factores son:

1. Autoeficacia: Se refiere al grado en el que el individuo considere que está lo suficientemente capacitado para realizar un trabajo con la tecnología
2. Ansiedad: Hace referencia al grado en el que un individuo se siente con ansiedad cuando tiene que hacer uso de la tecnología
3. Alegría: Se refiere a la motivación del individuo por usar la tecnología
4. Control externo: Hace referencia al grado en el que las condiciones facilitadoras (recursos técnicos) le permitirán hacer uso de la tecnología

Por otro lado, se tiene al grupo de factores Ajustes, el cual se enfoca en determinar los factores que influyen en la facilidad de uso cuando un individuo ya ha tenido experiencia previa con el uso de la tecnología

4. Disfrute Percibido: Hace referencia a la percepción del disfrute de un individuo por usar cierta tecnología
5. Usabilidad Percibida: Se refiere a percepción de cuánto esfuerzo se necesita al usar la tecnología

En síntesis, el modelo TAM 3 utiliza determinantes referentes tanto a percepciones individuales, características de la tecnología, influencia social y condiciones facilitadoras para explicar la intención de uso de servicios tecnológicos.



Se observa entonces que el modelo TAM ha ido evolucionando con el fin de poder explicar con mayor detalle los factores básicos del modelo del modelo TAM inicial, los cuales son la Utilidad Percibida y la Facilidad de uso percibida. (Ver tabla 2)

Tabla 2: Evolución del Modelo de Aceptación Tecnológica

Modelo de aceptación tecnológica	Descripción	Autores
TAM 1 (1996)	El modelo TAM 1 establece que la intención de uso de la tecnología está determinada por los factores de Percepción de Utilidad y Percepción de Facilidad de Uso	Venkateshy Davis
TAM 2 (2000)	El modelo TAM 2 extiende el modelo TAM 1 al establecer que el factor de Utilidad Percibida está determinado 2 tipos de procesos: Procesos de Influencia Social y Procesos Cognitivos. Dentro de estos determinantes podemos encontrar a las Normas Subjetivas, la Imagen, la Voluntariedad, la Relevancia en el trabajo, la Calidad del Resultado, la Demostrabilidad de los Resultados y la Experiencia.	Venkateshy Davis
TAM 3 (2008)	El modelo TAM 3 extiende el modelo TAM 2 al establecer que el factor de Facilidad de Uso también está determinado por 2 grupos de determinantes, al igual que el factor de Utilidad Percibida. Estos grupos incluyen a los factores de Anclaje y los factores de Ajustes. Dentro de los factores de estos grupos encontramos a la Autoeficacia, Ansiedad, Alegría, Control Externo, Disfrute Percibido y Usabilidad Percibida	Venkateshy Bala

3.2. Teoría Unificada de la Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT)

La Teoría Unificada de la Aceptación y Uso de la Tecnología formulada por Venkatesh, Morris, Davis y Davis (2003), nace con el fin de unificar teorías relacionadas a la intención de uso y la aceptación tecnológica, para así poder tener una teoría que permita tener elementos determinantes de 8 teorías. Estas teorías fueron la teoría de acción razonada, la teoría del comportamiento planificado, el modelo de aceptación tecnológica, un modelo que combina el modelo de aceptación tecnológica y la teoría del comportamiento planificado, el modelo motivacional, el modelo de la utilización de la PC, la teoría de la difusión de innovación y la teoría social cognitiva.

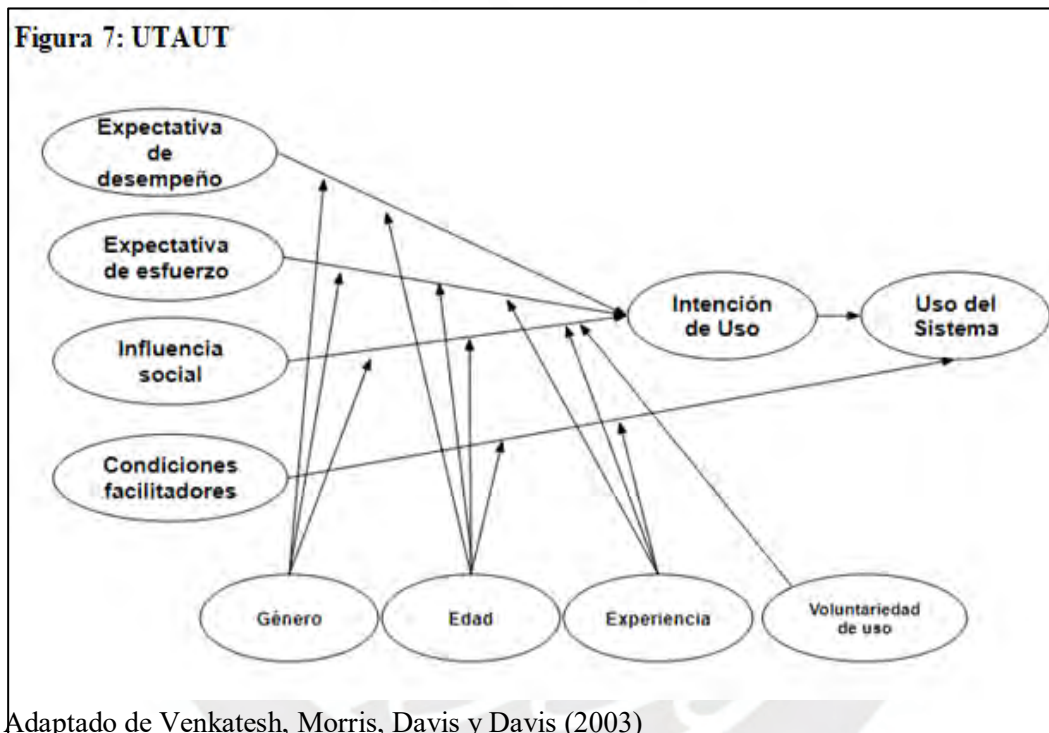
Esta teoría unificada propone cuatro determinantes principales que influyen en la intención de aceptación y uso de la tecnología, los cuales son:

1. Expectativa de desempeño: Hace referencia al grado en que un individuo cree que el uso de la tecnología puede ayudar a mejorar su desempeño laboral
2. Expectativa de esfuerzo: Hace referencia al grado de facilidad que tendrá el uso de la tecnología
3. Influencia social: Hace referencia a la percepción que tiene un individuo acerca

de la actitud que tendrá la comunidad inmediata (padres, hermanos, amigos, etc.) hacia el comportamiento que tome.

4. Condiciones facilitadoras: Hace referencia al grado en que un individuo considere que tiene las condiciones necesarias para poder hacer uso correcto de la tecnología. Este determinante influye directamente en el uso de la tecnología, mientras que los otros tres determinantes influyen primero en la intención de uso.

Asimismo, esta teoría menciona 4 moderadores clave que influyen en los determinantes los cuales son el género, la edad, la experiencia y la voluntariedad de uso.



Adaptado de Venkatesh, Morris, Davis y Davis (2003)

Para la presente investigación, luego de analizar los modelos presentados, se seleccionó el modelo TAM básico de Venkatesh y Davis (1996) como modelo base para el modelo analítico pues en base a los estudios empíricos encontrados, la mayoría de las investigaciones que buscan encontrar relación entre factores y la intención de uso utiliza este modelo como modelo base debido a la eficacia que presentaba al estudiar los factores que influyen en la intención de uso.

4. Investigaciones empíricas sobre Intención de uso de servicios tecnológico financieros

En esta sección se revisan estudios empíricos que han empleado el modelo TAM

como modelo para identificar factores que influyen en la intención de uso de servicios tecnológicos financieros.

4.1. Estudios empíricos basadas en el modelo TAM y modificaciones

Estudios enfocados en servicios financieros tecnológicos, también conocidos como Fintech, han ido aumentando en los últimos años a la par con el crecimiento de este sector. En el caso de estudios relacionados a encontrar los factores que influyen en la intención de uso de servicios Fintech, se ha podido observar que la mayoría ha usado el modelo TAM como modelo base para poder encontrar estos factores o determinantes clave. Dentro de estos estudios podemos encontrar los siguientes.

Hu, Ding, Li, Chen y Yang (2019), realizaron un estudio con el fin de analizar la intención de uso de servicios Fintech por usuarios de dos bancos de China (Hefei Science y el Technology Rural Commercial Bank). En este estudio, si bien usaron el modelo TAM base y sus determinantes (percepción de utilidad y percepción de facilidad de uso), se añadieron nuevos determinantes tales como, innovación del usuario, apoyo del gobierno, percepción de riesgo e imagen de la marca con el fin de mejorar la eficacia del modelo base. Este estudio arrojó como resultado que los determinantes percepción de riesgo y percepción de facilidad de uso no afectaban la intención de uso de Servicio Fintech y, por el contrario, la imagen de la marca, el apoyo del gobierno y la innovación del usuario sí afectaban de manera significativa en la intención de uso de estos servicios.

Por otro lado, Van, Ngoc y Quang (2019) elaboraron un estudio en enfocado en identificar los factores que afectan la intención de uso de los servicios Fintech en Vietnam, para lo cual añadieron los determinantes de Percepción de riesgo, Imagen de la Marca y la innovación del usuario al modelo base. En cuanto a los resultados los 5 determinantes propuestos tuvieron impacto en la intención de uso, siendo la innovación del usuario la que tuvoun mayor impacto.

De igual forma, Fernando, E., Suryanto, Surjandy, y Meyliana (2019), desarrollaron un estudio enfocado en encontrar factores que influyen en la intención de uso de servicios Fintech en Indonesia, en el cual usaron el modelo TAM. El estudio concluyo que los determinantes de percepción de utilidad y percepción de facilidad de uso eran elementos esenciales en la intención de uso

Otro estudio realizado por Jin, Seong y Khin (2018), buscaba identificar la intención de uso de productos y servicios Fintech en Malasia para lo cual utilizaron el modelo TAM y nuevos determinantes como ventaja competitiva (percepción del nivel

de innovación del servicio en relación a servicios pasados), percepción de riesgo y percepción de costo para identificar los factores que influían en esta intención de uso. En el caso de este estudio se demostró que los cinco determinantes influían en la intención de uso de servicios Fintech.

En el caso de Europa, Kundid, Pivac y Vuković (2019), utilizaron el modelo base TAM para identificar si es que la intención de uso de servicios financieros tecnológicos en Split, Croacia; en específico la banca por internet, es determinada por la percepción de utilidad y la percepción de uso. El estudio confirmó que ambos elementos influían en la intención de uso de la banca por internet.

En el caso peruano, Chávez, Miranda, Quispe y Robles (2019) realizaron un estudio enfocado en identificar los factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana para lo cual utilizaron el modelo TAM, así como la teoría de comportamiento planificada y la Teoría Unificada de la Aceptación y Uso de la Tecnología como modelos base. Esta investigación concluyó que el control percibido, la percepción de utilidad y percepción de facilidad de uso que sentía la persona influía en la intención de uso. Asimismo, se demostró que el determinante de percepción de utilidad está influenciado por el riesgo percibido, la innovación del usuario y los servicios de soporte (servicios que facilitan el proceso de aprendizaje), mientras que la percepción de facilidad de uso está influenciada por la innovación del usuario y los servicios de soporte.

De los estudios empíricos mencionados se puede observar que la mayoría de ellos provienen del continente de Asia, mientras que en el caso peruano solo se ha podido encontrar un estudio a la fecha. De igual forma, todos los estudios de Asia y el de Perú utilizaron nuevos determinantes con el fin de mejorar la eficacia del modelo TAM base. En el caso Europeo, aún no existen numerosos estudios que utilicen el modelo TAM para explicar la intención de uso de servicios financieros tecnológicos.

Por otro lado, un punto importante a tomar en cuenta son los determinantes considerados por los distintos autores para explicar la intención de uso, pues se pudo encontrar que, sin tomar en cuenta los determinantes del modelo base, hubieron 3 determinantes que tuvieron una mayor concurrencia, siendo estos la Imagen de la Marca, la Innovación del Usuario y la Percepción de Riesgo (Ver Tabla 3)

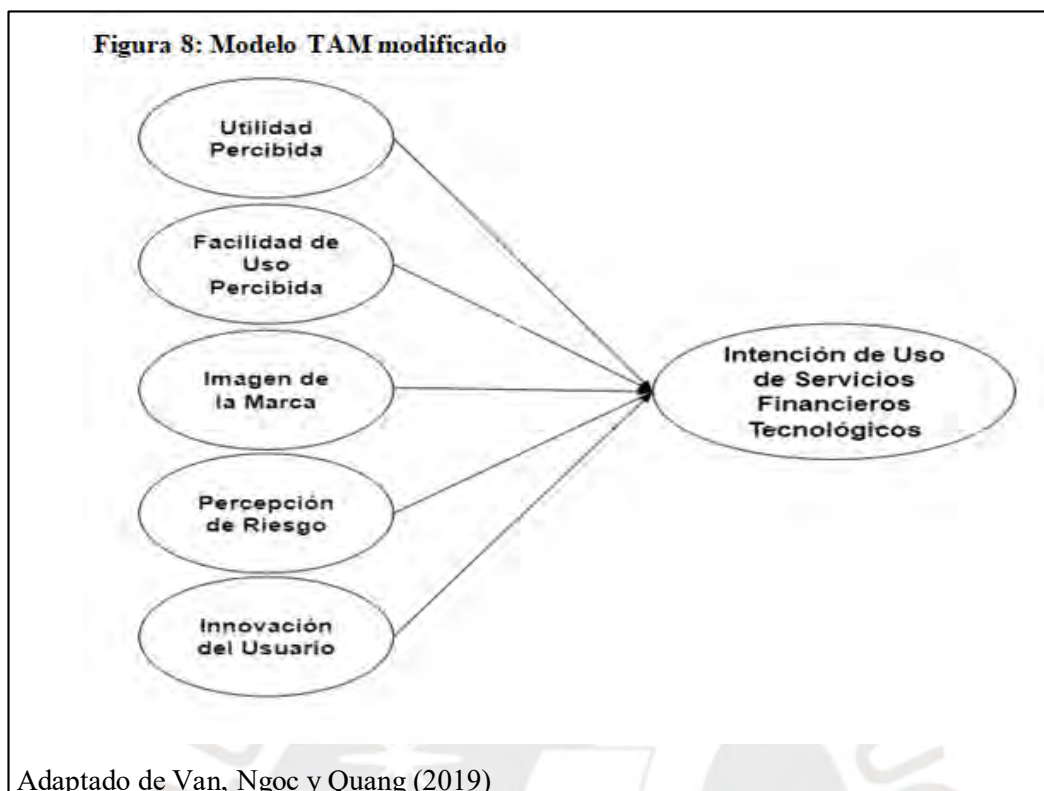
Tabla 3: Concurrencia de factores en estudios presentados

	Hu, Ding, Li, Chen y Yang (2019)	Van, Ngoc y Quang (2019)	Jin, Seong y Khin (2017)	Chávez, Miranda, Quispey Robles (2019)
Imagen de Marca	x	x		
Apoyo del Gobierno	x			
Innovación del Usuario	x	x		x
Percepción de riesgo	x	x	x	x
Confianza	x			
Ventaja Competitiva			x	
Percepción de Costo			x	
Control Percibido				x
Servicios de Soporte				x

5. Descripción de los principales factores que influyen la intención de uso de servicios financieros tecnológicos

Para el presente trabajo de investigación se tomó de modelo base el modelo descrito por Van, Ngoc y Quang (2019), pues fue el modelo que tuvo los factores de mayor concurrencia entre los estudios presentados en el punto anterior. En ese sentido, los factores que influyen la intención de uso de servicios Fintech son la Utilidad Percibida, la Facilidad de Uso Percibida, la Imagen de la Marca, la Innovación del Usuario y la Percepción de Riesgo. Este modelo está basado en la literatura teórica revisada, sin embargo, de acuerdo a comentarios de expertos sectoriales se incorporan 2 factores más para el caso peruano, los cuales se explican en el capítulo siguiente.

A continuación se presentan cada uno de los factores del modelo seleccionado.



5.1.Utilidad Percibida

La utilidad percibida es definida como la percepción que un individuo tiene acerca de cómo la tecnología puede mejorar en rendimiento y eficacia su trabajo. Esto nos quiere decir que las personas optarían por elegir un servicio en caso este representa un impacto positivo en su trabajo. (Davis, 1989).

Este determinante básico del modelo TAM ha sido usado en estudios de distintos sectores. En el caso de las Fintech, numerosos estudios empíricos han comprobado que este determinante tiene un impacto significativo y positivo en la intención de uso. Dentro de algunos de estos estudios encontramos al de Van, Ngoc y Quang (2019); Hu, Ding, Li, Chen y Yang (2019); Jin, Seong y Khin (2017), entre otros.

5.2.Facilidad de uso percibida

De acuerdo a Davis (1989) la percepción de facilidad de uso hace referencia al grado en el que un individuo considera que la tecnología será fácil de usar. De igual forma, Hu, Ding, Li, Chen y Yang (2019), definen a la facilidad de uso percibida como el grado en el que los individuos se sienten relajados y sin necesidad de hacer mayores esfuerzos en el proceso de aprender a utilizar los servicios Fintech. En ese sentido, si los usuarios perciben que los servicios Fintech son amigables y fáciles de operar estarán más inclinados a utilizarlos.

(Riquelme, Ríos; 2010). Asimismo, de acuerdo a Van, Ngoc y Quang (2019), la facilidad de usopercibida impacta positivamente en la intención de uso de servicios Fintech.

5.3.Imagen de la Marca

La imagen de la marca es definida como un activo intangible con valor económico que permite la diferenciación entre empresas y la generación de efectos positivos en los usuarios (Hu, Ding, Li, Chen & Yang; 2019). En otras palabras, la imagen de marca es lo primero que viene a la mente de los consumidores cuando piensan en una marca específica. (Kaur & Kaur, 2019). De igual forma, Kotler y Armstrong (2013) definen a la imagen de marca como el efecto diferenciado que tiene el conocimiento del nombre de la marca en la respuesta del consumidor al servicio o producto ofrecido.

Asimismo, en cuanto a la marca, Fishbein y Ajzen (1974) indican que mientras haya una percepción positiva, experiencias positivas y compromiso con la marca, es más probable que el individuo tenga la intención de llevar a cabo cierto comportamiento. Finalmente, Cárdenas y Escaffi (2018), indican que la imagen es la percepción que logra irradiar una empresa en un mercado particular, mientras que Costa (2004), añade que la imagen es la fuerza que incita a las preferencias, decisiones y emociones hacia la marca y con ello, al posicionamiento y reputación de la organización

5.4.Percepción de Riesgo

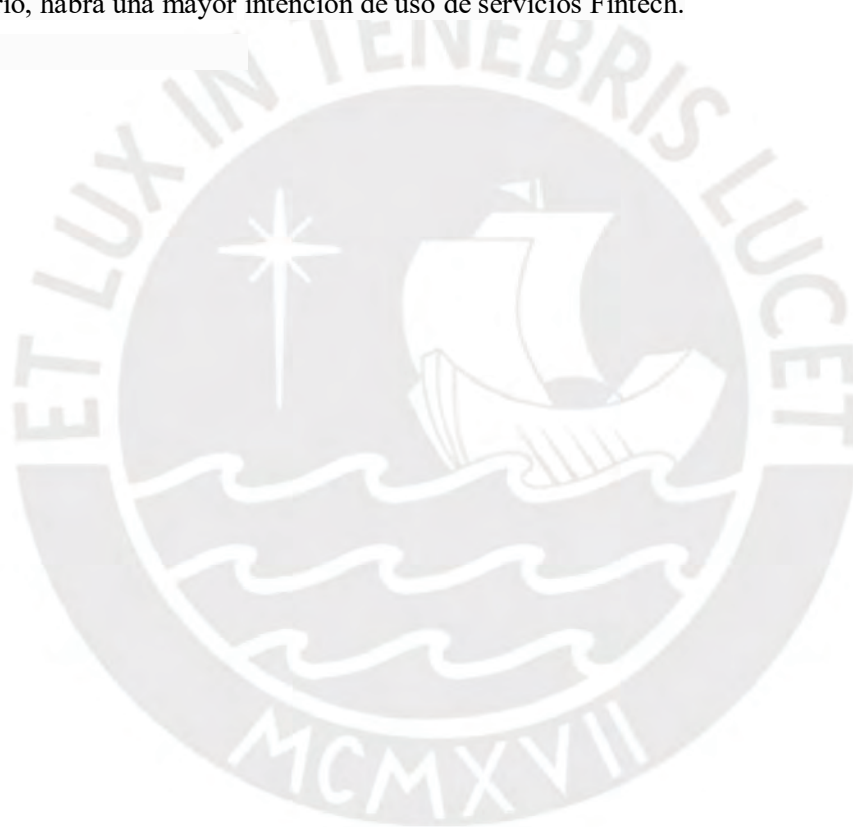
La percepción de riesgo hace referencia al riesgo financiero y de privacidad que los usuarios perciben cuando hacen uso de servicios Fintech. Por un lado, el riesgo financiero se refiere al posible daño que pueda ocurrir sobre la tasa del rendimiento del producto y a la facilidad de robo de dinero, mientras que, por otro lado, el riesgo de privacidad hace referencia al riesgo del robo de datos personales de transacción y otra información de privacidad al hacer uso de estos servicios en internet. (Hu, Ding, Li, Chen & Yang; 2019).

De acuerdo a Van, Ngoc y Quang (2019), la percepción de riesgo es definida como uno de los factores que afecta negativamente a la intención de uso de servicios tecnológicos, pues mientras que aumenta la conciencia de los riesgos en el uso, los usuarios tienden a reducir su intención de uso de servicios Fintech. En ese sentido, si se tiene una mayor percepción de riesgo, la intención de uso de servicios Fintech disminuye.

5.5. Innovación del Usuario

La innovación del usuario es definida como el grado de predisposición del usuario a experimentar con nuevas tecnologías (Chávez, Miranda, Quispe & Robles; 2019). En otras palabras, se refiere a la actitud abierta hacia el cambio y aceptación de tecnología (Joo, Lee & Ham; 2014).

De acuerdo al estudio de Van, Ngoc y Quang (2019), la innovación del usuario tuvo el mayor impacto en la intención de uso, lo que demuestra que la disposición de utilizar nuevas tecnologías repercute positivamente en la intención de uso de servicios Fintech. En ese sentido, se establece que mientras haya un mayor grado de innovación del usuario, habrá una mayor intención de uso de servicios Fintech.



CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se hace revisión del contexto en el cual se realiza la presente investigación. En primer lugar, se presenta el sector Fintech a nivel global, para lo cual se examina el desarrollo y crecimiento a nivel mundial y luego a nivel latinoamericano. Posteriormente se procede a explicar el sector Fintech en Perú, para lo cual se examina primero el sector financiero, para luego examinar el sector bancario y finalmente se describe el ecosistema Fintech peruano. Luego, se examina a mayor profundidad la categoría Fintech de financiamiento, para lo cual se describe la definición de esta categoría de Fintech, así como la oferta y demanda existente. Luego, se describe el contexto de las pequeñas empresas del sector servicios en Lima, para lo cual primero se examina el sector empresarial en el Perú, para luego ver el contexto de las mipymes, así como el sector de servicios en el Perú. Finalmente, se presenta los factores contextuales que influyen la intención de uso de servicios Fintech de financiamiento.

1. Fintech a nivel global

En esta sección se describe el desarrollo y crecimiento de las Fintech, para lo cual primero describe el panorama Fintech a nivel mundial, para luego ver el desarrollo a nivel de Latinoamérica.

1.1. Desarrollo y Crecimiento a nivel mundial

El ecosistema Fintech a nivel mundial ha experimentado un rápido crecimiento y desarrollo gracias al uso de nuevas tecnologías en el sector financiero, lo cual ayudo a crear innovadores servicios y productos financieros.

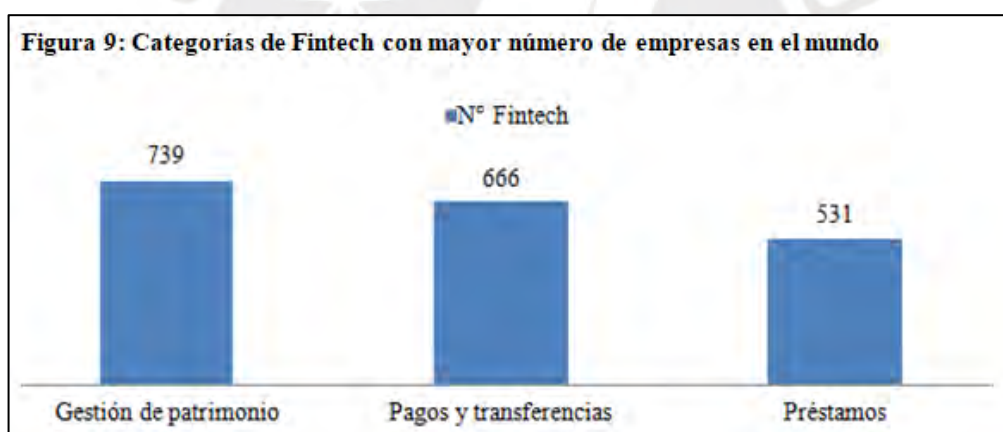
Al 2020, se estima que hay cerca de 20925 Fintech alrededor del mundo (Statista, 2020), divididas de la siguiente forma:

- En el continente de América se estima que hay alrededor de 8,775 Fintechs, lo que la convierte en la región con el mayor número de Fintech en el mundo (Statista, 2020) y solo en el 2019, se realizaron inversiones por 67,8 mil millones de dólares en el continente americano, siendo el país de Estados Unidos el país con mayor inversión en este sector (KPMG, 2020).
- En Europa, Medio Oriente y África se pueden encontrar 7,385 fintechs en total (Statista,2020) y en el 2019 se realizaron inversiones por 61.9 mil millones de dólares en esta región, siendo el Reino Unido el país con mayor inversión en este sector (KPMG,2020).

- Finalmente, solo en la región Asia-Pacífico podemos encontrar 4,765 Fintech (Statista, 2020) y solo en el 2019 se realizaron inversiones por 20.6 mil millones de dólares en esta región, siendo Singapur el país con mayor inversión en este sector (KPMG, 2020).

Se observa que los países con mayor inversión en su región respectiva son los Estados Unidos, Reino Unido y Singapur. De igual forma, según el Global Fintech Index 2020, estos países son los de mayor avance en sector Fintech alrededor del mundo. Asimismo, estos 3 países se caracterizan porque las principales categorías de Fintech usadas son las de pagos y transferencias, de préstamos y de gestión del patrimonio (Ernst and Young, 2020)

Por otro lado, continuando con las categorías de Fintech, de acuerdo a la consultora internacional Deloitte (2017), las categorías de Fintech con mayor número de empresas en el mundo son las categorías de gestión de patrimonio (739 empresas), Pagos y transferencias (666 empresas) y préstamos (531 empresas).



Adaptado de Deloitte (2017)

Del mismo modo, de acuerdo a la consultora internacional KPMG(2019), dentro de las 100 Fintech más grandes en el mundo, se puede ver que las categorías con mayor presencia son las de pagos y transferencias (27 empresas), gestión de patrimonio (19 empresas), seguros(17 empresas) y préstamos(15 empresas). Las regiones con mayor presencia dentro del ranking de las Fintech líderes en el mundo (KPMG,2019) son Asia con 34 Fintechs, la región de Europa (sin contar al Reino Unido), medio oriente y África con 25 Fintechs; el continente de América con 22 Fintechs y el Reino Unido con 11 Fintechs .

Finalmente, en Vietnam, país en el cual se desarrolló el modelo base empleado en el presente trabajo, el sector Fintech se enfoca principalmente en atender a la

población no bancarizada el cual representa el 37% del total de la población, lo que lo pone por detrás de otros países del sudeste asiático, como Singapur, Malasia y Tailandia donde hay más del 90% de bancarización, cuando se habla de inclusión financiera. Este sector, sin embargo, también ha ido creciendo en Vietnam y solo en el 2019 se realizaron transacciones por 9 mil millones en este tipo de servicios y se espera que para el 2025 llegue a los 22 mil millones. Por otro lado, los segmentos con mayor participación son las de medios de pagos digitales, de ahorros y de préstamos (Solidiance, 2020)

1.2. Desarrollo y Crecimiento a nivel Latinoamérica

A nivel de Latinoamérica, el sector Fintech también ha crecido de manera rápida en los últimos años, pues de acuerdo a Vodanovic Legal (2019), la región presenta ratios de crecimiento anual de 60.5% en promedio en los principales mercados del sector Fintech.

Tabla 4: Fintech en Latinoamérica

Categoría	N° Fintech	% de participación
Pagos y Remesas	285	24.4%
Préstamos	208	17.8%
Gestión de finanzas empresariales	181	15.5%
Gestión de finanzas personales	90	7.7%
Financiamiento colectivo	89	7.6%
Tecnologías empresariales	71	6.1%
Negociación de activos financieros y mercados de capitales	61	5.2%
Gestión patrimonial	55	4.7%
Seguros	53	4.5%
Puntaje crediticio, identidad y fraude	47	4.0%
Banca digital	26	2.2%

Adaptado de Vodanovic legal (2019)

Al 2019, se puede encontrar 1230 Fintechs en Latinoamérica, siendo las

categorías de Fintech predominantes las de Pagos y remesas, de Préstamos y de Gestión de Finanzas Empresariales (Ver Tabla 4). Asimismo, las principales tecnologías utilizadas por las Fintech en Latinoamérica son la inteligencia artificial, Big data y tecnología para la elaboración de aplicaciones móviles.

Las Fintech en Latinoamérica se caracterizan por tener un enfoque dirigido a lograr la inclusión Financiera, pues aproximadamente el 40% de las Fintech en Latinoamérica buscan atender a personas o Pymes no bancarizadas o sub-bancarizadas (Vodanovic Legal, 2019).

Por otro lado, los países con mayor progreso y crecimiento en la región son Brasil y México, seguidos por Colombia y Argentina. (Finnovista, 2020).

En Brasil se puede encontrar alrededor de 771 Fintech al 2020 (Statista, 2020), lo que lo convierte en el país líder en la región. Asimismo, la categoría Fintech predominante en Brasil es la de pagos y transferencias. La regulación de las Fintech en este país ha ido mejorando pues se han publicado normas, tales como la de regulación del Crowdfunding (financiamiento participativo) y de los préstamos digitales, que han ayudado el desarrollo del sector.

En México se puede encontrar alrededor de 441 Fintech y el liderazgo del sector se comparte entre las categorías de préstamos y de pagos y transferencias (Finnovista, 2020). México es el segundo país con mayor número de Fintechs en la región y su crecimiento se ha dado principalmente gracias a que el país cuenta con una Ley Fintech, la cual sirve de marco jurídico para las actividades Fintech en México, regulando los servicios financieros que prestan las Fintech.

Colombia es uno de los países con mayor crecimiento en la región y al 2020 se pueden encontrar alrededor de 200 Fintechs, siendo la categoría de Fintech de préstamos la principal (Ernst and Young, 2020). Asimismo, Colombia cuenta con leyes que regulan la captación de recursos a través de depósitos electrónicos, remesas y el equity Crowdfunding. (Finnovista, 2020).

En el caso de Argentina, de acuerdo a la Cámara Argentina de Fintech (2020), al 2020 se pueden encontrar 270 Fintechs, siendo las fintechs de pagos y remesas y de préstamos las principales categorías. Asimismo, cuenta con normas que regulan el Crowdfunding (Global Fintech Index, 2020).

Finalmente, en el caso de Chile, al 2019 se pueden encontrar 112 Fintechs, siendo la categoría de pagos y transferencias la principal, seguido por la categoría de

gestión de finanzas empresariales. (Finnovista, 2019). Luego, en el caso de Uruguay, se han identificado 63 empresas al 2019 (CEPAL ,2019), siendo las categorías de Desarrollo de productos tecnológicos y de Préstamos las que comparten el liderazgo

Tabla 5: N° de Fintechs por país en Latinoamérica

País	N° de Fintech al 2020	Categoría principal	Fuente
Brasil	771	Pagos y transferencias	Statista, 2020
México	441	Préstamos / Pagos y transferencias	Finnovista, 2020
Argentina	270	Préstamos / Pagos y transferencias	Cámara Argentina de Fintech, 2020
Colombia	200	Préstamos	Ernst and Young, 2020
Chile	112 (al 2019)	Pagos y transferencias	Finnovista, 2019
Uruguay	63(al 2019)	Desarrollo de productos tecnológicos / Préstamos	CEPAL ,2019

Fuente: Elaboración propia en base a las fuentes: Statista, 2020; Finnovista, 2020; CámaraArgentina de Fintech, 2020; Ernst and Young, 2020; Finnovista, 2019 y CEPAL ,2019

En base a lo descrito anteriormente, se puede observar que en Latinoamérica, los países con mayor avance en la industria Fintech se enfocan principalmente en los sectores de pagos y transferencias o de préstamos. Asimismo, han logrado tener avances en el aspecto regulatorio, siendo México el primero en tener una ley Fintech.

2. Fintech en el Perú

En esta sección se explica el ecosistema Fintech en el Perú, para lo cual primero se explica el sector financiero peruano a fin de poder conocer más de la industria principal del sector Fintech, para luego explicar el sector bancario peruano, sector donde pertenecen las Fintech. Finalmente, se describe el sector Fintech en el Perú.

2.1. Sector Financiero en el Perú

El sector financiero es definido como el conjunto de organizaciones públicas y privadas por medio de las cuales se captan, administran y regulan los recursos financieros que se negocian entre los diversos agentes económicos del país (SBS, 2012). En el sistema financiero en el Perú entonces, operan empresas que actúan como intermediarios financieros, recibiendo dinero de las personas y empresas; para ofertarlo a las personas y empresas que lo necesitan.

En el sector financiero podemos encontrar a empresas del sistema bancario y no bancario, el sistema de seguros, el sistema privado de pensiones y el mercado de valores. Las empresas del sistema financiero se suelen diferenciar entre empresas de intermediación directa y las de intermediación indirecta. (SBS, 2012).

Por un lado, la intermediación indirecta hace referencia al mercado de valores, lugar donde recurren las personas naturales y jurídicas para invertir, buscando ganancias o financiación. En este escenario, la empresa que busca captar recursos interactúa de manera directa con el inversor y es por eso que se le denomina “intermediación directa”. Este tipo de intermediación está regulado por la Superintendencia de Mercado de Valores (SMV).

Por otro lado, cuando se habla de intermediación directa, se hace referencia al proceso en el que una persona jurídica o natural solicita un préstamo al banco y recibe dinero sin saber de dónde proviene; es decir, sin tener ningún contacto con el depositante cuyo dinero le es entregado en préstamo. De la misma manera, la persona (ahorrista) que realiza un depósito en una cuenta no sabe qué hará el banco con su dinero ni a quién se lo entregará en préstamo. Este tipo de intermediación está regulado por la Superintendencia de Banca y Seguros (SBS, 2012).

Finalmente, otra entidad importante en el sistema financiero es el Banco Central de Reserva (BCRP), el cual se encarga preservar la estabilidad monetaria (Banco Central de Reserva del Perú, 2019).

2.2. Sector Bancario en el Perú

La empresa bancaria es definida como aquella que busca recibir dinero de los usuarios ya sea en depósito o cualquier otra modalidad, para luego utilizarlo, además de su propio capital y el que adquiriera de otras fuentes de financiamiento para luego poder conceder crédito (SBS, 2012).

Dentro del sistema bancario peruano podemos encontrar a la banca múltiple, también llamada banca privada, comercial o de primer piso, la cual se encarga principalmente de realizar operaciones activas, la cual consiste en la colocación de créditos; y operaciones pasivas, la cual consiste en la captación de depósitos. El sector bancario se caracteriza por contar con distintos instrumentos de captación y canalización de recursos. Por otro lado, dentro de este sistema bancario también podemos encontrar empresas del estado, las cuales son el Banco de la Nación, el Banco Agropecuario, la Corporación Financiera de Desarrollo y el Fondo Mi vivienda (SBS, 2012).

Asimismo, dentro del sistema bancario también se encuentra otro tipo de empresas con una especialización más definida tales como empresas de arrendamiento financiero, empresas de factoring, almacenes generales de depósito y empresas de servicios fiduciarios. (SBS, 2012).

Por otro lado, en el Perú, los bancos comerciales más grandes son el Banco de Crédito del Perú, BBVA Continental, Scotiabank e Interbank (SBS, 2020)

El sector bancario es el principal sector donde entrarían las Fintech, sin embargo, hay Fintechs que por su naturaleza podrían entrar en otros sectores como en el mercado de valores, como en el caso del financiamiento participativo (Crowdfunding).

En el Perú, alrededor de 8.6 millones de peruanos son bancarizados, lo que representa al 51% del Perú urbano. Asimismo, el 57% de estos utiliza banca móvil y la banca por internet. Encuanto a los productos más utilizados, se encuentran las cuentas de ahorro (78%), tarjetas de crédito (24%) y préstamos personales (17%). Finalmente, en cuanto a financiamiento, alrededor de 68% tiene una deuda vigente con una entidad bancaria (IPSOS, 2020).

2.3. Ecosistema Fintech en el Perú

En Perú, el ecosistema Fintech ha ido creciendo a la par con el crecimiento del sector en América Latina, pues del 2019 al 2020, el número de Fintech ha pasado de 130 a 151, siendo el departamento de Lima, la región con el mayor número de estas, pues más del 90% se encuentra ubicada en Lima (Ernst and Young, 2020).

Las Fintech en el Perú se caracterizan por ser empresas jóvenes con menos de 3 años de fundación y la gran mayoría cuenta con plataformas web (74% de las empresas) o una aplicación móvil (13% de las empresas). Otras tecnologías usadas en menor medida son el Blockchain, Open Banking e Inteligencia Artificial. Por otro lado, el 51% de las Fintech factura mensualmente menos 10 mil soles mientras que el 24.3% factura entre 10 y 50 mil soles mensuales. (Asociación Fintech, 2020).

En cuanto a las categorías del sector Fintech, de acuerdo al estudio de Ernst and Young (2020), las principales categorías Fintech en el Perú son la de pagos y transferencias, financiamiento y tipo de cambio (Ver tabla 6)

Tabla 6: N° Fintech en Perú por categoría

Tipo de Fintech	N° Fintech
Financiamiento	33
Pagos y Transferencia	33
Cambio de divisas	27
Gestión de finanzas empresariales	21
Gestión de finanzas personales	10
Crowdfunding	9
Puntaje crediticio	7
Insurtech	6

Adaptado de: Ernst and Young, 2020

Por otro lado, en cuanto a los principales bancos del país, estos también han utilizado las nuevas tecnologías para mejorar la forma en la que ofrecen servicios financieros. En el caso del Banco de Crédito del Perú, por ejemplo, uno de los productos más reconocidos es Yape, el cual permite a los clientes del BCP realizar transferencias con solo tener el número celular del destinatario y al 2020 ha alcanzado 2 millones de usuarios. Asimismo, la aplicación PLIN, de los bancos BBVA, Interbank, Scotiabank y Banbif, permite realizar transferencias inmediatas y sin costos entre estos 4 bancos. (García, 2020).

En cuanto a la regulación, si bien aún no existe una Ley Fintech que regule el sector como en México, ya existen normas que supervisan ciertas actividades del sector. Una de estas es el decreto que promueve el financiamiento de las Mipymes, emprendimientos y Startups, el cual establece un marco jurídico para que la Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) pueda regular y supervisar la actividad de financiamiento participativo (Crowdfunding) (Cámara de Comercio de Lima, 2020). No obstante, la ausencia de regulación aún sigue siendo un obstáculo en el crecimiento de las Fintech pues, de acuerdo a Vodanovic Legal (2019), en el Perú muchas de las propuestas tecnológicas no pueden ejecutarse de modo efectivo debido a las barreras normativas y legales que pueden surgir. Asimismo, la falta de regulación genera incertidumbre respecto a la protección otorgada a las inversiones, lo que genera poca confianza en los posibles inversionistas.

3. Fintech de Financiamiento Alternativo en el Perú

En esta sección se describe el sector Fintech de Financiamiento Alternativo en el

Perú, para lo cual primero se explica en qué consiste esta categoría de Financiamiento, cuales son los tipos de Fintechs de financiamiento y cuáles son los beneficios de esta categoría. Finalmente, se examinará la demanda y oferta de esta categoría de Fintech.

3.1. Fintech de Financiamiento

Las Fintech de Financiamiento hacen referencia a plataformas que facilitan la obtención de recursos a individuos o empresas. Dentro de las Fintech de Financiamiento se pueden encontrar a las de Financiamiento Colectivo, también conocido como Crowdfunding, las cuales son plataformas digitales mediante las cuales las personas aportan sus recursos financieros a individuos, proyectos o compañías. Sin embargo, el presente trabajo se enfocará en las Fintech de Financiamiento alternativo, también conocidas como lending, las cuales son plataformas que facilitan el crédito en línea a individuos o empresas con fondos de inversionistas individuales o inversores institucionales (Cuya, 2020). Dentro de las Fintech de financiamiento alternativo podemos encontrar los siguientes tipos (Ver Anexo D):

- Préstamos en balance: Son plataformas operadas por una entidad que directamente provee préstamos en línea a negocios o consumidores, es decir, son empresas que ofrecen préstamos directamente al cliente
- Préstamos P2P (Crowdlending): Plataforma donde personas proveen préstamos en línea a negocios o consumidores (se conecta al prestatario y al inversionista). En este tipo el riesgo de pérdida financiera si el préstamo no se paga es del inversionista y no de la plataforma.
- Negociación de factura (Factoring): Plataforma en línea donde personas o entidades compran facturas o cuentas por pagar de una empresa con un descuento u ofrecen préstamos respaldados por ellos.

En cuanto a los beneficios de las Fintech de financiamiento alternativo, estas representan una oportunidad para que Mipymes, familias en situación vulnerable, usuarios en zonas rurales, adultos mayores, gente joven, entre muchas otras, cuenten con más opciones de financiamiento, lo que hace posible generar una mayor inclusión financiera. En el caso de las pymes por ejemplo, existe una baja proporción que acceden a préstamos, y esta brecha de financiamiento los lleva a extinguirse o quedarse chicos, por lo que las Fintech de financiamiento representan una forma de acceso a crédito. (Cuya, 2020)

3.2. Demanda y Oferta de las Fintech de financiamiento en el Perú

De acuerdo a Martín Huapaya, la demanda de este tipo de Fintech ha ido creciendo en temas de desarrollo en los últimos años debido a que las personas han ido ganando mayor proximidad con el tema de la digitalización. Inclusive hay grandes empresas que se han asociado o han comprado fintechs para poner sostener a clientes que se van inclinando cada vez más a la digitalización. (M. Huapaya, comunicación personal, 11 de noviembre de 2020). En el Perú, la oferta de las Fintech de financiamiento alternativo ha ido en crecimiento y dentro de las principales se puede encontrar a las mostradas en la tabla 7

Tabla 7: Fintechs de financiamiento alternativo en el Perú

Fintech	Descripción	Tipo
Finsmart	Plataforma que permite obtener liquidez inmediata conectando a pymes con inversionistas	Factoring
Innova Funding	Plataforma que conecta a empresas con inversionistas que ofertan una tasa de descuento por las facturas en una subasta online	Factoring
Ayllu	Plataforma que conecta a empresas que necesitan crédito con instituciones financieras	P2P
Prestamype	Plataforma que conecta a micro y pequeños empresarios que necesitan un préstamo para su negocio con inversionistas	P2P
Tienda pago	Plataforma que provee capital de trabajo a pequeños comerciantes con necesidades de financiamiento para proveerse de mercadería para su negocio	Préstamos en balance
Apurata	Plataforma de préstamos online que ofrece soluciones crediticias rápidas a solicitantes que no presenten un historial negativo en Infocorp u otra central de riesgos.	Préstamos en balance

Fuente: Elaboración propia en base a las fuentes Finsmart, 2020; Innova Funding, 2020; Ayllu, 2020; Prestamype, 2020; Tienda Pago, 2020; Apurata, 2020.

De igual forma, menciona que los clientes de las Fintech de financiamiento, son pequeñas o medianas empresas formales que atienden a grandes empresas o grandes corporaciones, y necesitan mover su dinero y capital para seguir haciendo colocaciones de sus servicios o de sus mercaderías. Hace hincapié en que en el caso de las Fintech de factoring, estas empresas son formales, pues emiten facturas, lo cual es necesario para

llevar a cabo el factoring.

Asimismo, estas empresas normalmente no están bancarizadas, aunque hay algunas que sí, pero no llegan a tener el mínimo de fondos para hacer operaciones con los bancos. De igual forma, de acuerdo a Juan Carlos Zamalloa, muchas de estas empresas están mal calificadas financieramente o simplemente no tienen calificaciones (J. Zamalloa, comunicación personal, 10 de noviembre de 2020)

4. Pequeñas Empresas del sector servicios en el Perú

En esta sección se describe a las pequeñas empresas del sector servicios en el Perú, las cuales son el sujeto de estudio del presente trabajo. Para esto, primero examina el sector empresarial en el Perú y luego el sector de la micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú, haciendo mayor énfasis en las pequeñas empresas. Finalmente, se describe el sector de servicios en el Perú

4.1. Sector empresarial en el Perú

De acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019), a diciembre del 2018 hay 2 millones 393 mil 33 empresas, de las cuales el 94,9% son microempresas, el 4,2% son pequeñas empresas, el 0,6% son grandes y medianas empresas y el 0,3% son empresas de administración pública (Ver tabla 8)

Tabla 8: Distribución del total de empresas en el Perú

Segmento empresarial	2017	2018		Variación% 2018/2017
		Absoluto	Porcentual	
Total	2303511	2393033	100%	3.9%
Microempresa	2183121	2270423	94.9%	4.0%
Pequeña empresa	98942	100443	4.2%	1.5%
Gran y mediana empresa	13898	14281	0.6%	2.8%
Administración pública	7550	7886	0.3%	4.5%

Adaptado de Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019)

En el caso de Lima Metropolitana, existen 1 millón 106 mil 853 empresas representando el 46,2 % del total de empresas, lo que la convierte en el departamento con mayor número de empresas, seguido por Arequipa con el 5,6% La Libertad con 5,3% y Piura con 4,3%. De igual forma, el departamento de Lima también es el que concentra el mayor número de pequeñas empresas (57 mil 822), con el 57,6% del total.

4.2. Micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú

En el Perú, las Micro, pequeñas y medianas empresas, también conocidas como Mipymes, se establecen de acuerdo a la ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial publicado en 2013 (El Peruano), y se distinguen de la siguiente forma:

- Microempresa: Empresa cuyas ventas anuales no exceden de 150 UIT¹.
- Pequeña Empresa: empresa cuyas ventas anuales sobrepasan las 150 UIT pero no exceden de 1,700 UIT.
- Gran y Mediana Empresa: empresa cuyas ventas anuales sobrepasan las 1,700 UIT pero no exceden de 2,300 UIT

En el caso de las Mipymes (micro, pequeñas y medianas empresas), estas representan alrededor del 99,0% del total de empresas y han tenido una tasa de crecimiento de 6,2% entre los años 2014-2018 (Ver tabla 9)

Tabla 9: Crecimiento de número de Mipymes en el Perú (2014-2018)

Año	2014	2015	2016	2017	2018	Var. 2018/17	Tasa de crecimiento 2018/2014
Total Mipymes	1 869 195	2 027 783	2 108 401	2 286 625	2 375 606	3,9	6,2
Micro empresas	1 787 857	1 933 525	2 011 153	2 183 121	2 270 423	4,0	6,2
Pequeñas empresas	77 503	89 993	92 789	98 942	100 443	1,5	6,7
Medianas Empresas	3 835	4 265	4 459	4 562	4 740	3,9	5,4

Adaptado de Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019)

No obstante, de acuerdo al Ministerio de Producción (2017), un 48.4% de pymes no están inscritas en SUNAT y solo el 6% de las mipymes accede al sistema financiero regulado, lo cual representa un problema de acceso de financiamiento (Ver tabla 10). De igual forma, solo en el 2020, un 15% de emprendimientos dejaron de operar por falta de fuentes de financiamiento (Emprende UP, 2020).

¹ UIT=Unidad Impositiva Tributaria, en el 2020 era equivalente a 4300 soles

Tabla 10: Porcentaje de empresas con acceso a financiamiento

	Número de empresas registradas en Sunat	Número de empresas registradas en el Sistema Financiero Diciembre 2017	% Participación en el Sistema Financiero
Microempresa	1,836,848	83,839	4.6%
Pequeña	60,702	28,116	46.3%
Mediana	2,034	1,269	62.4%
Mipyme	1,899,584	113,224	6.0%

Adaptado de Produce (2017)

4.3. Sector servicios en el Perú

En el Perú las principales actividades económicas son aquellas que concentran una mayor cantidad de empresas, generan una alta cantidad de empleos o generan una importante riqueza para el país. Estas actividades, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019) son las siguientes:

- **Manufactura:** Actividades económicas que realizan la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos
- **Comercio:** Empresas que se dedican a la reparación de vehículos automotores y motocicletas, comercio al por mayor y comercio al por menor.
- **Servicios:** Integrado por distintas actividades, que tienen como cualidad principal, cambiar las condiciones de las unidades que los consumen o agilizar el intercambio de productos o de activos financieros.

En el caso de sector de servicios, este engloba diversas actividades tales como transporte, servicios de comidas, alojamiento, etc. (Ver tabla 11). Asimismo, existen 992 776 empresas de servicios, de los cuales el 94,8% son microempresas, el 3,9% pequeñas empresas, 0,5% gran y mediana empresas, y el 0,8% pertenece a la administración pública.

Tabla 11: Actividades del sector de servicios en el Perú

Actividad económica	2018	
	Absoluto	Porcentaje
Nacional	992 776	100,0%
Transporte y almacenamiento	131 263	13,2%
Actividades de alojamiento	25 114	2,5%
Servicios de comidas y bebidas	191 428	19,3%
Información y comunicaciones	54 725	5,5%
Actividades inmobiliarias	16 126	1,6%
Servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial	233 196	23,5%
Actividades de agencias de viaje y operadores turísticos	8 707	0,9%
Actividades de enseñanza	28 756	2,9%
Actividades de atención de la salud humana	27 536	2,8%
Actividades artísticas, entretenimiento y recreación	18 818	1,9%
Salones de belleza	35 045	3,5%
Otros servicios ²	222 062	22,4%

Adaptado de Instituto Nacional de Estadística e Informática (2019)

En cuanto al ámbito geográfico, Lima es el departamento con mayor número de empresas de servicios con 458 mil 742 empresas (46,2%). Asimismo, en relación a las pequeñas empresas, en el departamento de Lima hay 24 mil 134 pequeñas empresas que realizan actividades del sector de servicios (INEI, 2020)

² Incluye financieras, seguros, administración pública y otras actividades de servicios

5. Factores Contextuales que influyen en la intención de uso de Fintech deFinanciamiento

En esta sección se describe los factores contextuales que, de acuerdo a entrevistas realizadas a expertos en el tema y a la revisión de fuentes contextuales, influyen en la intención de uso de Fintech de Financiamiento. Asimismo, se menciona su opinión acerca de los factores que componen el modelo elegido para esta investigación.

5.1. Apoyo del gobierno

El factor de apoyo del gobierno hace referencia a la ayuda que se puede originar gracias al gobierno en términos de una mayor publicidad por parte de este a las Fintech, y a la ayuda en términos regulatorios y de supervisión. En base a esto, María Laura Cuya (2020), CEO y fundadora de Innova Funding, indica que el apoyo del gobierno es clave, pues la presencia de supervisores, reguladores y un gobierno con un marco institucional pro Fintech pueden enfrentar mejor las graves brechas del país en el frente de inclusión financiera y apoyar con el desarrollo de las Fintech.

Sin embargo, para Juan Carlos Zamalloa, fundador de Ayllu, el apoyo del gobierno no es necesariamente positivo pues un marco regulatorio haría que se eleven los costos operativos pues se tendrían que recurrir a costos que antes no se pedían. No obstante, indica que un marco regulatorio si sería positivo por el lado del inversionista. Por otro lado, indica el gobierno no ha participado en el tema de publicidad hacia las Fintech, pero que este si sería positivo para que más personas opten por este servicio. (J. Zamalloa, comunicación personal, 10 de noviembre de 2020)

En el caso de Martín Huapaya, fundador de Finsmart, indica que el marketing siempre ayuda y es un factor importante para el desarrollo de una Fintech. De igual forma, menciona que tanto el tema de publicidad y el marco que pueda generar una ley Fintech puede ayudar a que la demanda crezca. Asimismo, menciona que la ley Fintech que regularía a este sector, si bien puede generar mayores costos de ingreso, se dará mayor seguridad a los inversionistas, grupos de interés y clientes. Finalmente, menciona que puede haber una correlación entre el apoyo del gobierno y la percepción de riesgo, pues aproximadamente en el 20% de los registros que se danen Finsmart, se pregunta por el marco regulatorio en el que actúa la empresa y cuáles son los riesgos que pueden darse. (M. Huapaya, comunicación personal, 11 de noviembre de 2020)

En base a lo descrito anteriormente, se observa que el apoyo del gobierno si es un factor contextual importante y que influencia en la intención de uso de este tipo de

servicios. Asimismo, existe una correlación entre el apoyo del gobierno y la percepción de riesgo.

5.2. Precio y Velocidad

De acuerdo a Martín Huapaya, el precio si es un factor que influye en la intención de uso de los servicios Fintech, sin embargo, hay otros factores que son más importantes como lo es la velocidad en ofrecer el servicio. Este experto menciona que la velocidad se valora por encima del precio, y que si se llega a valorar más el precio que la velocidad es debido a que un cliente ya trabaja con otras Fintech que le brinda un servicio parecido, por lo que realiza comparaciones entre las Fintech. No obstante, hace hincapié en que igual es necesario mantener un precio competitivo.

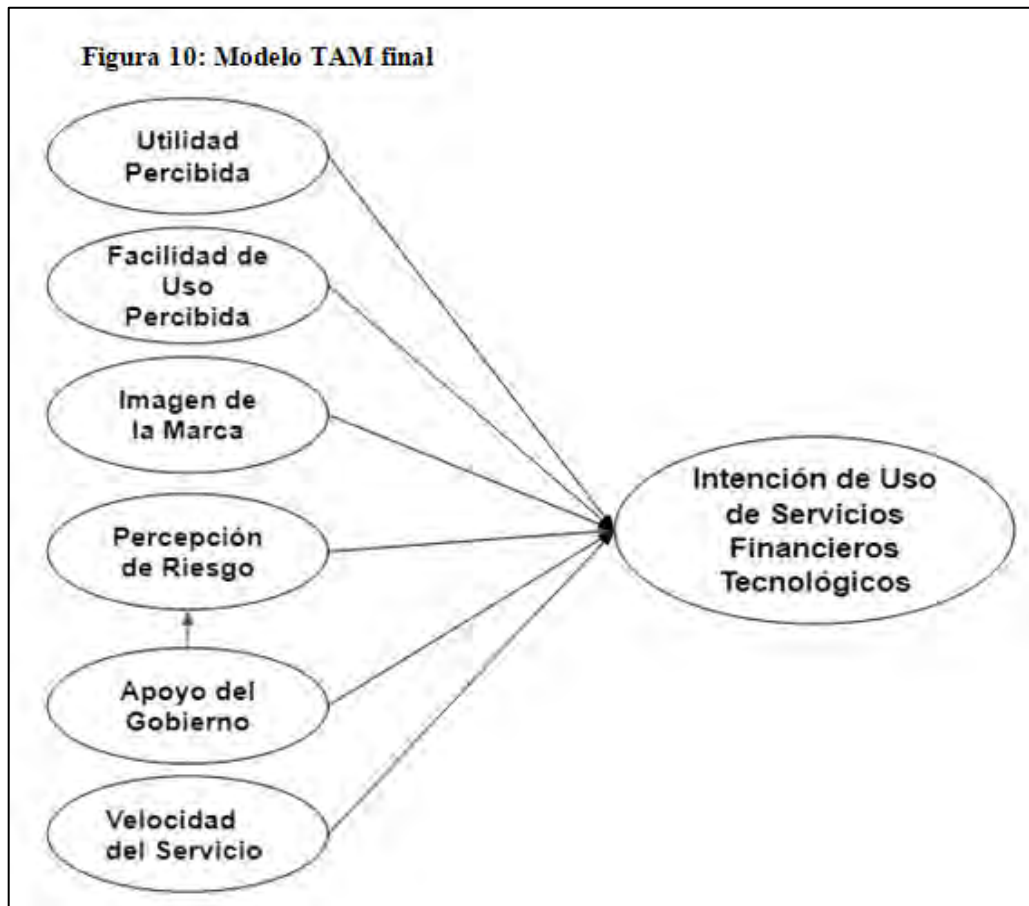
Para Juan Carlos Zamalloa el precio no es factor determinante, pues menciona que para una empresa que no está atendida por el sistema financiero tradicional y que tiene como principal objetivo conseguir crédito rápido, las Fintech serán una opción, y que estas pueden tener precios altos pero son más flexibles y no le negaran el financiamiento, por lo cual las pymes optan por escoger este servicio a pesar del precio.

En ese sentido, se observa que si bien el precio puede llegar a ser un factor que influya en la intención de uso, este no es un factor determinante, por lo que no se tomará en cuenta para el presente trabajo. Por otro lado, se observa que el factor de velocidad si influye en la intención de uso de servicios Fintech de financiamiento.

Finalmente, en cuanto a los factores del modelo escogido (Utilidad percibida, Facilidad de uso, Percepción de riesgo, Imagen de la marca y la Innovación del usuario), Juan Carlos Zamalloa indica que la Imagen de la marca es probablemente el factor más importante entre todos, seguido por la facilidad de uso. Por otro lado, para Martín Huapaya, la Utilidad Percibida, seguida por la percepción de riesgo, son los factores más importantes. La innovación del usuario por el contrario, es para ambos el factor menos determinante entre estos 5 factores. Ante esto, Martín Huapaya indica a diferencia de otros países, las Fintech de financiamiento en el Perú se usan por un tema de necesidad, más no por tendencia a usar lo que se está usando ahora en el mundo.

En ese sentido, a partir de lo hallado en las entrevistas a expertos, para la presente investigación se incluyen los factores de Velocidad y Apoyo del gobierno como factores que influyen en la intención de uso de servicios Fintech. Por otro lado, no se incluye el factor de Innovación del usuario, debido a que de acuerdo a los expertos, en el contexto peruano, este no es un factor que influya en la intención de uso de servicios

Fintech de financiamiento. Asimismo, se establece una correlación entre los factores de Apoyo del gobierno y Percepción de riesgo.



El modelo final estaría conformado, en base tanto a la revisión de factores contextuales como a la literatura teórica y empírica, por 6 factores que influyen en la intención de uso de servicios financieros tecnológicos, siendo estos los factores de utilidad percibida, facilidad de uso percibida, percepción de riesgo, imagen de marca, apoyo del gobierno y la velocidad del servicio (Ver figura 10).

CONCLUSIONES

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar un modelo de referencia que permita encontrar los factores que influyen en la intención de uso de las Fintech de Financiamiento Alternativo en Lima Metropolitana por parte de pequeñas empresas del sector de servicios. En ese sentido, la construcción del modelo de referencia se realizó en base a los principales conceptos estudiados, los cuales fueron Fintech de financiamiento alternativo, intención de uso, pequeñas empresas y factores que influyen en la intención de uso de servicios Fintech, para lo cual se hizo revisión de literatura teórica y empírica, además de revisión de información del contexto de estudio. El modelo base que se seleccionó fue el TAM, debido a que en base a la revisión de estudios empíricos, este modelo es el que presenta una mayor efectividad en encontrar los factores que influyen en la intención de uso de servicios financieros tecnológicos.

Sobre la base del objetivo general se plantearon tres objetivos específicos teóricos, siendo el primer objetivo específico describir el concepto, categorías y beneficios de las Fintech. En ese sentido se hizo revisión de la literatura de distintas definiciones de las Fintech. Así se llegó a la conclusión de que las Fintech son Startups o empresas financieras o aseguradoras establecidas que apoyados en la tecnología brindan servicios financieros innovadores logrando transformar los servicios existentes para satisfacer las necesidades de clientes. En el caso las categorías existentes, se pudo encontrar que estas varían de acuerdo al contexto, siendo la que más se aproxima al contexto peruano la distinción realizada por Ernst and Young (2020), la cual propone 8 categorías diferentes. Finalmente se observa que en cuanto a los beneficios, la implementación de nuevas tecnologías hace posible proveer servicios financieros más eficientes, rápidos y con mayor alcance

Luego, el siguiente objetivo específico teórico fue examinar modelos teóricos y estudios empíricos enfocados en la intención de uso de servicios Fintech. Respecto a este objetivo, en base a la revisión de la literatura teórica, dentro de la cual se encuentran los autores Venkatesh y Davis (1996, 2000), Ajzen y Fishbein (1975), se observó que la intención de uso de servicios tecnológicos financieros está marcada por distintos factores, siendo la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida, los factores básicos que influyen en la intención de uso de acuerdo al modelo TAM. Del mismo modo, en base a la revisión de la literatura empírica, se observó que hay ciertos factores que influyen recurrentemente en la intención de uso de servicios Fintech, ya sea de forma positiva o negativa. Estos factores son la imagen de la marca, la innovación del usuario y

la percepción del riesgo. Sin embargo, es importante mencionar que estos pueden variar de acuerdo al contexto de estudio.

Finalmente, el último objetivo específico teórico fue identificar el modelo más adecuado sobre los factores que influyen en la intención de uso por servicios Fintech. En cuanto a esto, se concluyó que el modelo de Van, Ngoc y Quang (2019), es el modelo teórico más adecuado, pues es el modelo que incluye los factores más recurrentes entre los estudios empíricos revisados. En ese sentido, los factores influyentes en la intención de uso en base el modelo de Van, Ngoc y Quang (2019), son los siguientes:

- Utilidad percibida: Percepción que un individuo tiene acerca de cómo la tecnología puede mejorar en rendimiento y eficacia su trabajo. (Davis, 1989).
- Percepción de facilidad de uso: Grado en el que un individuo considera que la tecnología será fácil de usar (Davis, 1989).
- Imagen de la marca: Activo intangible con valor económico que permite la diferenciación entre empresas y la generación de efectos positivos en los usuarios (Hu, Ding, Li, Chen & Yang; 2019)
- Percepción de riesgo: Percepción de riesgo financiero y de privacidad que los usuarios perciben cuando hacen uso de servicios Fintech. (Hu, Ding, Li, Chen & Yang; 2019).
- Innovación del usuario: Grado de predisposición del usuario a experimentar con nuevas tecnologías (Chávez, Miranda, Quispe & Robles; 2019).

Por otro lado, se plantearon cinco objetivos específicos contextuales con el fin de conocer los factores y dinámicas contextuales que influyen en el tema de investigación. El primer objetivo específico contextual buscaba describir el desarrollo y crecimiento de las Fintech a nivel mundial, en donde se observó que el sector ha ido creciendo considerablemente alrededor del mundo, con mayor proporción en Asia, Europa y los Estados Unidos. Asimismo, se pudo ver que a nivel latinoamericano el ecosistema Fintech también ha crecido, siendo Brasil y México los países con mayor avance.

Luego, el segundo objetivo contextual buscaba describir el sector financiero peruano y sus características, en especial el ecosistema Fintech en Lima metropolitana. En cuanto a este objetivo se observó que el crecimiento en cuanto a número de Fintechs ha ido a la par con el crecimiento de la región, habiendo actualmente 156 fintechs en el Perú, siendo las Fintech de Financiamiento y las de pagos y transferencias las de mayor número de Fintechs. Sin embargo, si bien las Fintech pertenecen al sector financiero peruano, aún no hay una ley que regule el sector Fintech, lo cual representa un obstáculo

para el crecimiento de esta industria

El tercer objetivo específico contextual fue examinar la demanda y oferta de las Fintech de Financiamiento Alternativo en Lima Metropolitana, donde se observó que la oferta ha ido creciendo en los últimos años, gracias a una mayor digitalización por parte de las personas. Asimismo, se encontró que dentro de las Fintech de Financiamiento hay 3 tipos, siendo estas las de préstamos en balance, Crowdlending y factoring. Por otro lado, se observó que los principales clientes son las pequeñas o medianas empresas que normalmente no se encuentran bancarizadas y se encuentran en búsqueda de nuevas alternativa de financiamiento

El cuarto objetivo fue el de examinar el contexto de las pequeñas empresas del sector deservicios en Lima Metropolitana, en donde se observó que el sector de pequeñas empresas representa una parte importante de la economía del país. Sin embargo, aún existe una brecha de financiamiento que obstaculiza que estas empresas puedan seguir creciendo, pues no todas logran acceder al sistema financiero regulado. En ese sentido, se puede concluir que las Fintech de financiamiento representan una oportunidad para que estas empresas puedan obtener el financiamiento necesario.

Finalmente, el último objetivo específico buscaba identificar la inclusión de factores contextuales en el modelo seleccionado previamente de acuerdo a la revisión de la literatura. En ese sentido, se concluyó que, en base a las entrevistas realizadas a expertos, al modelo de Van, Ngoc y Quang (2019) era necesario incluir el factor de apoyo del gobierno pues un mayor apoyopor parte de gobierno en términos de publicidad y en la generación de una ley que regule el sector podría impactar positivamente en la intención de uso de Fintechs de financiamiento alternativo en el Perú. Asimismo, se observó que la velocidad del servicio es un factor que influye en la intención de uso pues las empresas desatendidas por el sistema financiero tradicional, buscan obtener financiamiento en el menor tiempo posible. Por último, se concluyó que el factor de innovación del usuario, no es un factor que influye en el Perú, pues el uso de estas Fintech en el Perú se da por un tema de necesidad de obtener financiamiento, más no por la necesidad de usar lo que está en tendencia actualmente, lo cual muestra un contraste entre contextos, pues en Vietnam, el factor de innovación del usuario fue el factor con mayor impacto en la intención de uso.

En ese sentido el modelo de referencia de los factores que influyen en la intención de uso de las Fintech de Financiamiento Alternativo en Lima Metropolitana por parte de pequeñas empresas del sector de servicios está compuesto por los factores

de utilidad percibida, facilidad de uso percibida, percepción de riesgo, imagen de marca, apoyo del gobierno y la velocidad del servicio

1. Ruta para futuras investigaciones

Lo anteriormente mencionado proporcionó información valiosa para poder comprender cuáles son los principales factores que influyen en la intención de uso de las Fintech de financiamiento por parte de las pequeñas empresas del sector de servicios en el Perú, lo cual permitirá a futuras investigaciones contar con un marco de referencia para analizar los factores principales. Estas futuras investigaciones tendrían un enfoque cuantitativo con alcance correlacional que permita encontrar la relación que hay entre los factores propuestos y también ver la intensidad de la relación que existe entre estas, para lo cual se recomienda usar un diseño de tipo encuesta como estrategia general y usar encuestas como técnica de recolección de información. Asimismo, se recomienda hacer uso de la estadística descriptiva y correlacional, específicamente realizar un análisis factorial que permita estudiar los factores encontrados

El estudio a realizarse se efectuaría a un sector Fintech en específico y en cuanto al sujeto de estudio se recomienda enfocar el trabajo en uno en específico, ya sea pequeñas empresas, medianas, grandes empresas, etc. de un determinado sector, dado el número de sectores existentes en el Perú. En ese sentido una futura investigación podría estar enfocada en emprendimientos de Lima, donde el objetivo general podría ser determinar los factores que influyen en la intención de uso de Fintechs de financiamiento alternativo por parte de emprendimientos de Lima, donde la hipótesis sería que los factores encontrados en el presente trabajo (utilidad percibida, facilidad de uso percibida, percepción de riesgo, imagen de marca, apoyo del gobierno y la velocidad del servicio) influyen en la intención de uso de servicios Fintech (en Anexo C se tiene una matriz de consistencia propuesta).

REFERENCIAS

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. doi:10.1016/0749-5978(91)90020-T
- Ames, G. (2018). *Las fintech y su incidencia en la inclusión financiera en Perú (2015-2017)* (tesis de pregrado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.
- Apurata. (2020). Apurata. Recuperado de: <https://apurata.com/>
- Arner, D.W., Buckley, R.P., Zetsche, D.A., & Veidt, R. (2020). Sustainability, FinTech and Financial Inclusion. *Eur Bus Org Law Rev* 21, 7-35. doi: 10.1007/s40804-020-00183-y
- Asociación Fintech Perú. (2020). *Reporte Fintech Perú durante la pandemia 2020* (Reporte) Recuperado de: <https://www.fintechperu.com/reportes-fintech-peru-durante-pandemia-2020/>
- Ayllu. (2020) Ayllu Finanzas Online.
- Banco Central de Reserva del Perú. (2019). Banco Central de Reserva del Perú. (Folleto). Recuperado de: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/sobre-el-bcrp/folleto/folleto-institucional.pdf>
- Boone, L. (2020). Financial technology (Fintech). *Salem Press Encyclopedia*.
- Bosnjak, M., Ajzen, I., & Schmidt, P. (2020). The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications. *Europe's Journal of Psychology*, 16(3), 352-356. doi:10.5964/ejop.v16i3.3107
- Bottalico, B. (2011). Cognitive Neuroscience, Decision Making and the Law. *European Journal of Risk Regulation*, 2(3), 427-432. Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/24323106>
- Cámara de Comercio de Lima. (2020). Expansión Fintech. *La Cámara*. Recuperado de: https://apps.cameralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion914/revista_digital_914.pdf
- Cámara Argentina de Fintech (2020). Argentina es la tercera economía Fintech de Latinoamérica. Cámara Argentina de Fintech. Recuperado de: <https://camarafintech.com.ar/argentina-es-la-tercera-economia-fintech-de-latinoamerica/>
- Carballo, I., & Dalle-Nogare, F. (2019). Fintech e inclusión financiera: los casos de México, Chile y Perú. *Revista CEA*, 5(10), 11-34. <https://doi.org/10.22430/24223182.1441>
- Cárdenas, M., & Escaffi, C., (2018). *Identidad corporativa: fuerza e imagen de la marca a través del logotipo*. Lima, Perú: Gestión 360.

Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/gestion360/2018/03/11/identidad-corporativa/>

- Carney, M. (2017). The promise of Fintech: Something new under the sun? En M. Carney (Ed.), *Digitising finance, financial inclusion and financial literacy*. Wiesbaden, Germany: Bank of England. Recuperado de: <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/speech/2017/the-promise-of-fintech-something-new-under-the-sun.pdf?la=en&hash=0C2E1BBF1AA5CE510BD5DF40EB5D1711E4DC560F>
- Chávez, J., Miranda, E., Quispe, N. & Robles, S. (2019). *Factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana* (tesis de maestría). Universidad ESAN. Lima, Perú
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2020). *Panorama de las Fintech: Principales desafíos y oportunidades para el Uruguay* (38). Recuperado de: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45727/1/S2000326_es.pdf
- Cortina, A. (2011). Neuroética: ¿Ética fundamental o ética aplicada? *Diálogo Filosófico*, 80, 205-224.
- Costa, J. (2004). *La imagen de marca. Un fenómeno social*. Barcelona: Paidós.
- Cuya, M. (2020a). Importancia y evolución de las fintech de financiamiento en el Perú. *PQS*. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/actualidad/importancia-evolucion-de-las-fintech-de-financiamiento-en-el-peru-entrevista>
- Cuya, M. (2020b). ¿Qué tipos de Fintech existen en el mercado?. *PQS*. Recuperado de <https://www.pqs.pe/actualidad/que-tipos-de-fintech-existen-en-el-mercado>
- Das, A., & Das, D. (2020). Perception, Adoption, and Pattern of Usage of FinTech Services by Bank Customers: Evidences from Hojai District of Assam. *Emerging Economy Studies* 6(1) 7–22. doi: 10.1177/2394901520907728
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. doi: 10.2307/249008
- Deloitte. (2017). *Fintech by the numbers: Incumbents, startups, investors adapt to maturing ecosystem*
- El Peruano (2013). *Texto único ordenado de la ley de impulso al desarrollo productivo y al crecimiento empresarial*. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-texto-unico-ordenado-de-la-ley-de-impulso-al-desarr-decreto-supremo-n-013-2013-produce-1033071-5/>
- Emprende UP (2020). El 15% de emprendimientos dejó de operar por falta de financiamiento. *PQS*. Recuperado de: <https://www.pqs.pe/emprendimiento/el-15-de-emprendimientos-dejo-de-operar-por-falta-de-financiamiento>

- Ernst and Young. (2020a). *UK Fintech: Moving mountains and moving mainstream*. Recuperado de: https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/en_gl/topics/emeia-financial-services/ey-uk-fintech-2020-report.pdf
- Ernst and Young. (2020b). *Guía Fintech Perú: Panorama legal y regulatorio para la inclusión financiera*. Recuperado de: https://www.ey.com/es_pe/law/guia-fintech
- Fernando, E., Suryanto, Surjandy, S., & Meyliana. (2019). Analysis of the influence of consumer behavior using FinTech services with SEM and TOPSIS. *Proceedings of 2019 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2019*, 93-97. doi:10.1109/ICIMTech.2019.8843843
- Finnovista. (2019). *El ecosistema Fintech en Chile crece un 49% en los últimos 18 meses*. Recuperado de: <https://www.finnovista.com/radar/el-ecosistema-fintech-en-chile-crece-un-49-en-los-ultimos-18-meses/>
- Finnovista. (2020a). *El número de startups Fintech creció un 26% en un año en Colombia, hasta las 200*. Recuperado de: <https://www.finnovista.com/wp-content/uploads/2020/05/Fintech-Radar-Colombia.pdf>
- Finnovista. (2020b). *El número de startups Fintech en México creció un 14% en un año, hasta las 441*. Recuperado de: <https://www.finnovista.com/radar/el-numero-de-startups-fintech-en-mexico-crecio-un-14-en-un-ano-hasta-las-441/>
- Finsmart. (2020). Finsmart. Recuperado de: <https://finsmart.pe/>
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1974). Attitudes towards objects as predictors of single and multiple behavioral criteria. *Psychological Review*, 81(1), 59-74. doi:10.1037/h0035872
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, Mass; Don Mills, Ontario: Addison-Wesley Pub. Co
- García, A. (2020) Yape vs PLIN en cuarentena: (4) - (4). *Gestión*. Recuperado de: <https://gestion.pe/blog/innovar-o-ser-cambiado/2020/06/yape4-plin4.html/>
- Gomber, P., Koch, J., & Siering, M. (2017). Digital finance and FinTech: Current research and future research directions. *Journal of Business Economics*, 87(5), 537-580. doi: 10.1007/s11573-017-0852-x
- Hahn, A., & Popan, E. M. (2020). Theory of reasoned action (TRA). *Salem Press Encyclopedia*.
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., & Yang, S. (2019). Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry*, 11(3) doi:10.3390/sym11030340
- Innova Funding. (2020). Innova Funding. Recuperado de: <https://www.innova-funding.com/>

- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2019). *Perú: Estructura Empresarial, 2018*. Lima, Perú: Autor
- Ipsos. (2020). Bancarización del peruano 2020. Recuperado de: <https://www.ipsos.com/es-pe/bancarizacion-del-peruano-2020#:~:text=51%25%20en%20el%20Per%C3%BA%20urbano,usan%20son%20los%20cajeros%20autom%C3%A1ticos>.
- Jin, C.C., Seong, L.C., & Khin, A.A. (2018). Factors affecting the consumer acceptance towards Fintech products and services in Malaysia. *International Journal of Asian Studies*, 9 (1), 59-65, doi:10.18488/journal.1.2019.91.59.65
- Joo, Y. J., Lee, H. W., & Ham, Y. (2014). Integrating user interface and personal innovativeness into the TAM for mobile learning in cyber university. *Journal of Computing in Higher Education*, 26(2), 143-158. doi:10.1007/s12528-014-9081-2
- Kaur, H., & Kaur, K. (2019). Connecting the dots between brand logo and brand image. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 11(1), 68-87. doi:10.1108/APJBA-06-2018-0101
- Kotler, P., y Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*. (13 ed.). México: Pearson Educación
- KPMG. (2019). *The Pulse of Fintech 2019*. Recuperado de: <https://home.kpmg/pe/es/home/insights/2019/08/the-pulse-of-fintech-2019.html>
- KPMG.(2020a). *Pulse of Fintech H1 2020*. Recuperado de: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/09/pulse-of-fintech-h1-2020.pdf>
- KPMG.(2020b). *2019 Fintech 100: Leading Global Fintech innovators*. Recuperado de: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/pe/pdf/Publicaciones/TL/2019Fintech100.pdf>
- Kundid, D., Pivac, S., & Vuković, M. (2019). Technology Acceptance Model for the Internet Banking Acceptance in Split. *Business Systems Research Journal*. 10. 124-140. 10.2478/bsrj-2019-022.
- Mamman, M., Faosiy, A., & Sufian, A. (2016) Factors Influencing Customer's Behavioral Intention to Adopt Islamic Banking in Northern Nigeria: a Proposed Framework. *IOSR Journal of Economics and Finance* 7(1) 51—55.
- MacFadden, J., & Schoech, D. (2010) Neuroscience, the Unconscious and Professional Decision Making: Implications for ICT, *Journal of Technology in Human Services*, 28:4, 282-294, DOI: 10.1080/15228835.2011.562636
- Miller, S. (2020). Disruptive innovation. *Salem Press Encyclopedia*.
- Ministerio de Producción (Produce). (2017). *Micro, pequeña y mediana empresas (mipyme)*. Recuperado de:

<http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>

- Ozili, P. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa Istanbul Review*, 18(4), 329-340. Doi: 10.1016/j.bir.2017.12.003.
- Palomino, G., Velásquez, V., Marcos Quispe, K., & Seclén, J. (2019). ¿Cómo innovan las fintech peruanas? Una aproximación a partir de un estudio de casos múltiple. *360: Revista De Ciencias De La Gestión*, (4), 38-66. doi: <https://doi.org/10.18800/360gestion.201904.002>.
- Prestamype. (2020). Prestamype. Recuperado de: <https://www.prestamype.com>
- PriceWaterhouseCoopers. (2019). *Crossing the lines: How Fintech is propelling FS and TMT firms out of their lanes*. Recuperado de: <https://www.pwc.com/gx/en/industries/financial-services/assets/pwc-global-fintech-report-2019.pdf>
- Puschmann, T. (2017). Fintech. *Business and Information Systems Engineering*, 59(1), 69-76. doi:10.1007/s12599-017-0464-6
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la lengua española*. (23ª ed.). Rekart, J. (2019). Neuroscience. *Salem Press Encyclopedia of Health*. California: Salem Press
- Riquelme, H., & Ríos, R. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328-341. doi:10.1108/02652321011064872
- Rojas, L. (2016). *La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la Banca. Disrupción tecnológica en el sector financiero*. Caracas: Corporación Andina de Fomento - CAF. Recuperado de: <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/976>
- Rumbo Económico (2020). *Sector fintech creció 16% este 2020*. Lima, Perú: Rumbo Económico. Recuperado de: <https://rumboeconomico.com/2020/09/11/sector-fintech-crecio-16-este-2020/>
- Ryu, H., & Sun, K. (2020). Sustainable Development of Fintech: Focused on Uncertainty and Perceived Quality Issues. *Sustainability*, 12(7669).
- Sarmiento, L., & Ríos J. (2017). Bases neurales de la toma de decisiones e implicación de las emociones en el proceso. *Revista Chilena de Neuropsicología*, 12(2), 32-37. ISSN: 0718-0551. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1793/179354005006>
- Solidiance. (2020). *Unlocking Vietnam's Fintech Potential*. Recuperado de: <https://ycpsolidiance.com/white-paper/unlocking-vietnams-fintech-potential>
- Statista. (2020). *Brazil: number of fintechs 2017-2020*. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/892680/brazil-number-fintech-startups/>

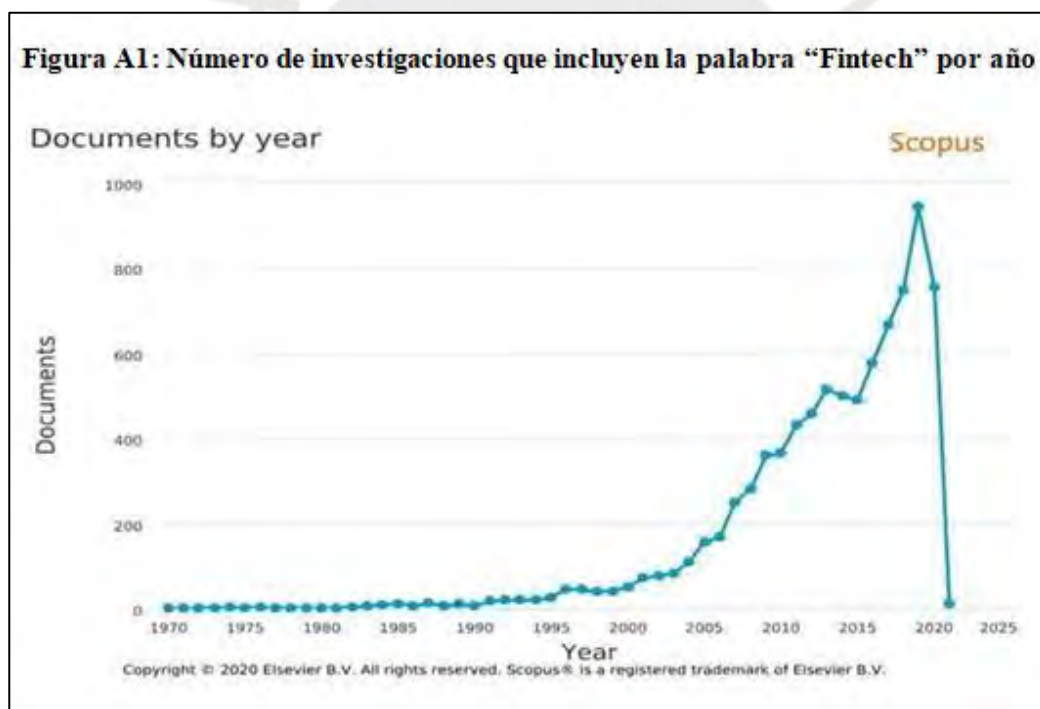
- Statista. (2020). *Number of Fintech startups worldwide 2020, by region*. Recuperado de: <https://www.statista.com/statistics/893954/number-fintech-startups-by-region/#:~:text=There%20were%208%2C775%20financial%20technology,in%20the%20Asia%20Pacific%20region.>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS]. (2012). *Programa de asesoría a docentes sobre el rol y funcionamiento del sistema financiero, de seguros, AFP y unidad de inteligencia financiera*
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS]. (2018). Los beneficios y las necesidades de las Fintech: Consideraciones para su regulación en el sistema financiero peruano. SBS Informa, (35). Recuperado de https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/BOLETIN-SEMANAL/2018/B_S_35-2018.pdf
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS]. (2020). *Información Estadística de Banca Múltiple*. Recuperado de: https://www.sbs.gob.pe/app/stats_net/stats/EstadisticaBoletinEstadistico.aspx?p=1#
- Thakor, A. (2020). Fintech and banking: What do we know?. *Journal of Financial Intermediation*, Volumen(41).
- Tienda Pago. (2020). Tienda Pago. Recuperado de: <https://www.tiendapago.com/>
- Van,L., Ngoc, N.H., & Quang, D. (2019). Factors affecting the intention to use Fintech services in Vietnam. En N. Anh (Ed.), *2nd International Conference on Contemporary Issues In Economics, Management and Business*. Hanoi, Vietnam: National Economics University Publishing House. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/340686399_FACTORS_AFFECTING_THE_INTENTION_TO_USE_FINTECH_SERVICES_IN_VIETNAM
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273-315. doi:10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences*, 27(3), 451-481. doi:10.1111/j.1540-5915.1996.tb00860.x
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). Theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204. doi:10.1287/mnsc.46.2.186.11926
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425-478. doi:10.2307/30036540
- Vodanovic Legal. (2019). *El panorama de la industria Fintech en Perú: Hacia un nuevo ecosistema colaborativo* (informe). Recuperado de https://vodanovic.pe/wp-content/uploads/2019/06/INFORME-FINTECH-VL-2019_Interactivo.pdf

Anexos

ANEXO A: Reporte Bibliométrico

Para la realización del reporte Bibliométrico, se utilizaron las bases de datos Scopus y Web of Science, lo cual sirvió para analizar la literatura relevante para la presente investigación. Para ello, se utilizaron las siguientes palabras claves, tanto en inglés como en español.

En primer lugar, se observa que las investigaciones relacionadas a la industria Fintech, ha ido creciendo a la par con el crecimiento de esta industria, pues el número de investigaciones que incluyen la palabra “Fintech” han ido aumentando considerablemente en los últimos años.



Asimismo, en cuanto a las investigaciones que incluyen “Intención de uso”, estas han ido incrementado y solo en el 2020 hubo 16256 investigaciones de este tema.



En cuanto a Icek Ajzen, autor de la Teoría de Acción Razonada y de la Teoría de Comportamiento Planificado, ha sido citado en más de 57 mil investigaciones.



Asimismo, las investigaciones que citan a Martín Fishbein, autor de la Teoría de Acción Razonada, han ido aumentando en los últimos años, llegando a tener más de 18 mil citas



Del mismo modo, las investigaciones que citan tanto la Teoría de Acción Razonada y de la Teoría de Comportamiento Planificado han ido aumentando considerablemente en los últimos años. En el caso de la teoría de Acción Razonada fue citada 173 veces en el 2020, mientras que la teoría de Comportamiento Planificado fue citada 1314 veces en 2020



Por otro lado, las citaciones a tanto Fred Davis como Viswanath Venkatesh, autores del modelo TAM, han ido aumentando considerablemente en los últimos años. En el casode Davis, este ha sido citado 55803 veces y solo en el 2020 ha sido citado 5394. En el caso de Venkatesh, ha sido citado 49476 veces y solo en el 2020 fue citado 5608 veces.

Figura A7: Número de investigaciones que citan al autor Davis, Fred



Figura A8: Número de investigaciones que citan al autor Venkatesh, Viswanath



Por último, el número de investigaciones que citan al Modelo de Aceptación Tecnológica (modelo TAM) también ha ido aumentando considerablemente y entre el 2006 y 2021 ha sido citado 22852 veces

Figura A9: Número de investigaciones que citan el Modelo de Aceptación Tecnológica



ANEXO B: Entrevistas a directivos de organizaciones Fintech

Tabla B1: Entrevistas a directivos de organizaciones Fintech

Organización	Nombre del entrevistado	Cargo	Fecha	Hora
Finsmart	Martin Huapaya	Gerente y sociofundador	11/11/2020	18:00
Ayllu	Juan Carlos Zamalloa	Gerente General	10/11/2020	19:40



ANEXO C: Matriz de consistencia propuesta

Figura C1: Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis Principal	Teorías y enfoques principales	Variables Generales	Enfoque, alcance, estrategia
Dificultad que experimentan las pequeñas empresas de poder acceder a fuentes formales de financiamiento	Análisis de los factores que influyen en la intención de uso de Fintechs de Financiamiento Alternativo por parte de Pequeñas Empresas del Sector de Servicios en Lima Metropolitana	Los factores Utilidad Percibida, Facilidad de uso Percibida, Imagen de Marca, Percepción de Riesgo, Apoyo del Gobierno y Velocidad del servicio influyen en la intención de uso de Fintechs de Financiamiento Alternativo por parte de Pequeñas Empresas del Sector de Servicios en Lima Metropolitana	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de Aceptación Tecnológica (Venkatesh, Davis; 1996) - Factores que influyen en la intención de uso de servicios Fintech (Van, Ngoc, Quang; 2019) 	Utilidad Percibida	<p>Enfoque cuantitativo, alcance correlacional, técnica de recolección mediante encuestas.</p> <p>Uso de la estadística descriptiva y correlacional, específicamente un análisis factorial que permita estudiar los factores encontrados.</p>
				Facilidad de Uso Percibida	
				Imagen de Marca	
				Percepción de Riesgo	
				Apoyo del Gobierno	
				Velocidad del servicio	