

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS

**LOS MEDIOS DE PAGO DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN
LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS MYPE DEL SECTOR
COMERCIO AL POR MENOR EN EL DISTRITO DE
MIRAFLORES, 2020-2021**

PRESENTADA POR

**ALVARO JESUS MURGUIA ESPINOZA
BRIAN ROSENDO SANCHEZ VIDAL**

ASESOR

VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ECONOMIA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO

LIMA – PERÚ

2023



CC BY

Reconocimiento

El autor permite a otros distribuir y transformar (traducir, adaptar o compilar) a partir de esta obra, incluso con fines comerciales, siempre que sea reconocida la autoría de la creación original

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**LOS MEDIOS DE PAGO DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA
LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO AL
POR MENOR EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2020-2021**

PRESENTADO POR

**MURGUIA ESPINOZA, ALVARO JESUS
SANCHEZ VIDAL, BRIAN ROSENDO**

ASESOR

Dr. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE CONTADOR PÚBLICO

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

ECONOMIA DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS Y EMPRENDIMIENTO

LIMA – PERÚ

2023

**LOS MEDIOS DE PAGO DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA
LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO AL
POR MENOR EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2020-2021**

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR

Dr. VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO

MIEMBROS

PRESIDENTE:

Dr. JUAN AMADEO ALVA GÓMEZ

SECRETARIO:

Dra. MARIA EUGENIA VASQUEZ GIL

MIEMBRO DE JURADO:

Dr. SABINO TALLA RAMOS

DEDICATORIA

A nuestros abuelos que siempre han estado a nuestro lado; por infundirnos el respeto, la humildad y el coraje para seguir adelante y enfrentar cualquier situación de este mundo.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradecer a Dios quien nos mantiene vivos y bien. Queremos darle las gracias a nuestros profesores, compañeros y amigos que compartieron sus enseñanzas,

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| PORTADA | i |
| TÍTULO | ii |
| DEDICATORIA | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| ÍNDICE | v |
| ÍNDICE DE TABLAS | viii |
| ÍNDICE DE FIGURAS | x |
| RESUMEN | xi |
| ABSTRACT | xiii |
| INTRODUCCIÓN | xv |
| CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| 1.1. Descripción de la Realidad Problemática | 1 |
| 1.1.1 Delimitación de la Investigación | 6 |
| 1.2. Formulación del Problema | 7 |
| 1.2.1 Problema Principal | 7 |
| 1.2.2 Problemas Secundarios | 7 |
| 1.3. Objetivos de la Investigación | 8 |
| 1.3.1 Objetivo Principal | 8 |
| 1.3.2 Objetivos Secundarios | 8 |
| 1.4. Justificación de la investigación | 8 |
| 1.4.1 Importancia de la investigación | 9 |
| 1.4.2 Viabilidad de la Investigación | 9 |
| 1.5. Limitaciones | 9 |
| CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO | 10 |

| | |
|--|----|
| 2.1. Antecedentes de la Investigación. | 10 |
| 2.1.1. Antecedentes Nacionales | 10 |
| 2.1.2. Antecedentes Internacionales | 12 |
| 2.2. Bases Teóricas | 14 |
| 2.2.1 Medios de pago digitales | 14 |
| 2.2.1.1 Marco Histórico | 14 |
| 2.2.1.2 Marco Legal | 15 |
| 2.2.1.3 Bases Teóricas | 16 |
| 2.2.2 Liquidez | 19 |
| 2.2.2.1 Marco Histórico | 19 |
| 2.2.2.2 Marco Legal | 21 |
| 2.2.2.3 Bases Teóricas | 23 |
| 2.3. Medios de pago digitales en la actualidad | 25 |
| 2.4. Definiciones de términos | 27 |
| CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES | 30 |
| 3.1. Hipótesis Principal | 29 |
| 3.2. Hipótesis Secundarias | 29 |
| 3.3. Operacionalización de Variables | 29 |
| 3.3.1 Variable Independiente: Medios de pago digitales | 29 |
| 3.3.2 Variable Dependiente: Liquidez | 31 |
| CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA | 32 |
| 4.1. Diseño Metodológico | 32 |
| 4.1.1 Tipo de Investigación | 32 |
| 4.1.2 Nivel de Investigación | 33 |
| 4.1.3 Método de Investigación | 33 |
| 4.1.4 Diseño de Investigación | 33 |

| | |
|--|----|
| 4.2. Población y Muestra | 33 |
| 4.3. Técnicas de recolección de datos | 36 |
| 4.4. Técnicas para el procesamiento de la información | 38 |
| 4.5. Aspectos Éticos | 38 |
| CAPÍTULO V: RESULTADOS | 40 |
| 5.1. Resultados de la Encuesta | 40 |
| 5.2. Contrastación de Hipótesis | 62 |
| 5.2.1 Hipótesis Principal | 62 |
| 5.2.2 Hipótesis Secundaria (a) | 66 |
| 5.2.3 Hipótesis Secundaria (b) | 69 |
| 5.2.4 Hipótesis Secundaria (c) | 72 |
| CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 76 |
| 6.1. Discusión | 76 |
| 6.2. Conclusiones | 78 |
| 6.3. Recomendaciones | 79 |
| FUENTES DE INFORMACIÓN | 81 |
| ANEXOS | 87 |
| ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA | 88 |
| ANEXO 2: CÁLCULO DEL ALFA DE CRONBACH MEDIANTE EXCEL | 89 |
| ANEXO 3: ENCUESTA | 90 |
| ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN | 94 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Las empresas del sector comercio y servicios en Miraflores, 2017- 2021 | 3 |
| Tabla 2. Operacionalización de Variable Independiente: Medios de pago digitales | 30 |
| Tabla 3. Operacionalización de Variable Dependiente: Liquidez | 31 |
| Tabla 4. Comercios al por menor en el distrito de Miraflores | 34 |
| Tabla 5. Comercios al por menor en el distrito de Miraflores | 36 |
| Tabla 6. Rangos de Nivel de Confiabilidad | 37 |
| Tabla 7. Cálculo del Alfa de Cronbach mediante Excel | 37 |
| Tabla 8. Encuesta: Pregunta 1 | 40 |
| Tabla 9. Encuesta: Pregunta 2 | 41 |
| Tabla 10. Encuesta: Pregunta 3 | 43 |
| Tabla 11. Encuesta: Pregunta 4 | 44 |
| Tabla 12. Encuesta: Pregunta 5 | 46 |
| Tabla 13. Encuesta: Pregunta 6 | 48 |
| Tabla 14. Encuesta: Pregunta 7 | 49 |
| Tabla 15. Encuesta: Pregunta 8 | 51 |
| Tabla 16. Encuesta: Pregunta 9 | 53 |
| Tabla 17. Encuesta: Pregunta 10 | 54 |
| Tabla 18. Encuesta: Pregunta 11 | 56 |
| Tabla 19. Encuesta: Pregunta 12 | 57 |
| Tabla 20. Encuesta: Pregunta 13 | 59 |
| Tabla 21. Encuesta: Pregunta 14 | 60 |
| Tabla 22. Resumen de procesamiento de casos | 63 |
| Tabla 23. Tabla cruzada: Medios de pagos digitales*Liquidez | 63 |
| Tabla 24. Contrastación de hipótesis principal | 64 |
| Tabla 25. Resumen de procesamiento de casos | 66 |
| Tabla 26. Tabla cruzada: Sistema de pagos Yape*Mejora en nivel de efectivo | 67 |
| Tabla 27. Contrastación de hipótesis secundaria (a) | 67 |
| Tabla 28. Resumen de procesamiento de casos | 70 |

| | |
|---|----|
| Tabla 29. Tabla cruzada: Sistema de pagos Plin*Control de pagos en línea por correo electrónico | 70 |
| Tabla 30. Contrastación de hipótesis secundaria (b) | 70 |
| Tabla 31. Resumen de procesamiento de casos | 73 |
| Tabla 32. Tabla cruzada: Sistema de pagos Tunki*Sistema de cobros a través de redes sociales | 73 |
| Tabla 33. Contrastación de hipótesis secundaria (c) | 74 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Crecimiento del PBI anual y la demanda interna en el Perú, año 2021 | 2 |
| Figura 2. Evolución de los medios de pago digitales | 15 |
| Figura 3. Medios de pago usados actualmente | 26 |
| Figura 4. Encuesta: Pregunta 1 | 41 |
| Figura 5. Encuesta: Pregunta 2 | 42 |
| Figura 6. Encuesta: Pregunta 3 | 44 |
| Figura 7. Encuesta: Pregunta 4 | 45 |
| Figura 8. Encuesta: Pregunta 5 | 47 |
| Figura 9. Encuesta: Pregunta 6 | 49 |
| Figura 10. Encuesta: Pregunta 7 | 51 |
| Figura 11. Encuesta: Pregunta 8 | 52 |
| Figura 12. Encuesta: Pregunta 9 | 54 |
| Figura 13. Encuesta: Pregunta 10 | 55 |
| Figura 14. Encuesta: Pregunta 11 | 57 |
| Figura 15. Encuesta: Pregunta 12 | 58 |
| Figura 16. Encuesta: Pregunta 13 | 60 |
| Figura 17. Encuesta: Pregunta 14 | 61 |
| Figura 18. Contrastación de Hipótesis Principal | 65 |
| Figura 19. Recuento de Variables X, Y | 66 |
| Figura 20. Contrastación de Hipótesis Secundaria (a) | 68 |
| Figura 21. Recuento de Variables X1, Y1 | 69 |
| Figura 22. Contrastación de Hipótesis Secundaria (b) | 71 |
| Figura 23. Recuento de Variables X2, Y2 | 72 |
| Figura 24. Contrastación de Hipótesis Secundaria (c) | 74 |
| Figura 25. Recuento de Variables X3, Y3 | 75 |

RESUMEN

El desarrollo del presente trabajo, “Los medios de pago digitales y su incidencia en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021”, primero se realiza un diagnóstico de la situación para poder identificar los problemas existentes en el área de estudio, luego en base a la información recibida se formula el problema y se formulan las metas principales e individuales. A partir de estos puntos se desarrollan las hipótesis, tanto principales como secundarias; los diversos capítulos que componen este trabajo están provistas de los argumentos necesarios que brindan un fuerte argumento para las hipótesis escritas anteriormente sobre la investigación. Asimismo, se ha procedido a desarrollar una metodología que se alinea con los parámetros establecidos en las directivas de grados y títulos de la facultad de la universidad para lograr objetivos predeterminados. Finalmente, se procede a la interpretación de los resultados, las correspondientes conclusiones y recomendaciones.

El objetivo del presente trabajo de investigación es contribuir con los negocios del sector comercio al por menor en la importancia de adaptarse al nuevo entorno digital de interactuar con los clientes, y asegurar su crecimiento y estabilidad en el mediano y largo plazo.

Es muy importante que los comercios al por menor tengan conocimiento de que en la actualidad es necesario que manejen diversidad en los medios de pago que acepten para que puedan mejorar ciertos ámbitos del negocio, entre ellos, el más importante la liquidez. La liquidez es un factor importante porque influye en la decisión que va a realizar el propietario de este negocio.

Se aplicó la muestra a 20 propietarios y 20 ayudantes de comercios al por menor en el distrito de Miraflores, a quienes se realizó una encuesta con preguntas abiertas, lo que permitió tener un mayor conocimiento de los temas investigados, obteniendo como consecuencia que los medios de pago digitales influyen en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, 2020-2021.

Los medios de pago digitales influyen en la liquidez de las empresas y no solo del sector comercio al por menor, sino en general, porque se refleja en los estados de cuenta y en el dinero disponible que tienen porque muchas personas prefieren realizar pagos mediante estos sistemas de pago. Asimismo, contribuye con el aumento de las ventas porque da la posibilidad de realizar el cobro de diversas formas.

Palabras claves: Medios de pago digitales, liquidez.

ABSTRACT

The development of this work, "Digital types of payment and its impact on the liquidity of MYPE companies in the trade sector in the district of Miraflores, year 2020-2021", first a diagnosis of the situation is made in order to identify existing problems in the study area, then based on the information received, the problem is formulated and the main and individual objectives are formulated. From these points the hypotheses are developed, both general and secondary; the various chapters that make up this work are provided with the necessary arguments that provide a strong argument for the previously written hypotheses about the research. Likewise, a methodology has been developed that is aligned with the parameters established in the directives of degrees and titles of the university faculty to achieve predetermined objectives. Finally, we proceed to the interpretation of the results, the corresponding conclusions and recommendations.

The objective of this research work is to contribute to the businesses of the retail sector in the importance of adapting to the new digital environment of interacting with customers and ensuring their growth and stability in the medium and long term.

It is very important that trade businesses are aware that it is currently necessary for them to handle diversity in the means of payment they accept so that they can improve certain areas of the business, among them, the most important is liquidity. Liquidity is an important factor because it influences the decision that the owner of this business is going to make.

The sample was applied to 20 owners and 20 assistants of retail stores in the district of Miraflores, to whom a survey with open questions was carried out, which allowed to have a greater knowledge of the investigated topics, obtaining as a consequence that the media Digital payments influence the liquidity of MYPE companies in the retail sector in the district of Miraflores, 2020-2021.

Digital types of payment influence the liquidity of companies and not only in the retail sector, but in general, because it is reflected in the account statements and in the available money they have because many people prefer to make payments through

these systems of payment. Likewise, it contributes to the increase in sales because it gives the possibility of making the payment in various ways.

Keywords: Digital types of payments, liquidity.

PAPER NAME

TESIS_MURGUIA ESPINOZA ALVARO JE
SUS_SANCHEZ VIDAL BRIAN ROSENDO.
docx

AUTHOR

ALVARO JESUS MURGUIA ESPINOZA

WORD COUNT

18687 Words

CHARACTER COUNT

99052 Characters

PAGE COUNT

113 Pages

FILE SIZE

2.5MB

SUBMISSION DATE

Nov 18, 2022 9:00 AM GMT-5

REPORT DATE

Nov 18, 2022 9:05 AM GMT-5

● **19% Overall Similarity**

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

- 19% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 8% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 10 words)
- Manually excluded text blocks

INTRODUCCIÓN

La presente tesis titulada “Los medios de pago digitales y su incidencia en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021”, tiene como objetivo, determinar si los medios de pagos digitales inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, lo cual se sugiere que las empresas del sector comercio implementen en sus negocios medios digitales para que se puedan realizar pagos electrónicos para que así generen más liquidez y sean sostenibles.

La pandemia hoy en día no solo ha afectado la salud, sino también la economía, lo que implica que varios negocios a causa de ello tuvieron que cerrar y otros reinventarse, esto implica una toma de decisiones que la gerencia debe de hacer con respecto al desarrollo de sus actividades, además de que esto genera el miedo a tratar de comenzar un proyecto nuevo y fracasar en el camino o tratar de invertir en valores y no tener conocimiento, esto afecta al desarrollo de distintas entidades en especial a las personas que hoy en día usan sus transacciones manuales (mediante el dinero) y no implementar los medios digitales en sus negocios como una mejor alternativa recaudadora, lo que genera efectos a futuro.

Por consecuente visto el panorama se puede hablar del concepto medios de pago digitales, el cual ofrece varias formas de pago digital que son fáciles y sencillas de comprender, esto facilita que las transacciones sean más oportunas y se evita el riesgo de robo, además de que a su vez implementando estos generarán liquidez en los establecimientos lo que refleja que es una empresa solvente. La importancia radica en establecer distintos medios de pagos digitales como una forma de generar liquidez, teniendo en claro la gerencia que esta implementación es una medida positiva para poder obtener liquidez por otra alternativa y además de que el público en general hoy en día está más enfocado en lo tecnológico y sería una decisión óptima.

El presente trabajo consta de 6 capítulos:

Capítulo I - Planteamiento del Problema, donde se explica la realidad problemática como soporte de la investigación y que sirvieron de base para formular las hipótesis correspondientes.

Capítulo II - Marco Teórico, donde se desarrolla los antecedentes, bases teóricas y el glosario correspondiente.

Capítulo III – Hipótesis y Variables, donde se formula la hipótesis principal, las hipótesis secundarias y la operacionalización de variables.

Capítulo IV - Metodología, especificando el tipo, diseño, método y el nivel de investigación, seguido de la población y muestra, técnicas de recolección de datos, técnicas para el procesamiento de la información y aspectos éticos.

Capítulo V - Análisis de los Resultados mostrando los hallazgos más relevantes.

Capítulo VI – Discusión, conclusiones y recomendaciones.

Finalmente presentamos las referencias y anexos correspondientes.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

Durante los años 2020 y 2021, se vivió etapas diferentes debido a la pandemia por la enfermedad del COVID-19 que trajo consigo cambios en la sociedad que se fueron adaptando durante el tiempo. Se evitaba por lo general todo tipo de contacto físico para no expandir el virus debido al miedo que ocasionaba por la mortalidad que se veía. Algunos negocios se vieron en la necesidad de clausurar y otros tuvieron que reinventarse para poder adaptarse a la coyuntura.

Como indica el Diario La República (2020):

“En el Perú no hay límites para la creatividad en la resolución de problemas. Para las pequeñas empresas, la crisis provocada por la pandemia de COVID-19 está teniendo un impacto significativo en su supervivencia en el mercado. Sin embargo, también dio lugar a algunas reformas.”

Como se manifiesta, a pesar de la situación, no fue problema para estos negocios debido a la creatividad de las personas que los dirigen tuvieron para poder salir adelante.

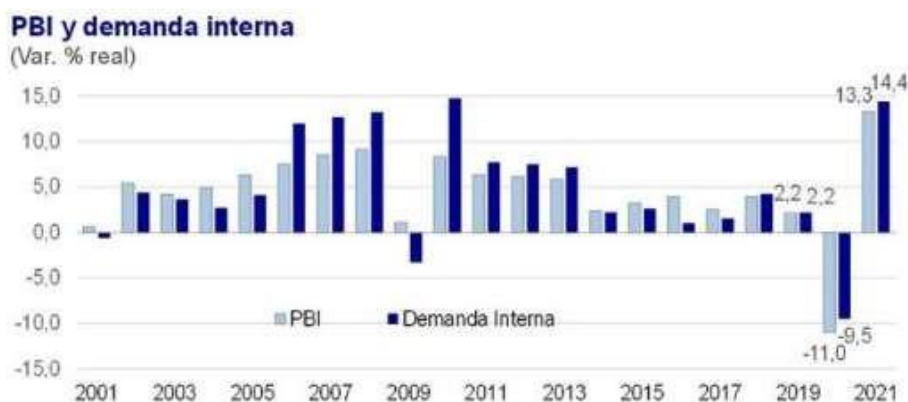
Según el Banco Central de Reserva (BCR), con respecto al año 2021, el producto bruto interno (PBI) creció en un 13.3 % en comparación al año 2020 y 0.8 % con respecto al año 2019. Esta mejora se debe a las medidas que el Gobierno implementó y también con el avance de las vacunas aplicadas a la población, factores que generan un gran cambio en lo que corresponde a la negativa proveniente del paro de actividades en el año 2020.

Con relación a la demanda interna, el Banco Central de Reserva (BCR) informó que en el año 2021 creció en un 14.4% en comparación al año

2020 y en 3.5 % en relación con el año 2019. Como consecuencia generó la recuperación del consumo privado (11.7 %) y la inversión privada (37.6 %), incitados por la acomodación de las restricciones sanitarias y el avance de la vacunación.

Figura N°1

El crecimiento del PBI anual y la demanda interna en el Perú, año 2021



Fuente: Notas informativas del Banco Centra de Reserva del Perú (BCRP)

Según el Plan de desarrollo local concentrado del distrito de Miraflores 2017 – 2021 El producto bruto interno (PBI) que se produce en Lima Metropolitana y la concentración de producción en la ciudad presenta a Miraflores, San Isidro y el Cercado de Lima como los distritos más productivos ya que juntos representan más de 44 % del total del PBI metropolitano, con 67,487 millones de soles anuales.

En Miraflores dentro de la economía de Lima Metropolitana, su crecimiento productivo del distrito está influenciado por un grupo de

actividades comerciales y servicios las cuales dan un total de 9,076 establecimientos.

Esto se debe a que Miraflores posee una ubicación estratégica y además de sus actividades de gran magnitud. Los giros que dan mayor representación en el distrito son: actividades administrativas 19.54 %, seguido con servicios generales 9.05 %, venta de artículos diversos 8 % y restaurantes diversos, cafeterías y fuentes de soda con un 7.53 %

Tabla N°1

Las empresas del sector comercio y servicios en el distrito de Miraflores, Lima Perú 2017- 2021

| Rubros | N° licencias | % |
|--|--------------|----------------|
| Agencias con diversos rubros | 511 | 5.63% |
| Artesanía y diversos | 592 | 6.52% |
| Bazar | 208 | 2.29% |
| Bodega – abarrotes – otros | 227 | 2.50% |
| Boutique | 113 | 1.25% |
| Comercializadoras diversas | 188 | 2.07% |
| Casa de huéspedes – hospedaje – hostel – hotel | 182 | 2.01% |
| Dentistas | 163 | 1.80% |
| Joyería | 129 | 1.42% |
| Médicos | 126 | 1.39% |
| Oficinas diversas | 1,773 | 19.54% |
| Playa de estacionamiento y cochera | 120 | 1.32% |
| Prestación de servicios profesionales | 290 | 3.20% |
| Restaurant diversos – cafeterías – fuentes de soda | 683 | 7.53% |
| Salas y salones diversos | 259 | 2.85% |
| Servicios en general | 821 | 9.05% |
| Venta artículos diversos | 726 | 8.00% |
| Otros | 1,965 | 21.65% |
| Total | 9,076 | 100.00% |

Fuente: Plan de desarrollo local concertado del distrito de Miraflores 2017-2021

Hacer transacciones hoy en día por medio de una tarjeta o un teléfono inteligente facilita a las personas a como tener una forma de manejar su dinero. Tanto las empresas como consumidores hacen llamado al medio

de pagos digitales ya que son más rápidos y seguros y mejoran el nivel de efectivo porque permite tener a las personas dinero en caja (efectivo) y dinero digital (a través de billeteras móviles, cuentas bancarias, etc.). Además de ello, la capacidad de pago a proveedores se optimiza por la facilidad misma que se tiene de realizar los pagos.

En la parte de la recaudación de impuestos, en el distrito de Miraflores existen varios tipos de tributos municipales los cuales son: Impuesto predial, arbitrios municipales, multas tributarias. Además, existe un ente recaudador de impuestos (SUNAT) que es la encargada de recaudar los impuestos generados por actividades de comercio y servicios. Por ende, existen muchos comercios de actividades generadoras de riqueza y servicios, ellos tienen que pagar sus tributos así cumpliendo sus obligaciones tributarias y estos darán posteriormente beneficios en general a todos los pobladores del distrito de Miraflores.

Muchos negocios tuvieron que reinventarse en comercios al por menor para vender productos de primera necesidad que eran los que no se prohibieron durante la pandemia. Por ejemplo, dos grandes empresas cambiaron el giro de su negocio y se convirtieron en abastecedores de productos de primera necesidad al por menor en los distritos que operaban, esas empresas fueron la discoteca "Downtown" y la pastelería "San Antonio", ambas llevaban ya algunos años en el mercado en sus respectivos rubros.

De acuerdo con un artículo del Diario El Comercio (2021):

"Para el cuarto trimestre, la cantidad de nuevas empresas en estas dos industrias (mayorista y minorista) había llegado a casi 40,000. Estamos hablando del 48,5 % del total. La mitad de las empresas creadas consistía en comercializar o vender productos físicos".

Es decir, que no solamente las empresas cambiaron el giro del negocio, sino que también se constituyeron nuevos negocios de comercio

mayorista y minorista y se adaptaron a las necesidades de las personas de acuerdo con las circunstancias.

En tal sentido, por la pandemia es que nace la posibilidad de cero contactos físicos al realizar acciones, una de ellas y muy importante, fue el implementar medios de pagos digitales que facilitaban las transacciones de compra y venta en estos establecimientos de comercios minoristas. Además de ello, como consecuencia de la pandemia se incrementó las ventas por entrega a domicilio, ante las restricciones de aislamiento social impuestas por el Gobierno.

Con la finalidad de evitar los contagios y gastos administrativos de manejar efectivo, los negocios de comercio minorista recurrieron en su mayoría, al uso de medios de pagos digitales, en su mayoría Yape, Plin, Tunki, Bim y Lukita.

Lo anterior no fue un proceso fácil, pues, había que hacer una inversión en el equipo necesario y en los planes de internet, sin dejar de mencionar que muchos comerciantes no tenían las habilidades necesarias para hacer negocios en un formato digital.

El Diario El Peruano (2021) expresa lo siguiente:

“Mediante la campaña “Paga Seguro, fácil y sin contacto”, Asbanc busca promover programas de digitalización e inclusión financiera para el uso de las principales billeteras digitales que se encuentran en el mercado: Yape, Tunki Plin y Bim. Si bien este proyecto se creó para reducir el consumo de efectivo para prevenir el COVID-19, ahora también contribuye a la economía local al aumentar los pagos digitales en diferentes mercados en los condados y provincias de Perú.”

Como se indica, a pesar de que la idea ya existía en temporada prepandemia, no se masificó sino hasta que nació la idea de disminuir el uso del dinero en efectivo para poder prevenir la enfermedad. A raíz de ello, el uso de estos medios digitales ha tenido un impacto no solo en la economía sino también en los distintos negocios, uno de ellos, el negocio minorista.

La sociedad también vio beneficio en las billeteras móviles o digitales debido a que se tenía mayor practicidad al momento de realizar pagos o cargar dinero. Esto trajo consigo determinados inconvenientes, como fue el tema de aumento de estafas virtuales. Muchas personas al realizar pagos enviaban capturas de pantalla haciendo creer que habían realizado el depósito y así obtener lo que les ofrecían o consumían de manera gratuita. Se presentan, además, en la actualidad casos en que no todos cuentan con uso de internet móvil para poder realizar los pagos u otras veces el sistema simplemente falla.

Pese a que esto fue acontecido en todo el país, el departamento de Lima fue el que mayor acogida tuvo de dichos medios de pago digitales. Esto tuvo su efecto en diversos contextos, uno de ellos fue en la liquidez de las empresas.

El objetivo del presente trabajo de investigación es contribuir con los negocios del sector comercio al por menor en la importancia de adaptarse al nuevo entorno digital de interactuar con los clientes, y asegurar su crecimiento y estabilidad en el mediano y largo plazo.

1.1.1 Delimitación de la Investigación

a. Delimitación espacial

El presente trabajo de investigación se desarrolló en el sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores en Lima.

b. Delimitación temporal

El periodo comprendido del estudio corresponde a los años 2020 y 2021.

c. Delimitación social

Las técnicas del presente trabajo de investigación se desarrollaron en el sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores en Lima.

d. Delimitación conceptual

Medios de pago digitales

Martínez, J. y Rojas F. (2017) manifiestan lo siguiente: “se trata de medios de pago diseñados específicamente para el desarrollo de transacciones comerciales online, estableciendo una operativa diferente a la tradicional...”

Liquidez

Haro, A. y Rosario, J. (2017) indican lo siguiente: “La liquidez es poseer el efectivo suficiente en el tiempo preciso para hacer la cancelación de las obligaciones.”

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema Principal

¿De qué manera los medios de pago digitales inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021?

1.2.2 Problemas Secundarios

a. ¿En qué medida el sistema de pagos Yape incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores?

b. ¿De qué manera el sistema de pagos Plin incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores?

c. ¿De qué forma el sistema de pagos Tunki incide en el sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.1 Objetivo Principal

Determinar si los medios de pago digitales inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, 2020-2021.

1.3.2. Objetivos Secundarios

a. Analizar si el sistema de pagos Yape incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

b. Evaluar si el sistema de pagos Plin incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores.

c. Validar si el sistema de pagos Tunki incide en la optimización del sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

1.4 Justificación de la investigación

La justificación del presente trabajo de investigación obedece a la necesidad de utilizar los medios de pago digitales en el nuevo entorno de negocios post pandemia que se caracteriza por las ventas a través del comercio electrónico, del uso de entrega a domicilio, y de la reducción del uso del efectivo como medio de pago con el fin de evitar la propagación del COVID-19 y no hacer uso de contacto físico.

Asimismo, de cierta forma, los medios digitales permiten mayor seguridad al momento de realizar una transacción de compra y venta no solo al vendedor

sino también al consumidor. Además de ello, mediante la digitalización de los pagos, se tiene mayor eficiencia en las ventas porque diversifica los medios de pago a utilizar para el usuario y se tiene mejor control de las cobranzas porque queda evidencia de las operaciones.

1.4.1 Importancia de la investigación

El presente trabajo de investigación tiene como principal finalidad dar a conocer de qué manera los medios de pagos digitales en la actualidad inciden en la liquidez de los comercios minoristas en determinados sectores.

1.4.2 Viabilidad de la Investigación

El desarrollo de la presente investigación fue viable porque se contó con todos los recursos tecnológicos y monetarios, así como los recursos humanos que fueron necesarios para poder llevarla a cabo.

1.5. Limitaciones

Pese a que la investigación fue viable, se tuvo ciertas limitaciones para poder desarrollar las mismas que fueron superadas a través del uso de las redes sociales debido a que se compartió información confidencial y generó confianza en muchas personas.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación.

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Maca, D y Rabines, H. (2019) afirman en su tesis “Impacto de los medios de pagos digitales de los servicios públicos en la intención de pago de las comunidades rurales ubicadas en la zona de sur de Iquitos 2018”, Universidad Científica del Perú - UCP, para optar el título profesional de Ingeniero Informático y de Sistemas, manifiestan que en Iquitos existe la posibilidad de minimizar la brecha del tiempo que demora en la realización de los pagos de los servicios de la sociedad; el enfoque que se desea obtener con el análisis para la aceptación de la implementación de pagos digitales en medios rurales, minimizando la brecha. En base a lo mencionado, los autores cuestionan que existe un gran desconocimiento en temas de cultura informática, lo que trae consecuencias. Se concluye que dado la cultura informática significa poseer habilidades básicas en la utilización de la informática como apoyo de la búsqueda, procesamiento y presentación eficiente de la información, si bien existe un desconocimiento en temas culturales de informática eso no es un indicador para determina la aceptación de nuevos modelos de pagos en el sistema de cobranza. Por lo tanto, es importante mitigar dichos desconocimientos con un excelente plan de marketing con el cual se podría solucionar ese gran desconocimiento.

La investigación muestra, que la aceptación en las comunidades rurales en Iquitos de los medios de pago digitales va a depender de los mismos pobladores y además de los factores en su adaptación a los nuevos cambios modernos. Estos factores vienen a ser tecnológicos, sociales y financieros.

Alarcon, R. (2019) en su tesis “Compras por aplicativos digitales y la evasión tributaria, Lima 2019”, Universidad Cesar Vallejo, para optar el título profesional de Contador Público, manifiesta que la tecnología es usada cotidianamente por muchos usuarios en los cuales podemos hacer uso de diversas aplicaciones donde se realizan transacciones

online. En base a lo mencionado el autor cuestiona que, pese a que esto es nuevo en el mercado peruano, se enfrenta a un inconveniente en la evasión de impuestos directos e indirectos. Se concluye que existe relación positiva considerable entre las compras por aplicativos digitales y la obligación tributaria, con esto se determina la necesidad de incluir a empresas digitales a ser reguladas con normas que permitan a estas empresas participar en la obligación tributaria.

La investigación muestra, que al ver relación entre la compra por medio de aplicativos digitales y las obligaciones tributarias va a depender que el Gobierno promulgue una norma que regule a las empresas digitales y además de factores que inciden en su momento de transacción. Estos factores vienen a ser tecnológicos, sociales y financieros.

Garrido, E (2021) en su tesis “Pagos electrónicos y la comercialización de productos de las PYMES del centro comercial alfa, Iquitos 2020”, Universidad Peruana Unión, para optar el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, manifiesta que el crecimiento exponencial del comercio y los pagos electrónicos, que actualmente están generando nuevas necesidades para hacer intercambio a través de estos medios a nivel mundial. Como producto de la pandemia han surgido, nuevas formas de pago en la comercialización de productos y cambios. En base a lo mencionado, el autor determinó dentro del centro comercial alfa que algunos puestos no contaban con un terminal de punto de venta (POS). Se concluye que con respecto a los pagos electrónicos tiene relación significativa con la comercialización de productos PYMES dentro del centro comercial Alfa Iquitos 2020 lo cual influye positivamente en los comercios que la integran.

La investigación muestra, que al haber relación entre los pagos electrónicos y la comercialización de productos PYMES va a depender de los mismos comerciantes en actualizarse con las nuevas novedades electrónicas y además de factores que inciden en su momento de aplicarlas. Estos factores vienen a ser tecnológicos, sociales y financieros.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Córdoba, K. (2019) en su tesis “Determinantes del uso de medios de pago electrónicos en Bogotá D.C.”, Pontificia Universidad Javeriana - Colombia, para obtener el título de Licenciada en Administración, manifiesta que en Bogotá debido al auge de los teléfonos inteligentes y la tecnología han aumentado los medios de pagos digitales y de qué manera influye sobre la manera tradicional de realizar un pago que es mediante dinero en efectivo. En base a lo mencionado, el autor cuestiona la decisión de los usuarios, vendedores y consumidores, al momento de realizar una transacción. Asimismo, se indica que pese al crecimiento de los medios de pago electrónicos el uso del efectivo está por encima de ello, por lo que trae consecuencias como la evasión fiscal. Se concluye señalando que el uso de los medios de pago electrónicos por parte de los consumidores depende de varios factores, uno de ellos se debe a que ciertos establecimientos requieren de una cantidad mínima para poder aceptar una transacción, además el efectivo resulta beneficioso debido a que no trae consigo costos adicionales.

La investigación muestra entonces, que la aceptación y uso de los medios de pago electrónicos no solo va a depender del crecimiento que este ha tenido en los últimos años, sino que también habrá otros factores que incluyan los determinantes al momento de decidir cuando se realice una transacción. Estos factores vienen a ser tecnológicos, sociales y financieros.

Ibáñez, D. (2018) en su tesis “Factores que influyen en la aceptación de los pagos móviles en la economía; y un nuevo modelo a probar”, Universidad de Lérida - España, para obtener del grado de Doctor en Derecho y Administración de Empresas, señala sobre las distintas razones para determinar si los servicios o productos tecnológicos que las instituciones financieras implementan en Chile tienen éxito o de lo

contrario, fracasan. Respecto a ello, se indica que para la implementación de los pagos móviles se viene creando un plan para ejecutarlo dentro del mediano plazo, como se viene haciendo en otros países. Ello depende de la adaptación de las personas no solamente a la tecnología sino también a las normativas y políticas de carácter público que se manejan en el país. El autor concluye que la confianza es uno de los factores importantes al momento de utilizar medios electrónicos, debido a que existen algunas personas que no tienen costumbre de uso de la tecnología y para ello es importante la comercialización de las empresas financieras.

La tesis nos menciona que, pese a que ya se viene utilizando sistemas de pago distinto al efectivo, se requiere implementar en el mediano plazo de manera masiva los medios electrónicos en Chile teniendo como modelos países que son más desarrollados.

Crespo, S. (2016) en su tesis "Propuesta de una matriz de liquidez que permita identificar la necesidad de fondos en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito", Universidad Andina Simón Bolívar – Sede Ecuador, para la obtención de Magíster en Dirección de Empresas, señala que las pequeñas y medianas empresas en la ciudad de Quito tienen necesidad de fondos para poder cubrir sus obligaciones correspondientes, en los principales, pago a proveedores y pago de sueldo y salario a trabajadores. A partir de ello, nace la necesidad de tener liquidez porque es más beneficioso en cuanto a indicadores se refiere porque además de cubrir sus gastos, pueden invertir. La presente investigación concluye que, pese a que algunas empresas muestren utilidad, los resultados no son reales si es que no se cuenta con la liquidez suficiente y la liquidez es de vital importancia sobre todo en las pequeñas y medianas empresas porque necesitan que el negocio opere diariamente.

Esta tesis muestra que las pequeñas y medianas empresas necesitan de fondos para poder cubrir sus gastos porque operan principalmente

en el corto plazo, por lo que si no cuenta con liquidez no es posible que operen de manera exitosa.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Medios de pago digitales

2.2.1.1 Marco Histórico

Desde el neolítico, 7,000 a.C., la forma de pago de los agricultores y los ganaderos fue el trueque que consistía en el intercambio de bienes entre dos partes. Luego de ello, en los años 600 a.C. nace el pago con monedas por diversas razones, una de ellas era debido a que el trueque podía resultar dificultoso y algunos bienes caducaban de manera muy rápida, además que las monedas al ser de metales preciosos y de manera circular eran llamativas y más prácticas de llevar.

Después de la moneda nace el billete, que, aunque tiene sus orígenes en China en el siglo VII se hace oficial en el año 812, y esto porque era más práctico llevar billetes en vez de las monedas que podrían resultar pesadas al momento de cargar. A pesar de que el uso de los billetes aún era presente, se origina la idea de la letra de cambio en Italia en pleno siglo XII que era un tipo de aval porque respaldaba el pago del deudor.

Es recién en 1914 donde se crea originalmente la primera tarjeta de crédito por la empresa Western Union a manera de fidelizar a sus mejores clientes entregándoles créditos sin cobrarles comisiones ni intereses, años después las entidades financieras incorporan las tarjetas de créditos dentro de sus productos. La primera tarjeta oficial fue la popular Visa. Con la creación del internet en 1990 y su servidor World Wide Web se empieza a comercializar a través de la internet, debido a ello y al incremento de la tecnología nace el pago a través de teléfonos celulares y billeteras móviles virtuales.

FIGURA 2: EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE PAGOS DIGITALES



Elaboración propia.

2.2.1.2 Marco legal

- a. Ley que regula las características básicas del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera-BCRP

Artículo 1. Objeto de la Ley

1.1 El objeto de la presente Ley es regular la emisión de dinero electrónico, determinar las empresas autorizadas a emitirlo y

establecer el marco regulatorio y de supervisión de las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico.

1.2 La emisión de dinero electrónico comprende las operaciones de emisión propiamente dicha de dinero electrónico, reconversión a efectivo, transferencias, pagos y cualquier movimiento u operación relacionada con el valor monetario del que disponga el titular y necesaria para las mismas.

Artículo 2. Dinero electrónico

El dinero electrónico es un valor monetario representado por un crédito exigible a su emisor, el cual tiene las siguientes características:

- a) Es almacenado en un soporte electrónico.
- b) Es aceptado como medio de pago por entidades o personas distintas del emisor y tiene efecto cancelatorio.
- c) Es emitido por un valor igual a los fondos recibidos.
- d) Es convertible a dinero en efectivo según el valor monetario del que disponga el titular, al valor nominal.
- e) No constituye depósito y no genera intereses.

2.2.1.3. Bases teóricas

En relación con la variable independiente se ha consultado los siguientes autores:

Según **Castaño, J. y Jurado, S.** (2016) en su libro “Marketing digital (comercio electrónico)” manifiesta que: “Se trata de soluciones globales para realizar pagos online. Las empresas y los consumidores pueden recibir y realizar pagos a través de Internet creando una cuenta de usuario. Para ello se utiliza una dirección de correo electrónico y se asigna un producto financiero (cuenta bancaria, tarjeta de crédito) a la cuenta de usuario creada. Las comisiones que cobra la plataforma por transacciones son cobradas por el vendedor y se convierten en un sistema de pago gratuito para el comprador. Existen gran cantidad de plataformas”.

Lo que el autor señala es que para poder realizar envíos de dinero y, asimismo, recibirlo es necesario contar con una cuenta que esté asociada al producto financiero o digital que ofrecen en su mayoría los bancos y que además de ello, el consumidor no tendrá que pagar adicionalmente un cargo porque los costos, si es que aplican, ya los asume el vendedor.

Según **Lewis, A.** (2022) en su libro “Conceptos básicos de bitcoins y blockchains: una introducción a las criptomonedas y a la tecnología que las impulsa” señala que: “El dinero digital se diferencia del dinero físico en que depende de contadores en los que confían sus clientes para mantener registros precisos de su dinero. En otras palabras, no se puede poseer dinero digital y mantener un control directo sobre él (...). Para poseer dinero digital, debe abrir una cuenta en algún lugar con otra persona: un banco, Paypal, una billetera electrónica”. Al igual que el autor anterior, este reafirma que para poder realizar operaciones a través de los medios electrónicos es necesario mantener una cuenta con el medio regulador, como bancos u otras plataformas digitales, porque no es posible que una persona tenga el control total del dinero que tiene de manera digital.

Según **Peña, J.** (2020) en su investigación “Sistemas de pago electrónicos, las tarjetas bancarias, el caso de M-Pesa en Kenia” indica lo siguiente: “Una transferencia bancaria es el proceso mediante el cual una persona o entidad indica a su banco que reembolsa simultáneamente una cuenta de deuda y transfiere dinero a la cuenta del destinatario. Si la transferencia se realiza dentro del propio banco, se llama transferencia. Este método permite al usuario verificar su cuenta bancaria a través del sitio web de su banco o aplicación móvil y realizar transferencias mediante el sistema de contraseñas. La seguridad es alta en esta modalidad, porque el acceso al área personal del sitio sólo es posible después de autorización previa a la oficina que pertenece al banco. Las transferencias bancarias son una opción interesante para pagar

productos a un precio elevado, cuando no existe suficiente dinero en el momento de la compra”. En el documento se expresa que los bancos funcionan como intermediarios al momento de realizar una transferencia, además este tipo de medio de pago podría brindar mayor confianza tanto al consumidor como al vendedor porque el acceso a las cuentas es privado y genera seguridad en ellos, por lo que no sería necesario que las personas tengan consigo grandes cantidades de dinero.

Según la **Superintendencia Nacional de Administración y Aduanas Tributaria** en su web, indica que: “Son los medios que se utilizan a través del sistema financiero para recibir dinero, realizar transferencias de dinero entre cuentas de distintas personas y empresas que desarrollan actividades en el país. Los Medios de Pago son los siguientes: Depósitos en cuenta, Giros, Transferencia de fondos, Órdenes de Pago, Tarjetas de débito, Tarjetas de crédito, Cheques, Remesas, Cartas de crédito”. Son distintos los medios de pago utilizados por las personas, la mayoría de ellos está relacionado a alguna institución del sistema financiero del país, estos medios de pago son utilizados para realizar pagos y también para recibirlos por parte de las personas y empresas que venden productos u ofrecen servicios.

Según **Ferro, J.** (2020) en su libro “Comercio electrónico y métodos de pago” declara que: “al realizar compras en comercios, basta con aprobar el pago del usuario e ingresar la contraseña, acto que minimiza el riesgo de interceptación del referido número de tarjeta. Además, este sistema no solo te permite comprar productos o servicios, sino que también admite varios servicios para enviar dinero a otras personas, facturar servicios o recibir micropagos”. Quiere decir, que para poder ejecutar un pago en línea o de manera digital, el usuario debe acceder a su cuenta para aprobarlo y esta acción disminuye el peligro de que terceros tengan acceso a información de carácter privado.

Según **Hernández, C.** (2019) en su libro “Medios de pago y financiación internacional” señala que: “Además de las tarjetas bancarias y los pagos electrónicos a través de internet (...), los pagos móviles son aquellos en los que los datos y la orden de pago de las adquisiciones de servicios o de bienes digitales o tangibles, se cursan, transmiten o confirman a través de un teléfono o un dispositivo móvil, tanto en línea como fuera de línea”. Los pagos móviles son los que se hacen a través de un dispositivo de teléfono celular por medio de la internet. En la actualidad, con los teléfonos celulares se pueden realizar pagos móviles, transferencias e incluso pagos por tarjeta.

2.2.2. Liquidez

2.2.2.1 Marco Histórico

El origen del dinero nace en los tiempos antiguos con el intercambio de bienes llamado también trueque, pero con el pasar del tiempo fue cambiando, ya que se ponía difícil por ambas partes tenían que estar interesadas en los bienes cambiados. Además, ambas partes debían de estar de acuerdo para que el cambio fuera justo.

Así se puede decir que el tiempo del trueque empezó a olvidarse y se empezó a desarrollar el tema del dinero.

Comúnmente se cambiaban alimentos como las carnes, pescados, maíz, sal y cacao por oro, plata y bronce. Aquí se observa que el problema eran estos metales, ya que eran muy pesados y tenían forma de lingotes. Para pesar estos metales se usaba el “siclo”, el cual le generaba un valor. Por lo tanto, el dinero en aquel tiempo se pesaba no se contaba.

En este momento nació el principal obstáculo que apareció en los inicios de la implementación del dinero ya que este tenía que pesarse, esto quiere decir que se debe tener una balanza de manera obligatoria, pero no todos los que comercian poseían dicha

balanza. Es de esa manera que surge la idea de implementar las monedas.

Las primeras monedas nacieron en Turquía, ciudad de Lidia siglo VII a.C., implementado por el rey Argos. Las monedas se elaboraban con oro y plata, ya que estos materiales eran los de mayor valor en ese momento. Así se creó un medio más sencillo y práctico para intercambiar todo tipo de producto, dejando al olvido los lingotes.

La moneda se hizo de conocimiento y se fue extendiendo por varios lugares, hasta empezó a tener figuras o símbolos en sus caras.

Como las monedas eran hechas de materiales metálicos (oro y plata) eran pesados y había que trasladarlas de un lugar a otro y se hacía un poco complejo su movimiento. Además de que son materiales valiosos existía la exposición de ser robadas. Así fue como nacieron los billetes, como una forma para hacer el intercambio de objetos.

En el siglo XI aparecieron los primeros billetes con el imperio mongol del emperador Kubali Khan. En esta situación, los billetes se certificaban en un banco, en el cual existía un depósito de oro, lo que se asemeja a lo que hoy se conoce como el cheque.

Los billetes llegaron a España en 1780, en aquel entonces reinaba Carlos III y estos se popularizaron por ser muy sencillos y más prácticos que las monedas.

El cheque nace en los bancos de Inglaterra en el siglo XVIII, pero en el siglo XIX comenzó a practicarse legalmente. En Inglaterra se da la primera Ley de cheques en 1852. Posteriormente le sigue Francia en 1865 y este ejemplo le siguen los demás países.

Se puede decir que la liquidez es un activo que se convertirá en dinero en un corto tiempo sin necesidad de bajar un precio.

El grado de liquidez da a entender la velocidad en la cual un activo puede venderse o intercambiarse por otro activo. Si es más líquido

un activo se puede vender y menos riesgo existe de perder al momento de venderse. El efectivo es el activo más líquido de todos, ya que se puede intercambiar con facilidad por otros activos en cualquier instante.

Cuando se dice que el mercado es líquido, quiere decir que en ese mercado existe bastante comercio y por lo tanto se realizan diversas transacciones y esto da a entender que será sencillo el intercambiar activos de mencionado mercado por dinero.

Ya sea para una empresa o una persona natural, la liquidez es la capacidad de uno para así poder hacer frente a sus obligaciones en el corto tiempo.

2.2.2.2 Marco legal

Ley de títulos y valores N° 27287

SECCION QUINTA DEL PAGO

TITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 64º Fecha de pago

64.1 Las prestaciones contenidas en un título valor deben ser cumplidas el día señalado para ese efecto. El tenedor no puede ser compelido a recibir en fecha anterior.

64.2 Quien cumple la prestación que le corresponde antes de la fecha establecida en el título, lo hace por su cuenta y riesgo, y responde por la validez del pago

64.3 Quien paga a su vencimiento o en la fecha prevista para ese efecto, queda liberado válidamente, a menos que haya procedido con dolo o culpa inexcusable.

64.4 El obligado contra el cual se ejercite o pueda ejercitarse las acciones derivadas del título valor está facultado para exigir, contra el pago que realice, la entrega del título valor cancelado; y,

de ser el caso, la constancia del protesto o de la formalidad sustitutoria, más la cuenta de gastos cancelada, sin perjuicio de lo dispuesto en el segundo párrafo del artículo 17.

Decreto Ley N°25632

Ley de comprobantes de pago

Artículo 1º

Están obligados a emitir comprobantes de pago todas las personas que transfieren bienes, en propiedad o en uso, o presten servicios de cualquier naturaleza. Esta obligación rige aun cuando la transferencia o prestación no se encuentre afectada a tributos.

Artículo 2º

Se considera comprobante de pago, todo documento que acredite la transferencia de bienes, entrega en uso o prestación de servicios, calificados como tal por la Superintendencia Nacional de Administración Tributaria – SUNAT.

Artículo 4º

La impresión o importación de comprobantes de pago u otros documentos relacionados directa o indirectamente con estos, cualquiera sea su modalidad, la realizarán únicamente las empresas inscritas en el Registro que para tal efecto determine la SUNAT. Asimismo, la inscripción o exclusión del registro se realizará conforme a las normas que esta señale.

Igualmente establecerá las obligaciones de las empresas que realicen trabajos de impresión o importación de los documentos a que se refiere el párrafo anterior, y los mecanismos de control para la impresión, emisión y/o utilización de los mismo, incluyendo aquellos que se emitan por medios mecánicos o computarizados.

Los mecanismos de control incluyen la obligación de declarar la impresión, emisión y/o utilización de comprobantes de pago u otros relacionados directa o indirectamente con estos.

2.2.2.3 Bases Teóricas

En relación con la variable dependiente se ha consultado los siguientes autores

Según **Mantilla, J y Huanca, B** (2020) en su artículo “Cuentas por cobrar y liquidez en una empresa de servicios” señala que: “Las finanzas empresariales son fundamento para que uno pueda analizar lo que son las cuentas por cobrar y su relación con la liquidez para que así la empresa tenga liquidez y pueda cumplir con sus obligaciones”. Lo que nos da a entender es que es necesario tener conocimiento acerca de lo que son finanzas empresariales para así poder comprender la relación existente entre las cuentas por cobrar y la liquidez y el resultado de como repercute esto en las empresas de servicios.

Según Coaquira, K Chavez, E y Jack, W (2021) en su artículo “Análisis de la liquidez y solvencia: su repercusión sobre la gestión financiera, caso compañía minera la poderosa y subsidiaria” señala que: “Los ratios tienen mucha importancia en la repercusión de la minera y subsidiaria, ya que analizan la situación de la empresa para determinar si es lo suficientemente líquida para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo y si es solvente, lo que es la capacidad de afrontar pasivos con su pronta cancelación en un corto plazo”.

Lo que nos da a entender es que los ratios que se utilizan en la gestión de una empresa, porque mide la capacidad de la empresa para poder pagar sus obligaciones y a la vez comprobar si es solvente referente a los pasivos.

Según el **Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)** nos indica que: “La liquidez se presenta como un activo financiero y puede

ser transferida o negociada en el mercado secundario. Esto es esencial para que los inversores planifiquen su venta con anticipación. La liquidez de valores es más efectiva cuando las transacciones contractuales están en curso, lo que reduce el costo de las transacciones que se ejecutarán y reduce los problemas legales para completar las transacciones.”

Lo que nos da a entender es que la liquidez de los valores será más grande cuando exista un mayor volumen de su emisión, lo que reduce costos y minimiza los asuntos legales para poder realizarlo.

Según **Mejía, K Sicheria, L y Nolazco F** (2020) en su artículo científico “La liquidez en los procesos económicos de una empresa de decoración de interiores, lima 2019” señala que: “En las empresas de servicios es necesario analizar periódicamente sus principales magnitudes para conocer la situación contable de la empresa. Este tema es importante porque los gerentes pueden verificar si la empresa tiene el efectivo para pagar sus deudas a corto plazo y también comprobar si es solvente”.

Se entiende que es necesario que las empresas de servicios hagan sus ratios para analizar cómo se encuentra la empresa, además de que es necesario la capacitación hoy en día para la gerencia de cómo aplicar los ratios que se ven reflejados en la empresa y saber interpretarlos

Según **Ramírez, S y Maldonado, I** (2020) en su artículo “Influencia de la liquidez en la rentabilidad financiera: Caso de la compañía Goodyear S.A” señala que: “La liquidez y la rentabilidad ambas van de la mano lo que garantiza que exista estabilidad con respecto a la economía de la empresa. Los ratios son de importancia para que una vez calculados se puedan interpretar y ver como se encuentra la empresa manufacturera Goodyear S.A.”

Se entiende que debe tener relación la liquidez y la rentabilidad para el buen funcionamiento. Los ratios son de suma importancia

para que una vez calculados la gerencia tome decisiones con respecto a su situación y funcionamiento

Según **Rojas, N** (2019) en su artículo “IGV justo y la liquidez en una empresa de servicios, Lima 2017” señala que: “El análisis del IGV justo en la liquidez beneficia a las micro y pequeñas empresas. Por lo tanto, es necesario que exista liquidez para que se puedan cumplir con las obligaciones tributarias en la ciudad de Lima.”

En la actualidad las empresas se pueden acoger al beneficio del IGV justo para que así cuenten con liquidez al momento de realizar sus operaciones diarias y posteriormente puedan pagar su impuesto de una manera más flexible.

2.3. Los medios de pago en la actualidad

La tecnología ha ido evolucionando a lo largo de los últimos años, esto está trayendo consigo varios cambios en la actualidad. Uno de ellos es la forma en los que las personas y las empresas realizan sus pagos. Hace algunos años, el método tradicional predominaba en todos, que era el pago en efectivo, y aunque en la actualidad se sigue usando, su uso se ha disminuido. Además, debido a la situación en la que estamos viviendo, y para evitar contacto físico en la población, se creó el proyecto “**Paga Seguro, Fácil y sin Contacto**”. Pese a que el principal motivo de este proyecto fue evitar contactos físicos, su uso se masificó porque ayudaba en la economía local y evitaba robos. Además, algunas personas eran subsidiadas mediante billeteras digitales. Esto permite a las personas realizar compras no solo en comercios físicos sino también en comercios electrónicos.

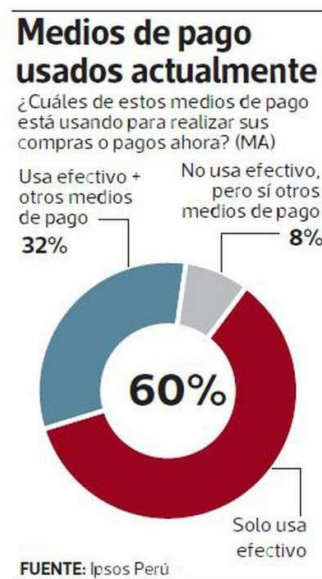
En Perú existen los siguientes medios de pago:

- Pagos con tarjeta de crédito/débito
- Links o enlaces de pago
- Transferencias por banca por Internet
- Depósito bancario

- Pagos con efectivo a través de un código que podrán presentar en el banco
- Yape
- Plin

A pesar de que existen diversos medios de pago y que su uso se ha incrementado en estos últimos años, la población peruana sigue escogiendo el uso del dinero en efectivo como es muestra en el siguiente gráfico:

Figura 3: Medios de pago usados actualmente



Fuente: Recuperado de <https://gestion.pe/tendencias/pago-con-debito-se-acerca-al-efectivo-en-compras-en-supermercados-noticia/>

Una de las razones es que algunas personas no comparten sus datos y por la desconfianza que tienen al ser expuestos no solo a los sistemas financieros sino también a las personas mismas.

La compra y venta de producto de manera online implica que necesariamente uno adopte por los nuevos medios de pagos digitales en vez de usar el dinero, es la forma más segura y preventiva ya que aún nos encontramos en pandemia.

A través de esta pandemia, los medios de pago digitales se han ido siendo reconocidos a nivel mundial facilitando las transacciones y haciéndolas más rápidas y eficaces.

Hoy en día los medios de pago digitales ofrecen un comercio electrónico en donde una decisión no debe ser tomada a la ligera, debe de considerarse un plan estratégico como los costes que implica, los clientes, tasas de adopción, etc.

2.4. Definiciones de términos

Actualización de las cuentas por cobrar: Se define como el cruce entre los clientes con pago pendiente y los cobros realizados por distintos pagos digitales y así actualizar la lista de cuentas por cobrar nueva.

Aplicaciones móviles: es una aplicación digital diseñada para teléfonos celulares que sirve como medio de control del dinero.

Aprobación flexible de nuevos créditos a clientes: Se define como la aprobación flexible por parte de la entidad financiera de un crédito una vez presentados los documentos correspondientes y el aval respectivo.

Cobro de comisiones: es una tasa que se cobra por realizar operaciones, esta depende del importe de la operación.

Control de pagos en línea por correo electrónico: Es la gestión por parte de un proveedor hacia sus clientes que por un servicio de pago mensual hace presente por medio de correo electrónico que tienen una deuda pendiente por pagar.

Cumplimiento de cronograma de obligaciones financieras: Se define como la fecha o plazo ya sea dentro de un mes o periodo para hacer pago de sus obligaciones financieras.

Mejora del nivel de liquidez de tesorería: Se define como la capacidad de una empresa para hacer frentes a sus obligaciones de corto plazo. La mejora representa que existe dinero en caja, es solvente.

Mejora en el nivel del efectivo: Se dice de la empresa que mejora su solvencia en relación con el efectivo debido a la liquidez.

Nivel de seguridad de las transacciones: es la confianza que tienen los usuarios de que las transacciones se van a realizar sin ser expuestos a peligros como robos o estafas.

Nivel de tecnología: es el grado de manejo de los usuarios sobre las nuevas modas de hoy en día.

Nivel de trazabilidad de las transacciones: es la capacidad de rastrear e identificar las distintas operaciones que se hacen mediante las aplicaciones.

Nivel de velocidad de las transacciones: es el tiempo en que se tarda una operación para que sea concretada.

Planificación de los pagos a proveedores: Se entiende como la gestión que hace la empresa para programar los pagos pendientes a distintos proveedores ya sea en cuotas o en su totalidad.

Reducción de los niveles de morosidad de los clientes: Se entiende como el seguimiento hacia el cliente para que cumpla con sus obligaciones de manera oportuna y así reducir la morosidad.

Sistema de cobros a través de redes sociales: Son aplicativos que mejoran el sistema de cobros. Por ejemplo: Yape, Plin, Tunki.

Sistema de pagos Plin: es una billetera digital implementada por distintos bancos y cajas municipales para poder realizar transferencias entre ellas sin cobrar algún tipo de comisión interplaza.

Sistema de pagos Tunki: es una billetera digital creada por el Banco Interbank que se usa mediante una aplicación en teléfono móvil para poder enviar y recibir dinero.

Sistema de pagos Yape: es una billetera digital creada por el Banco de Crédito del Perú que se usa mediante una aplicación en teléfono móvil para poder enviar y recibir dinero.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis Principal

Los medios de pago digitales inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021.

3.2. Hipótesis Secundarias

- a. El sistema de pagos Yape incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.
- b. El sistema de pagos Plin incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores.
- c. El sistema de pagos Tunki incide en el sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

3.3. Operacionalización de Variables

3.3.1 Variable Independiente (X): Medios de pago digitales

Tabla N°2. Operacionalización de la variable independiente: Medios de pago digitales

| | | |
|-------------------------------|---|---|
| Definición Conceptual | Según SmartHint (2022). Los métodos de pago digital son tecnologías que permiten el intercambio de datos cifrados a través de Internet. | |
| Definición Operacional | Indicadores | Índices |
| | X1: Sistema de pagos Yape | X1.1: Cobro de comisiones X1.2: Nivel de velocidad de las transacciones |
| | X2: Sistema de pagos Plin | X2.1: Aplicaciones móviles X2.2: Nivel de tecnología |
| | X3: Sistema de pagos Tunki | X3.1: Nivel de seguridad de las transacciones X3.2: Nivel de trazabilidad de las transacciones |
| Escala valorativa | Ordinal | |

Elaboración propia.

3.3.2 Variable dependiente (Y): Liquidez

TablaNº3 Operacionalización de la variable dependiente: Liquidez

| | | |
|-------------------------------|--|--|
| Definición Conceptual | Según Valera y Tresierra (2017). La liquidez es la capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones corrientes; de acuerdo a su fecha de vencimiento | |
| Definición Operacional | Indicadores | Índices |
| | Y1: Mejora en el nivel de efectivo | Y1.1: Actualización de las cuentas por cobrar Y1.2: Aprobación flexible de nuevos créditos a clientes |
| | Y2: Control de pagos en línea por correo electrónico | Y2.1: Planificación de los pagos a proveedores Y2.2: Cumplimiento de cronograma de obligaciones financieras |
| | Y3: Sistema de cobros a través de redes sociales | Y3.1: Reducción de los niveles de morosidad de los clientes Y3.2: Mejora del nivel de liquidez de tesorería |
| Escala valorativa | Ordinal | |

Elaboración propia

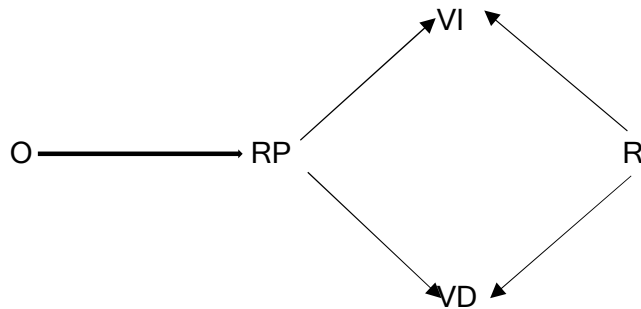
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA

4.1 Diseño Metodológico

4.1.1 Tipo de Investigación

El estudio reunió las condiciones necesarias para ser denominado como: “**Investigación Aplicada**”. Este tipo de investigación tiene por objetivo resolver problemas prácticos; estudia hechos o fenómenos; utiliza conocimientos obtenidos en las investigaciones básicas, pero no se limita a utilizar estos conocimientos, sino busca nuevos conocimientos especiales de posibles aplicaciones prácticas. Estudia problemas relacionados al ámbito financiero y medioambiental en Lima Metropolitana.

Por lo tanto, el diseño de la investigación fue el siguiente:



Donde:

O: Observación.

RP: Realidad Problemática.

VI: Variable Independiente.

VD: Variable Dependiente.

R: Resultado.

4.1.2 Nivel de Investigación

El nivel de investigación del presente proyecto se focalizó en el nivel descriptivo, analítico y estadístico.

4.1.3 Método de Investigación

Para la realización de la investigación se utilizó el método inductivo, estadístico y de análisis – síntesis, entre otros que conforme se desarrolle la investigación se darán indistintamente en la tesis.

4.1.4 Diseño de Investigación

Según la naturaleza de la investigación, esta tuvo un diseño no experimental. Por tanto, se tomará una muestra en la cual:

$$M = O_x r O_y$$

Dónde:

M= Muestra

O= Observación

x= Medios de pago digitales

y= Liquidez

r= Relación de variables

4.2 Población y Muestra

4.2.1 Población

La población, con la cual compatibiliza la investigación acerca de los medios de pago digitales y la liquidez, lo conformaron los propietarios y ayudantes de los 20 comercios al por menor en el distrito de Miraflores. Debido a que los comercios al por menor no cuentan con una planilla con varios trabajadores se toman las dos personas que atienden al público en sus establecimientos.

Tabla N°4: Población considerada para la encuesta

| BODEGA | DIRECCIÓN | Cantidad |
|----------------------------------|-------------------------------------|-----------|
| BODEGA SM | Calle San Martín N° 473 | 2 |
| BODEGA PAL | Calle Enrique Palacios N° 607 | 2 |
| BODEGA NBUENA | Calle Márquez de Torre Tagle N° 363 | 2 |
| BODEGA BON | Calle Manuel Bonilla N° 234 | 2 |
| BODEGA ELPE | Calle Coronel Inclán N° 301 | 2 |
| BODEGA APAX | Calle Enrique Palacios N° 400 | 2 |
| BODEGA SMI | Calle Cantuarias N° 120 | 2 |
| BODEGA OKKA | Av. Angamos Este N° 431 | 2 |
| BODEGA CARM | Calle Gabriel Chariarse N° 320 | 2 |
| L& M | Calle Enrique Palacios N° 647 | 2 |
| BODEGA SUE | Calle Grimaldo del Solar N° 594 | 2 |
| BODEGA HZ | Calle Grimaldo del Solar N° 455 | 2 |
| BODEGA AY | Av. Jorge Chávez N° 541 | 2 |
| BODEGA FTE SODA BRONCANOS | Calle Cantuarias N° 319 | 2 |
| BODEGA LA CASA DE LA MILANESA | Calle Dos de Mayo N° 1324 | 2 |
| BODEGA MIL | Calle General Suárez N° 1000 | 2 |
| BODEGA SI | Calle Arica N° 406 | 2 |
| BODEGA SA | Calle Enrique Palacios N° 1082 | 2 |
| BOGEGA ROS | Calle Domingo Orué N° 394 | 2 |
| ELDI VQ | Calle Dos de Mayo N° 510 | 2 |
| | | 40 |

Fuente: Municipalidad de Miraflores

4.2.2 Muestra

Para el cálculo de la muestra n representativa, se aplicó la fórmula del muestreo aleatorio simple para poder conocer el número exacto de participantes para el desarrollo de la presente investigación:

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

Donde:

N = Tamaño de la población.

Z =1.96 es valor crítico de la distribución de probabilidades normal para

un nivel de confiabilidad 95%.

p = Probabilidad de éxito (0.50)

q = Probabilidad de fracaso (0.50)

e = margen de error 5%.

n = Tamaño de la muestra.

Para efectos de la muestra óptima se tomará como referencia al número de empresas dedicadas al rubro de plásticos en Lima Metropolitana, el resultado se duplicará debido a la inclusión del Gerente General y del Contador.

Entonces a un nivel de significancia de 95% y 5% como margen de error la muestra optima es:

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 40}{[(40 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5]}$$

n = 36 personas

Se seleccionará a 36 personas del rubro de comercio al por menor para realizar las encuestas correspondientes.

Tabla N°5: Muestra considerada para la encuesta

| BODEGA | DIRECCIÓN | Cantidad |
|----------------------------------|-------------------------------------|-----------|
| BODEGA SM | Calle San Martín N° 473 | 2 |
| BODEGA PAL | Calle Enrique Palacios N° 607 | 2 |
| BODEGA NBUENA | Calle Márquez de Torre Tagle N° 363 | 2 |
| BODEGA BON | Calle Manuel Bonilla N° 234 | 2 |
| BODEGA ELPE | Calle Coronel Inclán N° 301 | 2 |
| BODEGA APAX | Calle Enrique Palacios N° 400 | 2 |
| BODEGA SMI | Calle Cantuarias N° 120 | 2 |
| BODEGA OKKA | Av. Angamos Este N° 431 | 2 |
| BODEGA CARM | Calle Gabriel Chariarse N° 320 | 2 |
| L& M | Calle Enrique Palacios N° 647 | 2 |
| BODEGA SUE | Calle Grimaldo del Solar N° 594 | 2 |
| BODEGA HZ | Calle Grimaldo del Solar N° 455 | 2 |
| BODEGA AY | Av. Jorge Chávez N° 541 | 2 |
| BODEGA FTE SODA BRONCANOS | Calle Cantuarias N° 319 | 2 |
| BODEGA LA CASA DE LA MILANESA | Calle Dos de Mayo N° 1324 | 2 |
| BODEGA MIL | Calle General Suárez N° 1000 | 1 |
| BODEGA SI | Calle Arica N° 406 | 1 |
| BODEGA SA | Calle Enrique Palacios N° 1082 | 2 |
| BOGEGA ROS | Calle Domingo Orué N° 394 | 1 |
| ELDI VQ | Calle Dos de Mayo N° 510 | 1 |
| | | 36 |

Elaboración propia

4.3 Técnicas de recolección de datos

4.3.1 Técnicas

La encuesta por ser una técnica importante para este tipo de investigación.

4.3.2 Instrumentos

Para la recolección se utilizó el cuestionario que por intermedio de una encuesta compuesta por diferentes preguntas en la modalidad de cerradas se tomó a la muestra que se encuentra en párrafos anteriores.

4.3.3 Procedimiento de comprobación de validez y confiabilidad

4.4 Técnicas para el procesamiento de la información

El procesamiento de los datos se realizó con apoyo del Microsoft Excel: técnicas estadísticas y gráficos. Las hipótesis de la investigación fueron probadas y contrastadas a través del modelo estadístico Chi Cuadrado y otras que resulten aplicables, utilizando el software SPSS 28.

4.5 Aspectos Éticos

La investigación se llevó a cabo, teniendo presente el Marco del Código de Ética de la Universidad San Martín de Porres y de la Comunidad Científica Internacional, que han sido tomadas en cuenta para el recojo de información de manera general. Asimismo, se informó a los participantes de los objetivos que se pretendían alcanzar, por otro lado, se respetó la confidencialidad de quienes contribuyeron al desarrollo de esta investigación brindando información importante y adecuadamente documentada.

- Ética del contador

La profesión contable tiene principios básicos que deben existir en cualquier rama de la profesión, incluyendo la objetividad o independencia de normas que no favorecen a nadie ni favorecen el juicio profesional. Confidencialidad, que se sabe que hay información que pocas personas tienen y necesitan proteger. La confianza, incluida la honestidad con la que se realiza el trabajo. Y, finalmente, actualizamos nuestra experiencia con el rigor que exige el mercado.

- Medios de pagos digitales - Conocimiento

Por otro lado, es importante tener conocimiento de los medios de pagos digitales debido a que hoy en día se ha masificado su uso en el mercado, no solo por los consumidores sino por los vendedores. El tener conocimiento de estos medios de pagos puede suponer ahorrarse costos y realizar transacciones de manera más eficaz y segura.

- Liquidez - Confidencialidad y responsabilidad

Por último, con respecto a la liquidez, la confidencialidad juega un papel imprescindible aquí, porque como se mencionó anteriormente, esta información no la deberían tener todos a la mano porque podría ocasionar alertas en individuos que no realizan buenas prácticas.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Resultados de la Encuesta

Tabla 8: ¿En su opinión las comisiones que cobran las empresas proveedoras de pagos digitales son adecuadas al servicio ofrecido?

| Cobro de comisiones | | | | |
|---------------------|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Nunca | 4 | 11,1 | 11,1 |
| | Casi nunca | 3 | 8,3 | 8,3 |
| | Algunas veces | 21 | 58,3 | 58,3 |
| | Casi siempre | 5 | 13,9 | 13,9 |
| | Siempre | 3 | 8,3 | 8,3 |
| | Total | 36 | 100,0 | 100,0 |

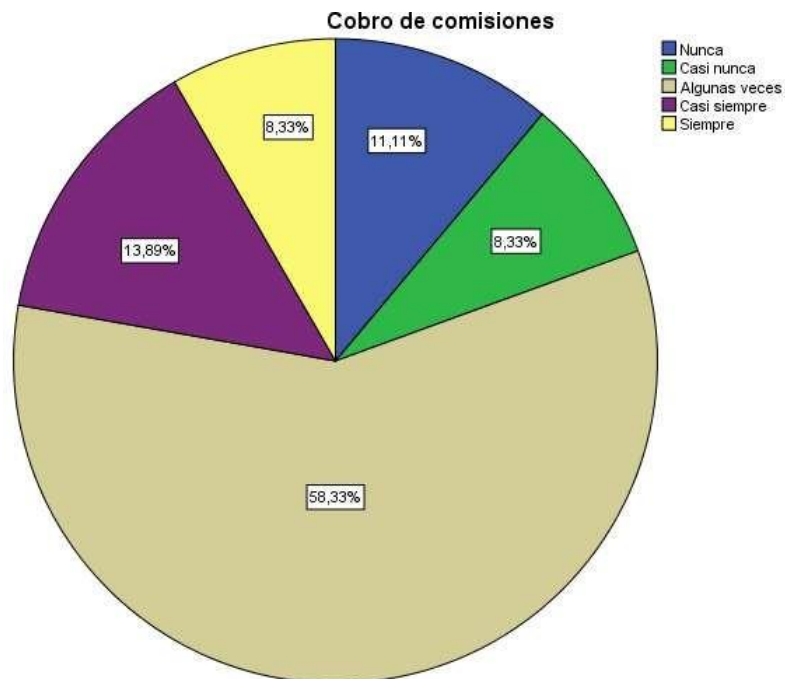
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo concerniente a la tabla 8, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, están orientadas en un 58.3 % que algunas veces las comisiones que cobran las empresas proveedoras de pagos digitales son adecuadas para el servicio que brindan, el 13.9 % de los encuestados opina que casi siempre es adecuado el cobro de esta comisión, por otro lado, el 11.1 % considera que nunca se debería cobrar la comisión por el uso del servicio y el 8.3 % manifiesta que casi nunca y que también siempre es adecuado el cobro.

Más de la mitad de las personas que fueron encuestadas consideran que algunas veces el cobro de la comisión para uso de medios de pago digitales es adecuado. Esto dependerá del tipo de operación que se está realizando, es por ello que se considera esta opción.

Figura 4: ¿En su opinión las comisiones que cobran las empresas proveedoras de pagos digitales son adecuadas al servicio ofrecido?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 9: ¿Cree usted que el nivel de velocidad de las transacciones de los medios de pagos digitales genera credibilidad en los usuarios?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Nunca | 2 | 5,6 | 5,6 |
| | Casi nunca | 1 | 2,8 | 8,3 |
| | Algunas veces | 8 | 22,2 | 30,6 |
| | Casi siempre | 18 | 50,0 | 80,6 |
| | Siempre | 7 | 19,4 | 100,0 |
| | Total | 36 | 100,0 | 100,0 |

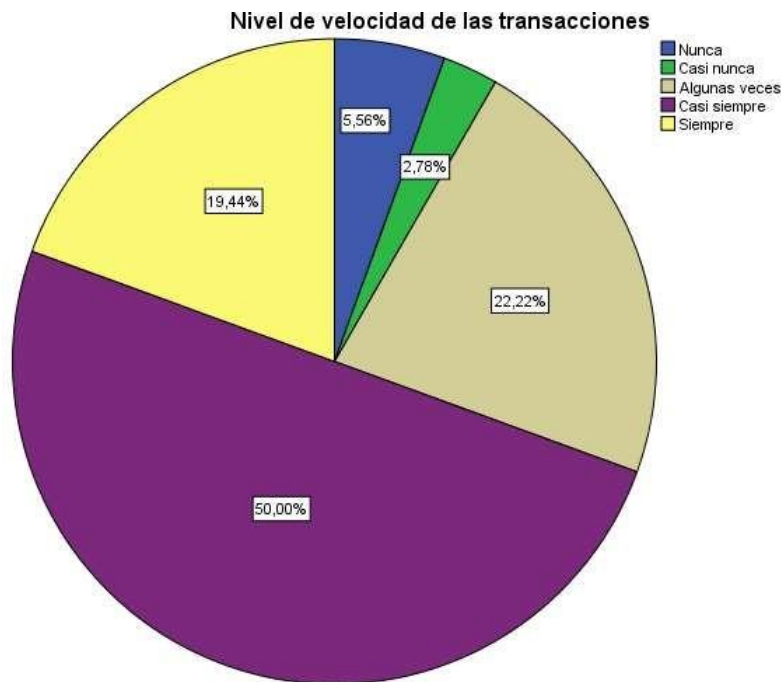
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo concerniente a la tabla 9, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, poco más del 90 % estima que, por lo general, el nivel de velocidad de las transacciones de los medios de pago digitales genera credibilidad en los usuarios, mientras que poco menos del 10 % considera que el nivel de velocidad no genera credibilidad.

El grupo de personas que fue encuestado, en su mayoría, considera que el nivel de velocidad de las transacciones de los medios de pago digitales genera credibilidad en los usuarios porque tienen la prueba inmediata de que la operación se ha realizado.

Figura 5: ¿Cree usted que el nivel de velocidad de las transacciones de los medios de pagos digitales genera credibilidad en los usuarios?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 10: ¿Considera usted que los usuarios de los medios de pagos digitales deben conocer el uso de sus aplicaciones móviles?

| Aplicaciones móviles | | | | |
|----------------------|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| | Nunca | 1 | 2,8 | 2,8 |
| | Algunas veces | 4 | 11,1 | 13,9 |
| Válidos | Casi siempre | 5 | 13,9 | 27,8 |
| | Siempre | 26 | 72,2 | 100,0 |
| | Total | 36 | 100,0 | 100,0 |

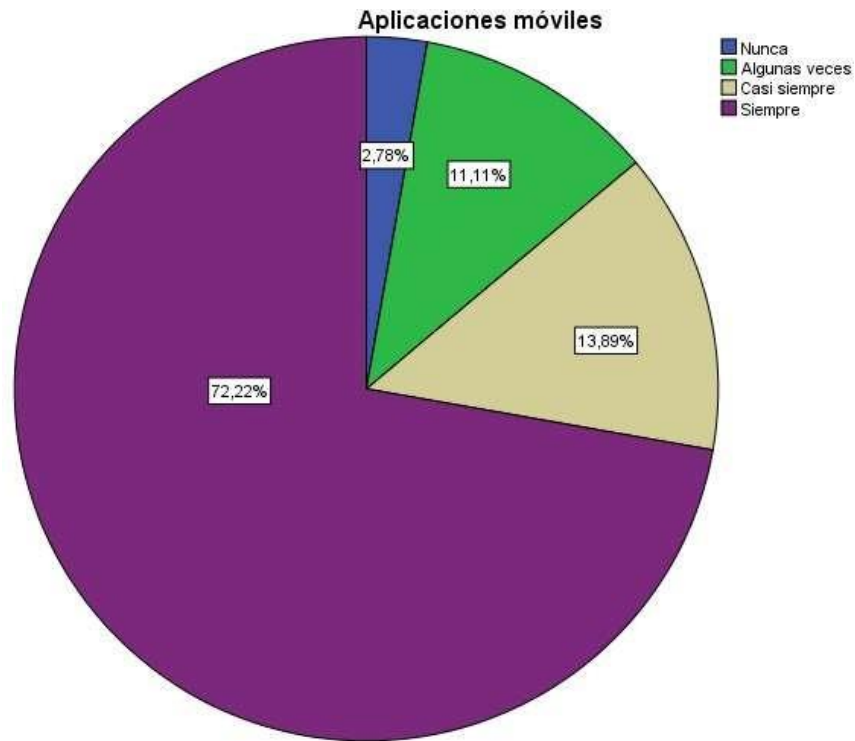
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 10, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 36.1 % indicó que los usuarios casi siempre deben conocer el uso de sus aplicativos móviles, el 27.8 % indicó que algunas veces, el 25 % indicó que siempre, mientras que el 11.1 % indicó que nunca.

Con respecto a la pregunta anterior, acerca del uso de los aplicativos móviles, se considera, por lo general, que no es necesario que los usuarios conozcan el uso de sus aplicaciones móviles debido a que el uso es bastante sencillo y pueden recibir ayuda por diversos canales.

Figura 6: ¿Considera usted que los usuarios de los medios de pagos digitales deben conocer el uso de sus aplicaciones móviles?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 11: ¿En su opinión el nivel de tecnología utilizado en los medios de pagos digitales está al alcance de los usuarios?

| Nivel de tecnología | | | | |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Casi nunca | 4 | 11,1 | 11,1 | 11,1 |
| Algunas veces | 10 | 27,8 | 27,8 | 38,9 |
| Válidos Casi siempre | 13 | 36,1 | 36,1 | 75,0 |
| Siempre | 9 | 25,0 | 25,0 | 100,0 |
| Total | 36 | 100,0 | 100,0 | |

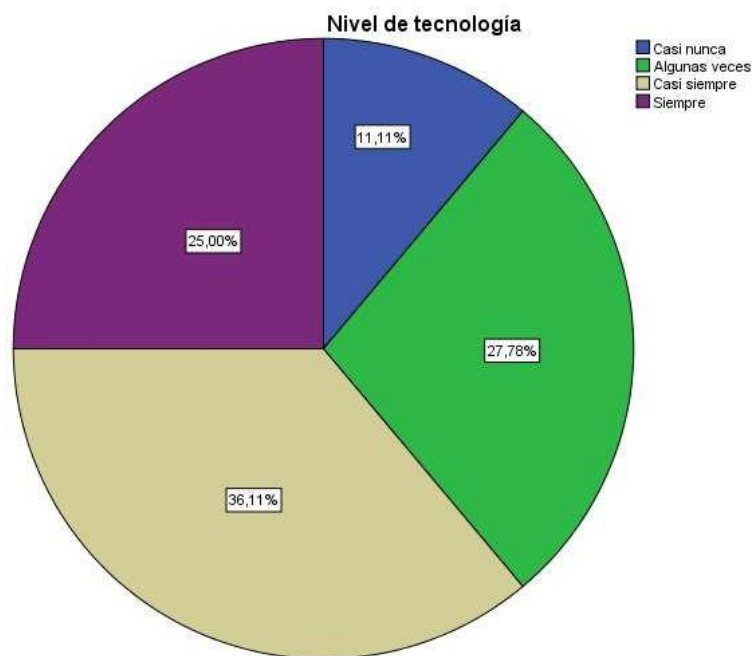
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo concerniente a la tabla 10, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 13.9 % y el 72.2 % consideran que casi siempre y siempre, respectivamente, el nivel de tecnología está al alcance de los usuarios, el 11.1 % opina que algunas veces mientras que solo el 2.8 % opina que nunca.

Según los resultados obtenidos de la encuesta, se puede deducir que la mayor parte de quienes tienen un establecimiento de comercio al por menor, así como sus ayudantes, consideran que siempre y casi siempre el nivel de tecnología está al alcance de los usuarios debido a que ha tenido un crecimiento masivo en los últimos años hasta la actualidad.

Figura 7: ¿En su opinión el nivel de tecnología utilizado en los medios de pagos digitales está al alcance de los usuarios?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 12: ¿Cree usted que el nivel de seguridad de las transacciones utilizado en los medios de pagos digitales permite una adecuada protección de datos de los usuarios?

| Nivel de seguridad de las transacciones | | | | |
|---|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Nunca | 4 | 11,1 | 11,1 |
| | Casi nunca | 5 | 13,9 | 25,0 |
| | Algunas veces | 14 | 38,9 | 63,9 |
| | Casi siempre | 11 | 30,6 | 94,4 |
| | Siempre | 2 | 5,6 | 100,0 |
| | Total | 36 | 100,0 | 100,0 |

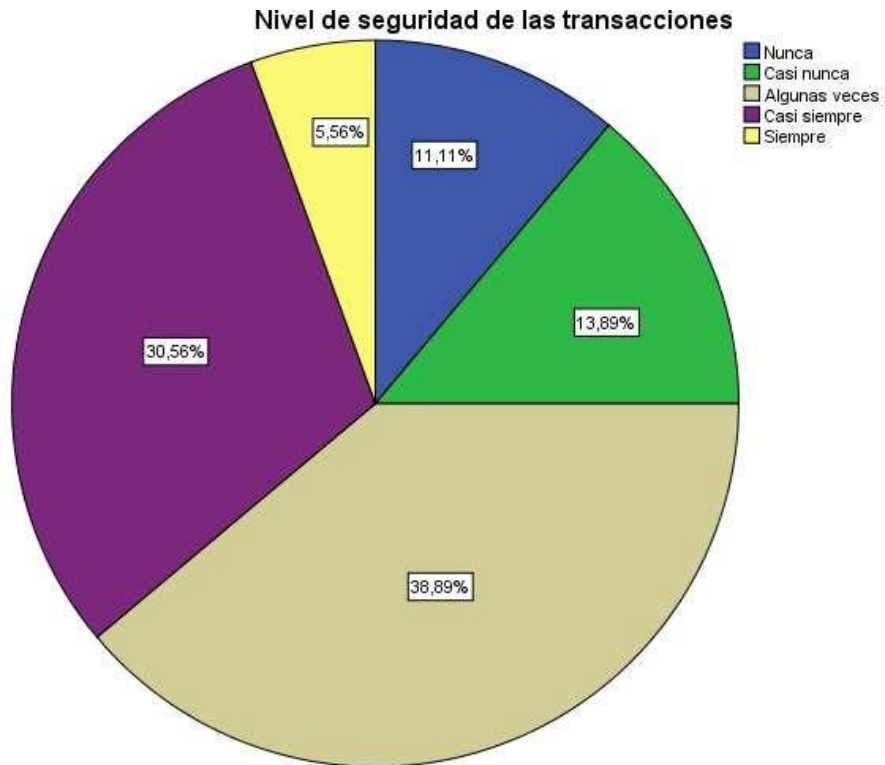
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 12, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 38.9 % opina que algunas veces el nivel de seguridad de las transacciones utilizado en los medios de pagos digitales permite una adecuada protección de datos de los usuarios, el 30.6 % y el 5.6 % opina que casi siempre y siempre respectivamente, mientras que, el 13.9 % y el 11.1 % opinan que casi nunca y nunca sucede esto.

De acuerdo con lo que opinan las personas encuestadas sobre el nivel de seguridad de las transacciones, la mayoría indicó que algunas veces y casi siempre permite una adecuada protección de datos de los usuarios debido a que la información se encuentra encriptada por ser digital.

Figura 8: ¿Cree usted que el nivel de seguridad de las transacciones utilizado en los medios de pagos digitales permite una adecuada protección de datos de los usuarios?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 13: ¿En su opinión existe en las transacciones realizadas a través de los medios de pagos digitales niveles de trazabilidad de las operaciones realizadas por los usuarios?

| Nivel de trazabilidad de las transacciones | | | | |
|--|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Nunca | 1 | 2,8 | 2,8 |
| | Casi nunca | 2 | 5,6 | 8,3 |
| | Algunas veces | 14 | 38,9 | 47,2 |
| | Casi siempre | 12 | 33,3 | 80,6 |
| | Siempre | 7 | 19,4 | 100,0 |
| | Total | 36 | 100,0 | 100,0 |

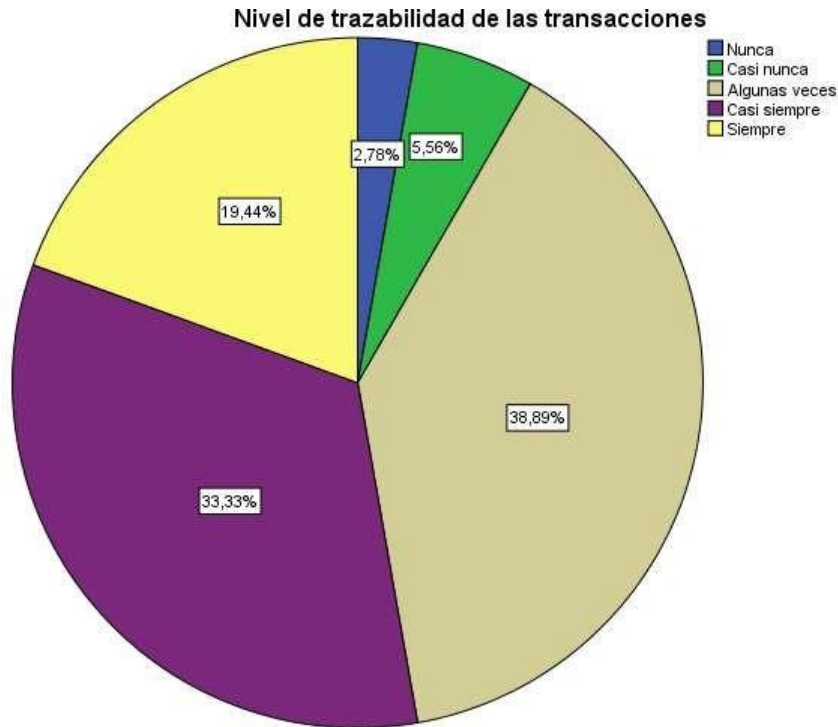
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 13, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 38.9 % opina que algunas veces existen niveles de trazabilidad de las operaciones realizadas por los usuarios en las transacciones realizadas a través de los medios de pagos digitales, el 33.3 % y el 19.4 % opina que casi siempre y siempre respectivamente, mientras que, el 5.6 % y el 2.8 % opinan que casi nunca y nunca sucede así.

Analizando el resultado anterior, sí existen niveles de trazabilidad de las operaciones en las transacciones realizadas para los encuestados porque al ser digitalizado, el proveedor de los medios de pago digitales tiene forma de rastreo de las operaciones.

Figura 9: ¿En su opinión existe en las transacciones realizadas a través de los medios de pagos digitales niveles de trazabilidad de las operaciones realizadas por los usuarios?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 14: ¿En su opinión los medios de pagos digitales son herramientas que aumentan la eficiencia de las empresas y reduce la exposición a contraer enfermedades?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Casi nunca | 3 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| Algunas veces | 4 | 11,1 | 11,1 | 19,4 |
| Válidos Casi siempre | 9 | 25,0 | 25,0 | 44,4 |
| Siempre | 20 | 55,6 | 55,6 | 100,0 |
| Total | 36 | 100,0 | 100,0 | |

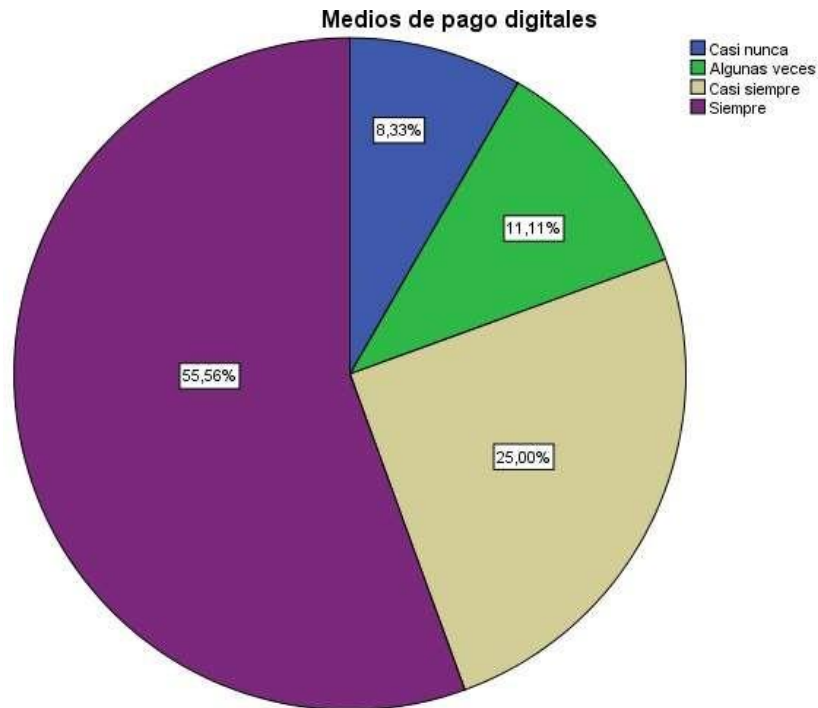
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 14, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 55.6 % considera que siempre es oportuno el uso de los medios de pagos digitales porque aumenta la eficiencia de las empresas y reduce la exposición a contraer enfermedades porque no hay contacto físico por este medio, el 25 % opina que casi siempre, mientras que el 11.1 % y el 8.3 % opinan que solo algunas veces y que casi nunca, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree que el uso de los medios de pago digitales aumenta la eficiencia de la empresa debido a que no se limitan a tener uno solo o pocos medios de cobro. Además, se cree que reduce la exposición a contraer enfermedades porque se evita el contacto físico de las personas.

Figura 10: ¿En su opinión los medios de pagos digitales son herramientas que aumentan la eficiencia de las empresas y reduce la exposición a contraer enfermedades?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 15: ¿Cree usted que las personas con negocio pueden actualizar en línea sus cuentas por cobrar en las ventas al crédito?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Casi nunca | 2 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| Algunas veces | 11 | 30,6 | 30,6 | 36,1 |
| Válidos Casi siempre | 12 | 33,3 | 33,3 | 69,4 |
| Siempre | 11 | 30,6 | 30,6 | 100,0 |
| Total | 36 | 100,0 | 100,0 | |

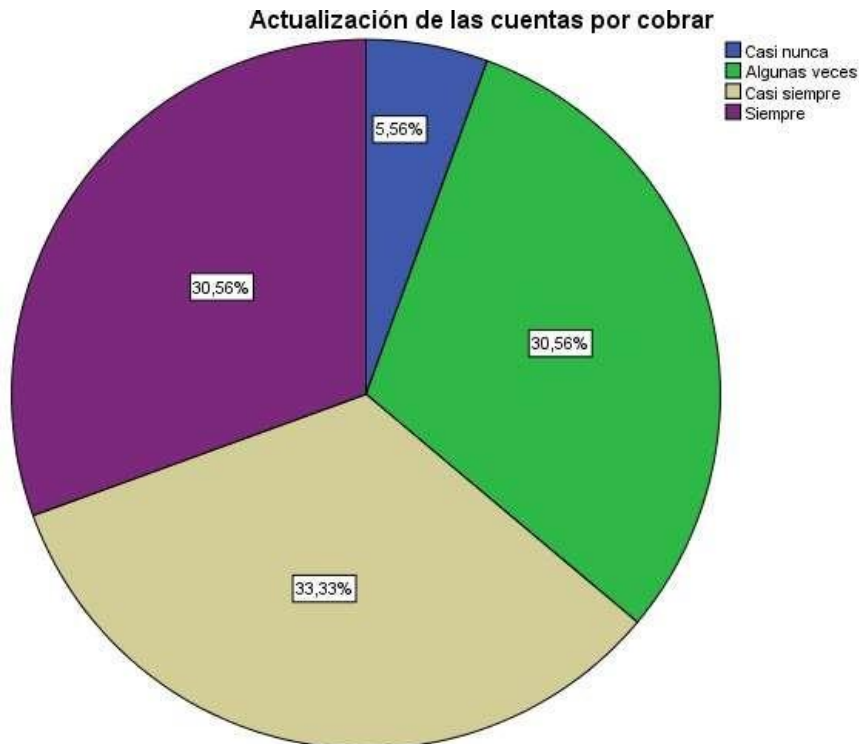
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 15, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 33.3 % considera que casi siempre es oportuno la actualización de las cuentas por cobrar debido a que el uso de los instrumentos tecnológicos son muy efectivos en las operaciones de ventas al crédito, el 30.6 % opina que siempre, mientras que el 30.6 % y 5.6 % opinan que solo algunas veces y que casi nunca, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree que las personas con negocio pueden actualizar en línea sus cuentas por cobrar en las ventas al crédito debido a que en la actualidad se cuentan con los recursos necesarios y son más accesibles.

Figura 11: ¿Cree usted que las personas con negocio pueden actualizar en línea sus cuentas por cobrar en las ventas al crédito?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 16: ¿En su opinión los negocios al por menor que otorgan créditos pueden flexibilizar la aprobación de nuevos créditos a aquellos clientes que utilizan medio de pagos digitales?

| Aprobación flexible de nuevos créditos a clientes | | | | |
|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Nunca | 2 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| Algunas veces | 10 | 27,8 | 27,8 | 33,3 |
| Válidos Casi siempre | 14 | 38,9 | 38,9 | 72,2 |
| Siempre | 10 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| Total | 36 | 100,0 | 100,0 | |

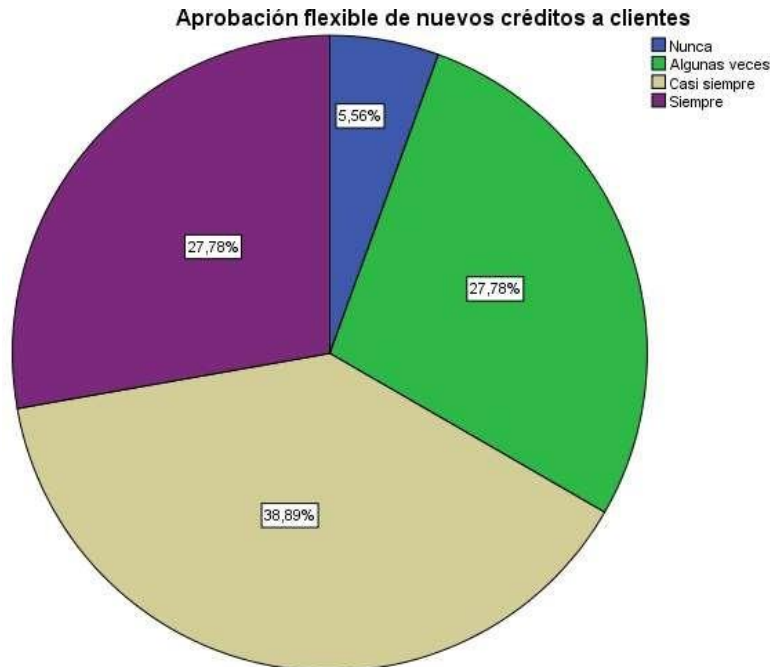
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 16, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 38.9 % considera que casi siempre es oportuno la aprobación flexible de nuevos créditos a clientes debido a que estos medios de pagos digitales mejoran la posición y oferta crediticia de los clientes que tienen negocios al por menor, el 27.8 % opina que siempre, mientras que el 27.8 % y 5.6 % opinan que solo algunas veces y que casi nunca, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree que los negocios al por menor que otorgan créditos pueden flexibilizar la aprobación de nuevos créditos a aquellos clientes que utilizan medio de pagos digitales porque es más sencillo realizar el cobro.

Figura 12: ¿En su opinión los negocios al por menor que otorgan créditos pueden flexibilizar la aprobación de nuevos créditos a aquellos clientes que utilizan medio de pagos digitales?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 17: ¿Cree usted que las empresas deben tener aplicaciones digitales para consultar la planificación de pagos a proveedores?

Planificación de pagos a proveedores

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Nunca | 2 | 5,6 | 5,6 | 5,6 |
| Casi nunca | 2 | 5,6 | 5,6 | 11,1 |
| Algunas veces | 5 | 13,9 | 13,9 | 25,0 |
| Casi siempre | 9 | 25,0 | 25,0 | 50,0 |
| Siempre | 18 | 50,0 | 50,0 | 100,0 |
| Total | 36 | 100,0 | 100,0 | |

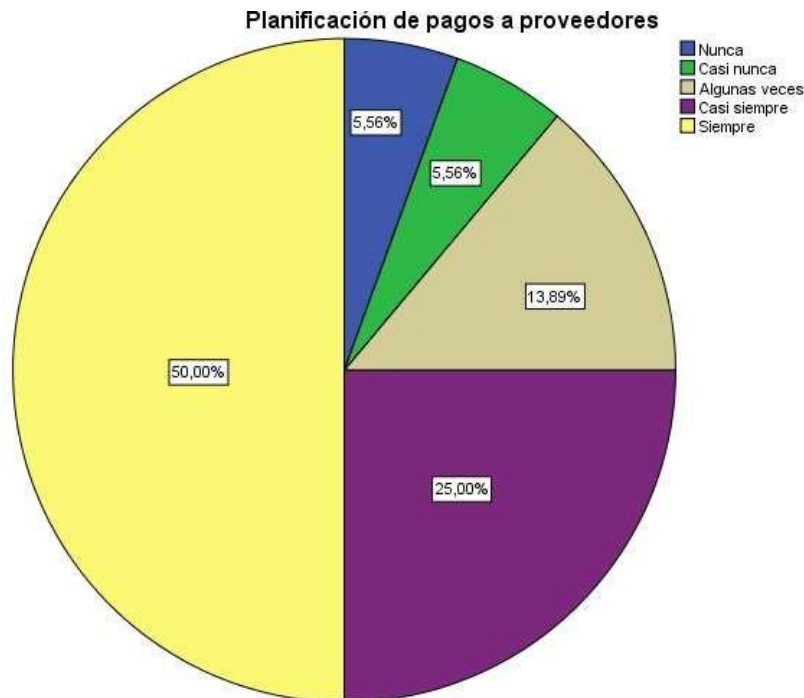
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 17, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 50.0 % considera que siempre es oportuno la planificación de pagos a proveedores para el cumplimiento oportuno de obligaciones y no caer en morosidad, el 25.0 % y 13.9 % opinan que casi siempre y algunas veces, mientras que el 5.6 % opinan que solo casi nunca y nunca, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree que las empresas deben tener aplicaciones digitales para consultar la planificación de pagos a proveedores porque con ello podrían darle seguimiento al cumplimiento de sus obligaciones.

Figura 13: ¿Cree usted que las empresas deben tener aplicaciones digitales para consultar la planificación de pagos a proveedores?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 18: ¿En su opinión el crecimiento del uso de los medios de pagos digitales permite una mejora en el cumplimiento del cronograma de las obligaciones financieras?

| Cumplimiento de cronograma de obligaciones financieras | | | | |
|--|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Algunas veces | 7 | 19,4 | 19,4 |
| | Casi siempre | 10 | 27,8 | 47,2 |
| | Siempre | 19 | 52,8 | 100,0 |
| | Total | 36 | 100,0 | 100,0 |

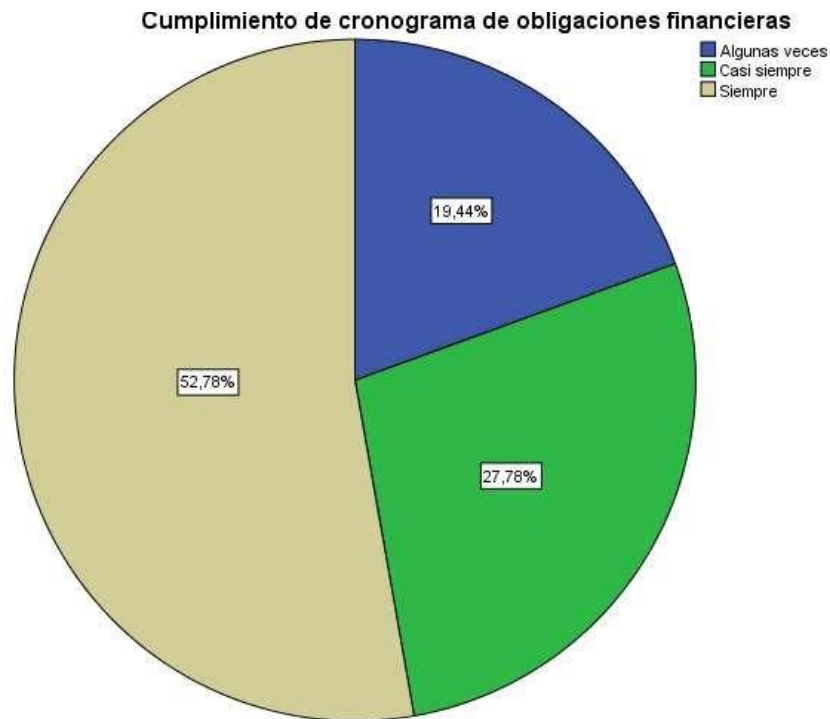
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 18, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 52.8 % considera que siempre es oportuno el cumplimiento del cronograma de obligaciones financieras porque los medios digitales te indican las obligaciones que uno tiene que cumplir en el tiempo, el 27.8 % opina que casi siempre, mientras que el 19.4 % solo algunas, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree el crecimiento del uso de los medios de pagos digitales permite una mejora en el cumplimiento del cronograma de las obligaciones financieras porque el cumplimiento podría realizarse de manera automática ligando la aplicación digital con las obligaciones correspondientes.

Figura 14: ¿En su opinión el crecimiento del uso de los medios de pagos digitales permite una mejora en el cumplimiento del cronograma de las obligaciones financieras?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 19: ¿Considera usted que la digitalización de la labor financiera permite un mejor control de los niveles de morosidad de los clientes?

Reducción de los niveles de morosidad de los clientes

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Casi nunca | 3 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| Algunas veces | 3 | 8,3 | 8,3 | 16,7 |
| Válidos Casi siempre | 11 | 30,6 | 30,6 | 47,2 |
| Siempre | 19 | 52,8 | 52,8 | 100,0 |
| Total | 36 | 100,0 | 100,0 | |

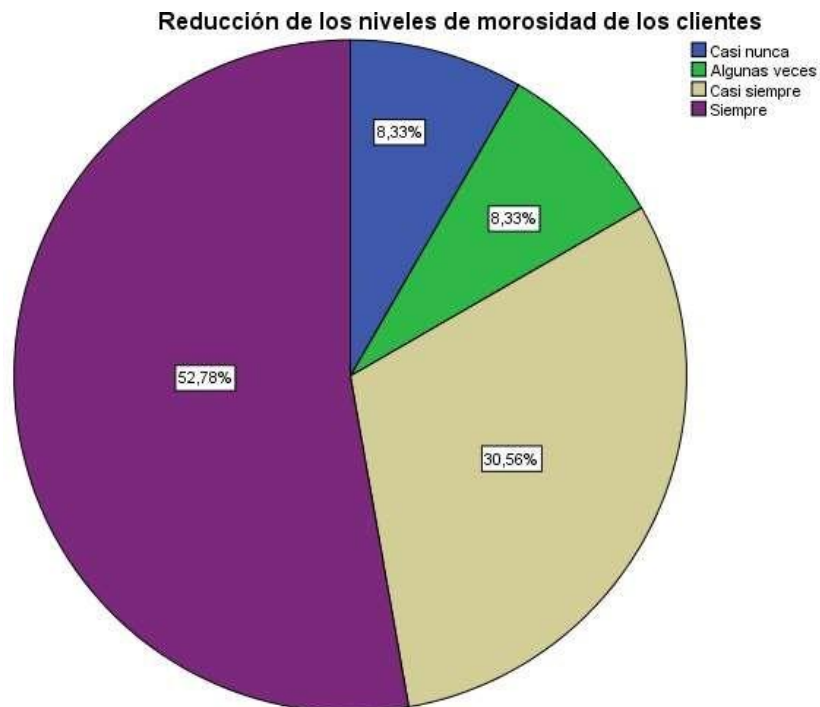
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 19, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 52.8 % considera que siempre es oportuno la reducción de los niveles de morosidad de los clientes debido a que la entidad tiene indicadores oportunos para pedir la contraprestación al cliente, el 30.6 % opina que casi siempre, mientras que el 8.3 % y 8.3 % opinan solo algunas veces y casi nunca, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree la digitalización de la labor financiera permite un mejor control de los niveles de morosidad de los clientes porque permite visualizar la deuda que estos mantienen progresivamente.

Figura 15: ¿Considera usted que la digitalización de la labor financiera permite un mejor control de los niveles de morosidad de los clientes?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 20: ¿Considera usted que las empresas que incluyen herramientas digitales para controlar sus cuentas por cobrar tienen un impacto positivo en el nivel de liquidez de la tesorería?

| Mejora del nivel de liquidez de tesorería | | | | |
|---|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válidos | Nunca | 2 | 5,6 | 5,6 |
| | Casi nunca | 1 | 2,8 | 8,3 |
| | Algunas veces | 6 | 16,7 | 25,0 |
| | Casi siempre | 15 | 41,7 | 66,7 |
| | Siempre | 12 | 33,3 | 100,0 |
| | Total | 36 | 100,0 | 100,0 |

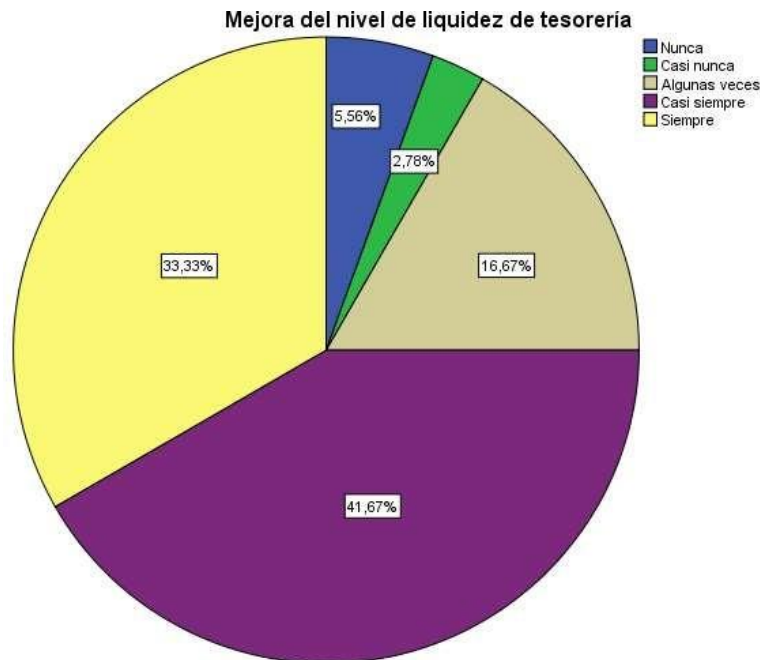
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 20, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 41.7 % considera que casi siempre es oportuno la mejora del nivel de liquidez de tesorería porque las herramientas digitales nos indican los vencimientos para hacer el cobro oportuno y obtener más liquidez en la caja(tesorería), el 33.3 % y 16.7 % opinan que siempre y algunas veces, mientras que el 2.8 % y 5.6 % opinan solo casi nunca y nunca, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree las empresas que incluyen herramientas digitales para controlar sus cuentas por cobrar tienen un impacto positivo en el nivel de liquidez de la tesorería justamente porque manejan un control más efectivo de las cuentas por cobrar.

Figura 16: ¿Considera usted que las empresas que incluyen herramientas digitales para controlar sus cuentas por cobrar tienen un impacto positivo en el nivel de liquidez de la tesorería?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Tabla 21: ¿En su opinión las empresas deben implementar políticas para mejorar las eficiencias en su Administración de Tesorería y por ende su liquidez?

| Liquidez | | | | |
|----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Nunca | 1 | 2,8 | 2,8 | 2,8 |
| Algunas veces | 4 | 11,1 | 11,1 | 13,9 |
| Válidos Casi siempre | 7 | 19,4 | 19,4 | 33,3 |
| Siempre | 24 | 66,7 | 66,7 | 100,0 |
| Total | 36 | 100,0 | 100,0 | |

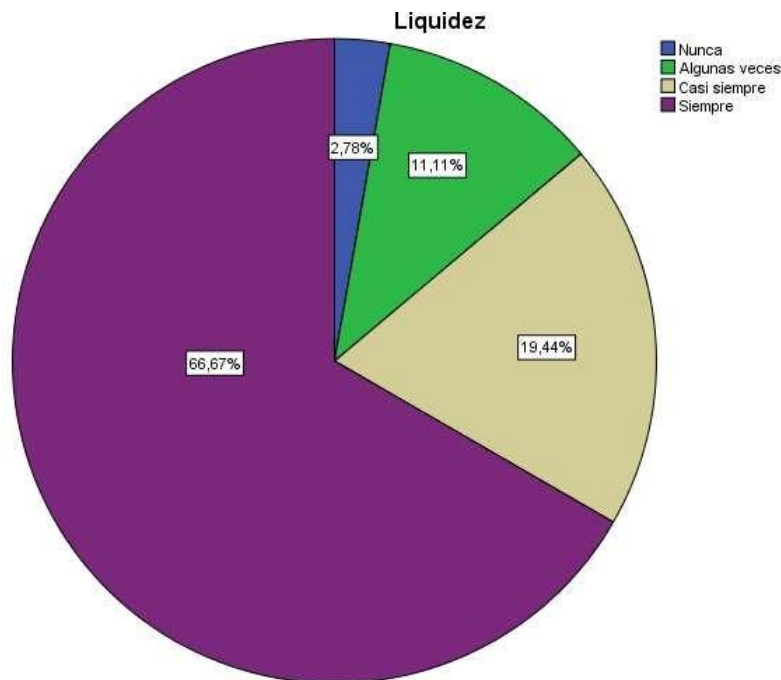
Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

Interpretación:

En lo referente a la interrogante de la tabla 21, se observa que las respuestas obtenidas de los propietarios y ayudantes de las empresas del sector comercio al por menor, el 66.7 % considera que siempre es oportuno la liquidez debido a que las empresas van a poder cumplir sus obligaciones y además de poder hacer más inversiones a corto plazo, el 19.4 % opina que casi siempre, mientras que el 11.1 % y 2.8 % opinan solo algunas veces y nunca, respectivamente.

De acuerdo con los resultados, en su gran mayoría se cree las empresas deben implementar políticas para mejorar las eficiencias en su Administración de Tesorería y por ende su liquidez para poder cumplir con obligaciones y otros.

Figura 17: ¿En su opinión las empresas deben implementar políticas para mejorar las eficiencias en su Administración de Tesorería y por ende su liquidez?



Fuente: Propietarios y ayudantes encuestados de las empresas del sector comercio al por menor en Miraflores. Elaboración propia.

5.2 Contratación de Hipótesis

Para realizar la contratación de hipótesis en nuestro trabajo de investigación se aplicó la Chi cuadrado de Pearson. La distribución Chi cuadrado es una herramienta apropiada en este estudio debido a que las variables en tratamiento son nominales y tienen respuestas cualitativas ordinales, en orden de jerarquía, desde siempre a nunca.

Luego, se siguió el procedimiento general de una prueba de hipótesis y la decisión se tomó siguiendo el método tradicional, con verificación del uso del método de valor de la probabilidad p comparado con el valor del nivel de significancia $\alpha=0.05$.

Finalmente, la hipótesis nula H_0 que queremos contrastar sustenta que existe asociación de dependencia entre las variables en estudio versus la hipótesis alternativa H_1 que afirma que no existe asociación de dependencia entre las variables. **H_0 :** Los medios de pago digitales no inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021.

5.2.1. Hipótesis Principal

Paso 1: Planteamos la hipótesis nula y su alternativa.

H_0 : Los medios de pago digitales no inciden positivamente en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021.

H_1 : Los medios de pago digitales inciden positivamente en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021.

Paso 2: Nivel de significancia $\alpha=0.05$ y el estadístico Chi Cuadrada.

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Donde:

r=5 número de filas

c=5 número de columnas

Conformado por alternativas de respuestas de las variables, que resultan 5X5=25 celdas.

Paso 3: Procesamiento de base de datos en el SPSS.

Se utilizó el programa SPSS para procesar la base de datos que se recogió de las respuestas de los propietarios y ayudantes del sector comercio al por menor, se obtuvo el resumen de procesamiento de casos y la tabla cruzada de los datos, de la hipótesis principal.

TABLA 22

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| X: Medios de pago digitales * Y: Liquidez | 36 | 100,0% | 0 | 0,0% | 36 | 100,0% |

Elaboración propia extraído del SPSS.

TABLA 23: TABLA CRUZADA

Tabla de contingencia X: Medios de pago digitales * Y: Liquidez

| | | | Y: Liquidez | | | Total |
|-----------------------------|---------------|---------------------|---------------|--------------|---------|-------|
| | | | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | |
| X: Medios de pago digitales | Casi nunca | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | Frecuencia esperada | ,2 | ,4 | ,4 | 1,0 |
| | | Residuo | ,8 | -,4 | -,4 | |
| | Algunas veces | Recuento | 5 | 6 | 0 | 11 |
| | | Frecuencia esperada | 2,1 | 4,9 | 4,0 | 11,0 |
| | | Residuo | 2,9 | 1,1 | -4,0 | |
| | Casi siempre | Recuento | 1 | 10 | 10 | 21 |
| | | Frecuencia esperada | 4,1 | 9,3 | 7,6 | 21,0 |
| | | Residuo | -3,1 | ,7 | 2,4 | |
| | Siempre | Recuento | 0 | 0 | 3 | 3 |
| | | Frecuencia esperada | ,6 | 1,3 | 1,1 | 3,0 |
| | | Residuo | -,6 | -1,3 | 1,9 | |
| Total | | Recuento | 7 | 16 | 13 | 36 |
| | | Frecuencia esperada | 7,0 | 16,0 | 13,0 | 36,0 |

Elaboración propia extraído del SPSS.

Es de suma importancia la tabla 23; porque se puede visualizar en ella cuáles son los datos observados del resultado de la encuesta; para poder encontrar los datos esperados.

Asimismo, se logró identificar en esta tabla de contingencia que existe una fila y dos columnas de la misma categoría, que tienen respuestas cero. Por lo que dejamos sin efecto para el cálculo, entonces en este caso la tabla se reduce con $(4-1) (3-1) = 6$ grados de libertad, con un nivel de significancia $\alpha = 0.05$, entonces la Tabla de la Chi cuadrada su valor teórico es $X^2_{(6,0.05)} = 12.59$.

Ahora calculamos el chi cuadrado a partir de la formula:

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^c \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

$$\chi^2_{(calculado)} = \sum_{i=1}^4 \sum_{j=1}^4 \frac{(o_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} = \frac{(3 - 1.1)^2}{1.1} + \frac{(0 - 1.3)^2}{1.3} + \frac{(0 - 0.6)^2}{0.6} + \dots + \frac{(1 - 0.2)^2}{0.2} = 20.648$$

Verificación de este resultado con el software SPSS:

TABLA 24

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS PRINCIPAL

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| | Valor | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 20,648 ^a | 6 | ,002 |
| Razón de verosimilitudes | 24,434 | 6 | ,000 |
| Asociación lineal por lineal | 16,471 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 36 | | |

a. 10 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,19.

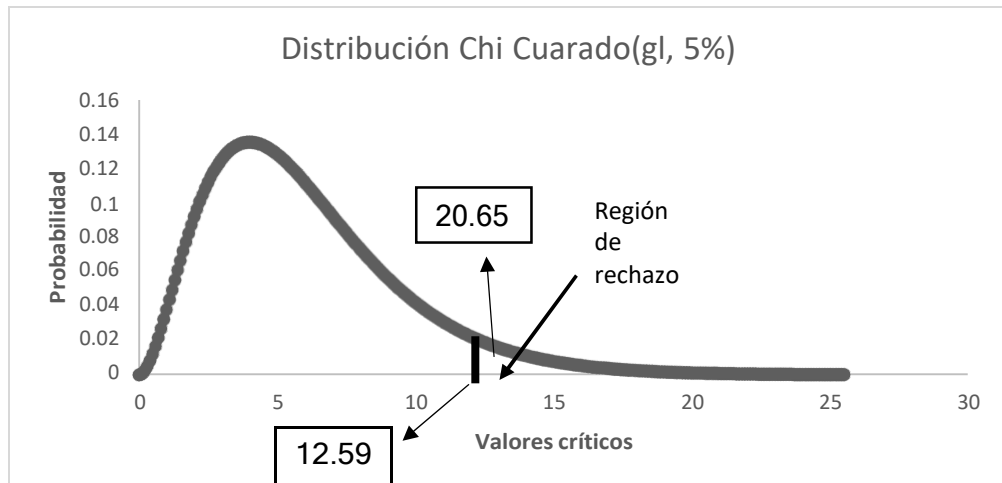
Elaboración propia extraído del SPSS.

Paso 4: Decisión.

Según el cálculo del Chi Cuadrado realizado, se observa que el valor teórico del Chi Cuadrado es menor que su valor calculado:

$X^2_{(\text{calculado})} = 20.648 > X^2_{(6,0.05)} = 12.59$, entonces el valor calculado cae en la región de rechazo. Dicho de otra manera, la hipótesis nula se rechaza (ver figura 17).

FIGURA 18
CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS PRINCIPAL

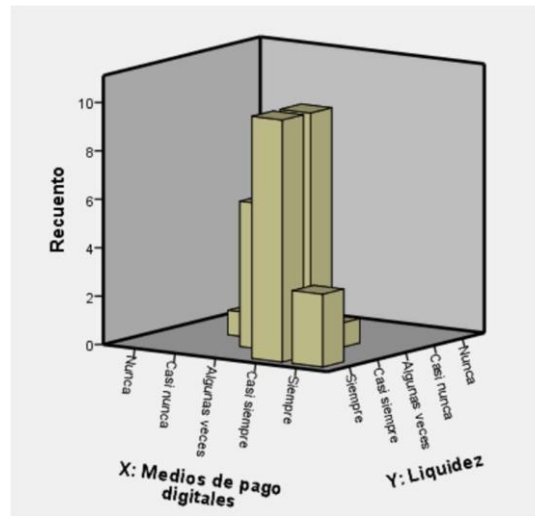


Elaboración propia.

Paso 5: Conclusión e Interpretación.

Se concluye entonces, que la hipótesis alternativa es verdadera y la hipótesis nula es falsa, es decir que Los medios de pago digitales sí inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021.

FIGURA 19
RECuento DE VARIABLES X, Y



Elaboración propia extraído del SPSS.

5.2.2. Hipótesis Secundaria (a)

Paso 1: Planteamos la hipótesis nula y su alternativa.

H₀: El sistema de pagos Yape no incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

H₁: El sistema de pagos Yape incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

Paso 2: Procesamiento de base de datos en el SPSS.

Se utilizó el programa SPSS para procesar la base de datos que se recogió de las respuestas de los propietarios y ayudantes del sector comercio al por menor, se obtuvo el resumen de procesamiento de casos y la tabla cruzada de los datos, de la hipótesis secundaria (a).

TABLA 25

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| X1: Sistema de pagos Yape * Y1: Mejora en el nivel de efectivo | 36 | 100,0% | 0 | 0,0% | 36 | 100,0% |

Elaboración propia extraído del SPSS.

TABLA 26: TABLA CRUZADA

Tabla de contingencia X1: Sistema de pagos Yape * Y1: Mejora en el nivel de efectivo

| | | | Y1: Mejora en el nivel de efectivo | | | | Total |
|---------------------------|---------------|---------------------|------------------------------------|---------------|--------------|---------|-------|
| | | | Casi nunca | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | |
| X1: Sistema de pagos Yape | Nunca | Recuento | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| | | Frecuencia esperada | ,1 | ,1 | ,5 | ,3 | 1,0 |
| | | Residuo | ,9 | -,1 | -,5 | -,3 | |
| | Casi nunca | Recuento | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | | Frecuencia esperada | ,1 | ,1 | ,5 | ,3 | 1,0 |
| | | Residuo | -,1 | -,1 | ,5 | -,3 | |
| | Algunas veces | Recuento | 1 | 3 | 6 | 1 | 11 |
| | | Frecuencia esperada | ,6 | 1,5 | 5,5 | 3,4 | 11,0 |
| | | Residuo | ,4 | 1,5 | ,5 | -,4 | |
| | Casi siempre | Recuento | 0 | 2 | 10 | 8 | 20 |
| | | Frecuencia esperada | 1,1 | 2,8 | 10,0 | 6,1 | 20,0 |
| | | Residuo | -,1 | -,8 | ,0 | 1,9 | |
| | Siempre | Recuento | 0 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| | | Frecuencia esperada | ,2 | ,4 | 1,5 | ,9 | 3,0 |
| | | Residuo | -,2 | -,4 | -,5 | 1,1 | |
| | Total | Recuento | 2 | 5 | 18 | 11 | 36 |
| | | Frecuencia esperada | 2,0 | 5,0 | 18,0 | 11,0 | 36,0 |

Elaboración propia extraído del SPSS.

Paso 3: Calculamos el chi cuadrado con el SPSS.

TABLA 27

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS SECUNDARIA (a)

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 25,313 ^a | 12 | ,013 |
| Razón de verosimilitudes | 16,125 | 12 | ,186 |
| Asociación lineal por lineal | 10,631 | 1 | ,001 |
| N de casos válidos | 36 | | |

a. 17 casillas (85,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,06.

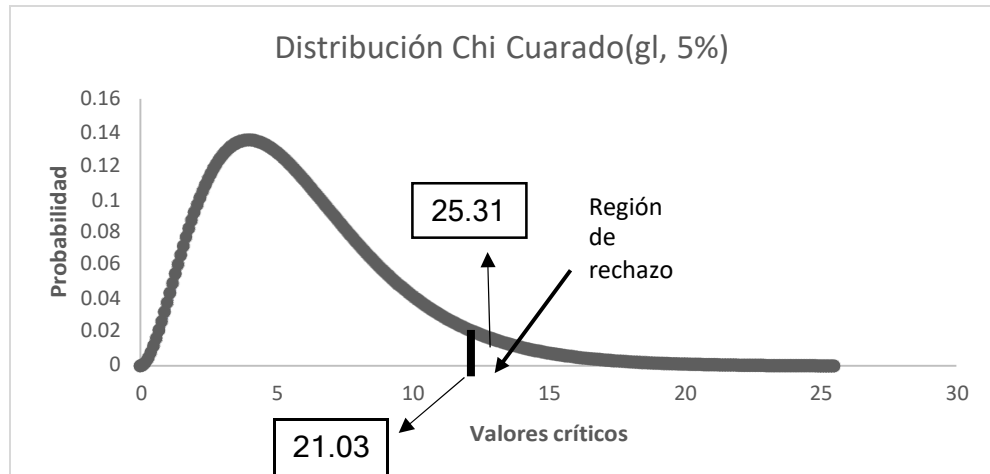
Fuente: Elaboración propia extraído del SPSS.

Paso 4: Decisión.

Se observa en la tabla 27 que el chi cuadrado calculado es 25.313 y su valor teórico es $X^2_{(12,0.05)} = 21.026$. Por lo que podemos decir que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alternativa, debido a que: $X^2_{(calculado)} = 25.313 > X^2_{(12,0.05)} = 21.026$.

FIGURA 20

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS SECUNDARIA (a)



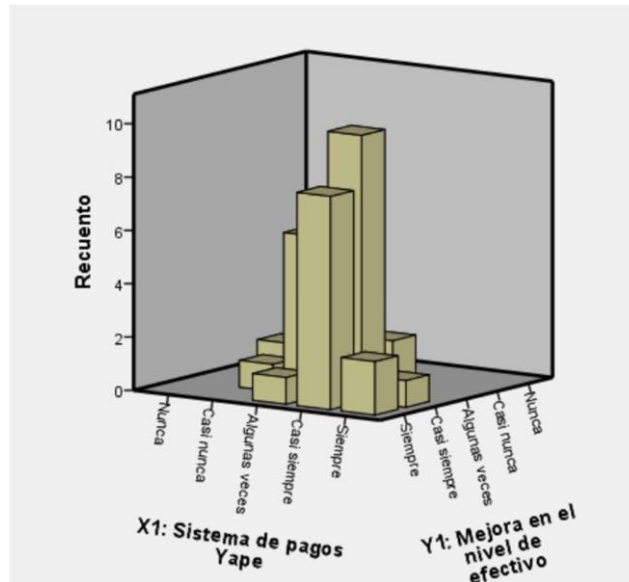
Elaboración propia.

Paso 5: Conclusión e Interpretación.

Se concluye, entonces que la hipótesis alternativa es verdadera y la hipótesis nula es falsa, por lo que, el sistema de pagos Yape sí incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

FIGURA 21

RECuento DE VARIABLES X1, Y1



Elaboración propia extraído del SPSS.

5.2.3. Hipótesis Secundaria (b)

Paso 1: Planteamos la hipótesis nula y su alternativa.

H₀: El sistema de pagos Plin no incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores.

H₁: El sistema de pagos Plin incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores.

Paso 2: Procesamiento de base de datos en el SPSS.

Se utilizó el programa SPSS para procesar la base de datos que se recogió de las respuestas de los propietarios y ayudantes del sector comercio al por menor, se obtuvo el resumen de procesamiento de casos y la tabla cruzada de los datos, de la hipótesis secundaria (b).

TABLA 28

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|--|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| X2: Sistema de pagos Plin * Y2: Control de pagos en línea por correo electrónico | 36 | 100,0% | 0 | 0,0% | 36 | 100,0% |

Elaboración propia extraído del SPSS.

TABLA 29: TABLA CRUZADA

Tabla de contingencia X2: Sistema de pagos Plin * Y2: Control de pagos en línea por correo electrónico

| | | | Y2: Control de pagos en línea por correo electrónico | | | | Total | |
|---------------------------|---------------|---------------------|--|---------------|--------------|---------|-------|------|
| | | | Casi nunca | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | | |
| X2: Sistema de pagos Plin | Algunas veces | Recuento | 0 | 4 | 1 | 0 | 5 | |
| | | Frecuencia esperada | ,1 | 1,0 | ,8 | 3,1 | 5,0 | |
| | | Residuo | -,1 | 3,0 | ,2 | -3,1 | | |
| | Casi siempre | Recuento | 1 | 2 | 3 | 7 | 13 | |
| | | Frecuencia esperada | ,4 | 2,5 | 2,2 | 7,9 | 13,0 | |
| | | Residuo | ,6 | -,5 | ,8 | -,9 | | |
| | Siempre | Recuento | 0 | 1 | 2 | 15 | 18 | |
| | | Frecuencia esperada | ,5 | 3,5 | 3,0 | 11,0 | 18,0 | |
| | | Residuo | -,5 | -2,5 | -1,0 | 4,0 | | |
| | Total | | Recuento | 1 | 7 | 6 | 22 | 36 |
| | | | Frecuencia esperada | 1,0 | 7,0 | 6,0 | 22,0 | 36,0 |

Elaboración propia extraído del SPSS.

Paso 3: Calculamos el chi cuadrado con el SPSS.

TABLA 30

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS SECUNDARIA (b)

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 18,404 ^a | 6 | ,005 |
| Razón de verosimilitudes | 18,139 | 6 | ,006 |
| Asociación lineal por lineal | 11,959 | 1 | ,001 |
| N de casos válidos | 36 | | |

a. 10 casillas (83,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,14.

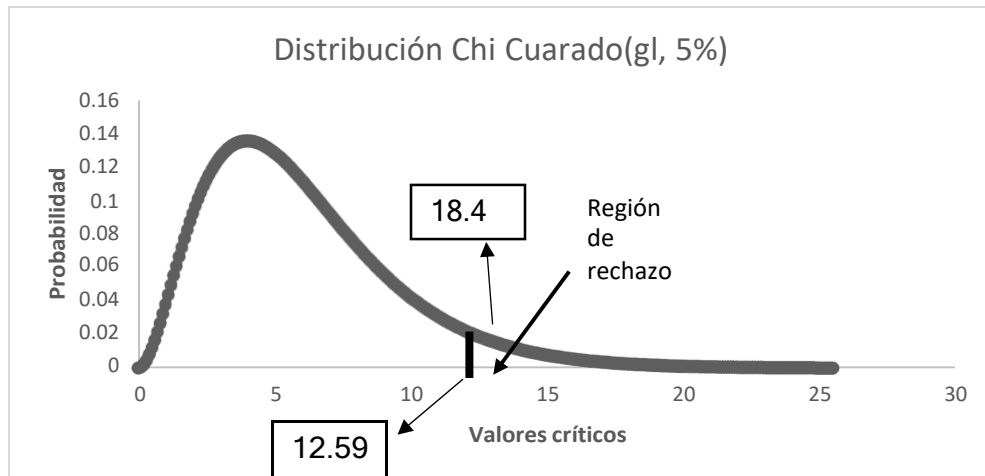
Elaboración propia extraído del SPSS.

Paso 4: Decisión.

Se observa en la tabla 30 que el chi cuadrado calculado es 18.404 y su valor teórico es $X^2_{(6,0.05)} = 12.592$. Por lo que podemos decir que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alternativa, debido a que: $X^2_{(calculado)} = 18.404 > X^2_{(6,0.05)} = 12.592$.

FIGURA 22

CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS SECUNDARIA (b)

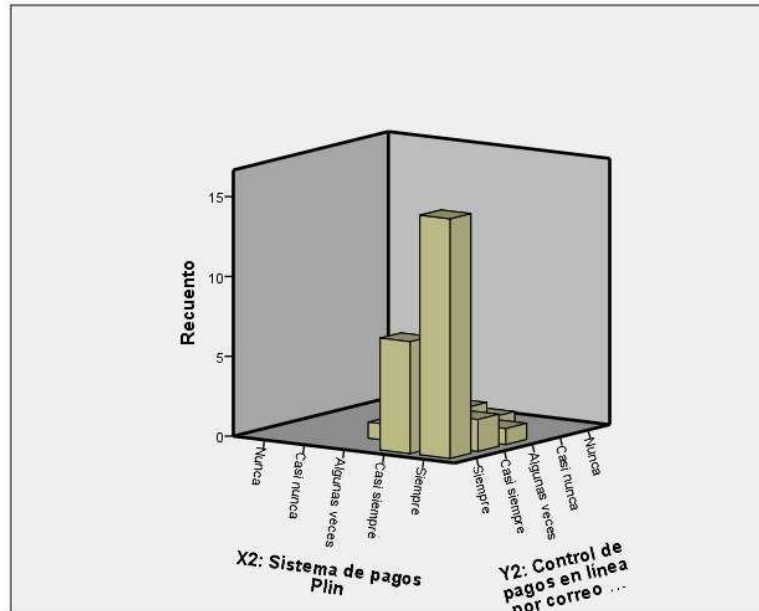


Elaboración propia.

Paso 5: Conclusión e Interpretación.

Se concluye, entonces que la hipótesis alternativa es verdadera y la hipótesis nula es falsa, por lo que, el sistema de pagos Plin sí incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores.

FIGURA 23
RECuento DE VARIABLES X2, Y2



Elaboración propia extraído del SPSS.

5.2.3. Hipótesis Secundaria (c)

Paso 1: Planteamos la hipótesis nula y su alternativa.

H₀: El sistema de pagos Tunki no incide en el sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

H₁: El sistema de pagos Tunki incide en el sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

Paso 2: Procesamiento de base de datos en el SPSS.

Se utilizó el programa SPSS para procesar la base de datos que se recogió de las respuestas de los propietarios y ayudantes del sector comercio al por menor, se obtuvo el resumen de procesamiento de casos y la tabla cruzada de los datos, de la hipótesis secundaria (c).

TABLA 31

Resumen del procesamiento de los casos

| | Casos | | | | | |
|---|---------|------------|----------|------------|-------|------------|
| | Válidos | | Perdidos | | Total | |
| | N | Porcentaje | N | Porcentaje | N | Porcentaje |
| X3: Sistema de pagos Tunki * Y3: Sistema de cobros a través de redes sociales | 36 | 100,0% | 0 | 0,0% | 36 | 100,0% |

Elaboración propia extraído del SPSS.

TABLA 32: TABLAS CRUZADAS

Tabla de contingencia X3: Sistema de pagos Tunki * Y3: Sistema de cobros a través de redes sociales

| | | | Y3: Sistema de cobros a través de redes sociales | | | Total |
|----------------------------|---------------------|---------------------|--|--------------|---------|-------|
| | | | Algunas veces | Casi siempre | Siempre | |
| X3: Sistema de pagos Tunki | Nunca | Recuento | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | Frecuencia esperada | ,2 | ,3 | ,5 | 1,0 |
| | | Residuo | ,8 | -,3 | -,5 | |
| | Casi nunca | Recuento | 2 | 0 | 0 | 2 |
| | | Frecuencia esperada | ,4 | ,5 | 1,1 | 2,0 |
| | | Residuo | 1,6 | -,5 | -1,1 | |
| | Algunas veces | Recuento | 3 | 5 | 7 | 15 |
| | | Frecuencia esperada | 3,3 | 3,8 | 7,9 | 15,0 |
| | | Residuo | -,3 | 1,3 | -,9 | |
| | Casi siempre | Recuento | 2 | 4 | 7 | 13 |
| | | Frecuencia esperada | 2,9 | 3,3 | 6,9 | 13,0 |
| | | Residuo | -,9 | ,8 | ,1 | |
| Siempre | Recuento | 0 | 0 | 5 | 5 | |
| | Frecuencia esperada | 1,1 | 1,3 | 2,6 | 5,0 | |
| | Residuo | -1,1 | -1,3 | 2,4 | | |
| Total | | Recuento | 8 | 9 | 19 | 36 |
| | | Frecuencia esperada | 8,0 | 9,0 | 19,0 | 36,0 |

Elaboración propia extraído del SPSS.

Paso 3: Calculamos el chi cuadrado con el SPSS.

TABLA 33

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS SECUNDARIA (c)

Pruebas de chi-cuadrado

| | Valor | gl | Sig. asintótica (bilateral) |
|------------------------------|---------------------|----|-----------------------------|
| Chi-cuadrado de Pearson | 15,979 ^a | 8 | ,043 |
| Razón de verosimilitudes | 16,408 | 8 | ,037 |
| Asociación lineal por lineal | 8,897 | 1 | ,003 |
| N de casos válidos | 36 | | |

a. 13 casillas (86,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,22.

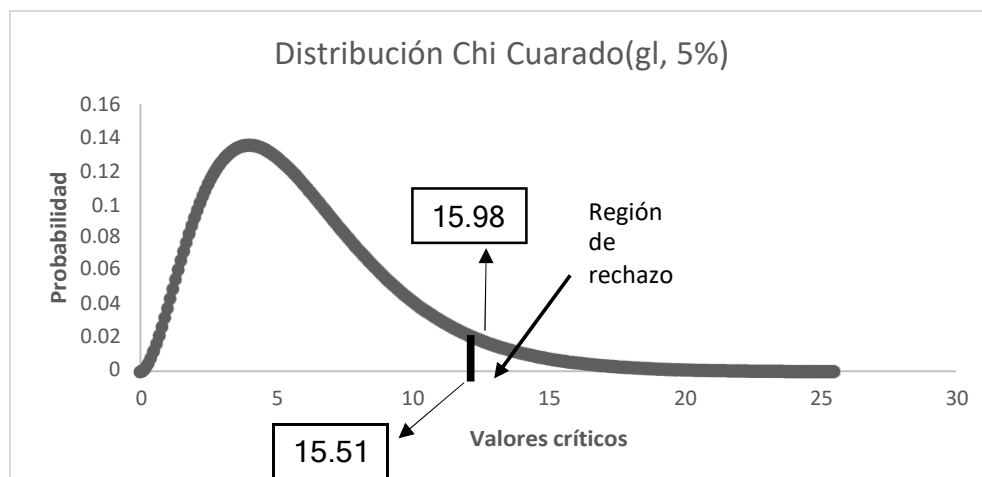
Elaboración propia extraído del SPSS.

Paso 4: Decisión.

Se observa en la tabla 33 que el chi cuadrado calculado es 15.979 y su valor teórico es $X^2_{(8,0.05)} = 15.507$. Por lo que podemos decir que la hipótesis nula es rechazada y se acepta la hipótesis alternativa, debido a que: $X^2_{(\text{calculado})} = 15.979 > X^2_{(8,0.05)} = 15.507$.

FIGURA 24

CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS SECUNDARIA (c)

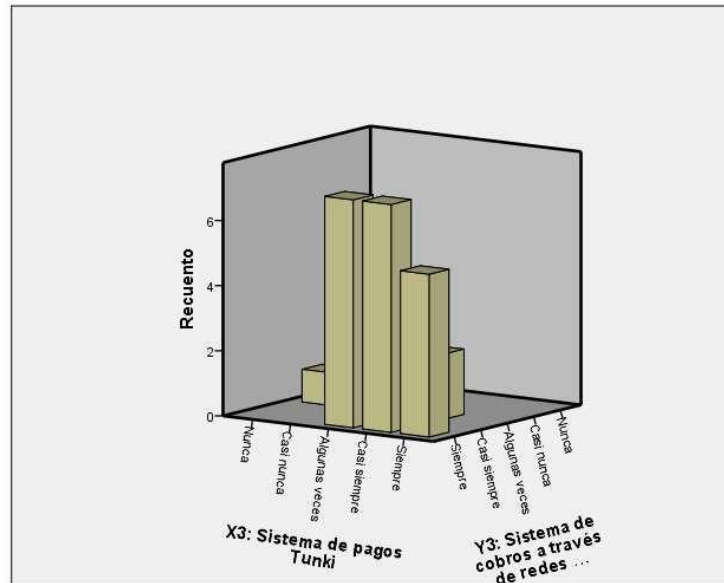


Paso 5: Conclusión e Interpretación.

Se concluye, entonces que la hipótesis alternativa es verdadera y la hipótesis nula es falsa, por lo que, el sistema de pagos Tunki sí incide en el sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores.

FIGURA 25

RECuento DE VARIABLES X3, Y3



Elaboración propia extraído del SPSS.

CAPÍTULO VI: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Discusión

Después de aplicar los instrumentos correspondientes al presente trabajo de investigación: “LOS MEDIOS DE PAGO DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO AL POR MENOR EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2020-2021 “; se encontraron los siguientes hallazgos.

- a. En opinión de los encuestados la velocidad de las transacciones de los medios de pagos digitales es fundamental para generar confianza en los usuarios y poder hacer operaciones en cualquier establecimiento sin necesitar dinero físico.
- b. Un hallazgo importante es que los encuestados manifestaron que la inversión en móviles celulares e internet muchas veces es una limitación a la ampliación de la profundidad del uso de este importante sistema y que ha sido muy útil durante la pandemia.
- c. Los encuestados manifestaron también que un aspecto valorado por los usuarios en los medios de pagos digitales es la seguridad que brinda este tipo de aplicaciones, lo cual el uso del efectivo en las operaciones en las MYPE del sector comercio se ha reducido fuertemente, e incluso mencionaron que en algunos meses ha sido muy útil para aumentar sus ventas.
- d. En opinión de los encuestados sería recomendable que el Gobierno incentive el pago de todos los tributos a todo nivel con el uso de medios de pagos digitales, por lo cual se infiere que estos aplicativos aumentan la eficiencia de las MYPE del sector comercio y a la vez permite reducir la exposición a contraer enfermedades.

- e. Los encuestados manifestaron que las comisiones que se cobran por el uso de los medios de pagos digitales son poco relevantes, si se toma en cuenta el gran aporte de estos aplicativos a las transacciones comerciales con seguridad, transparencia y puede ser utilizado por cualquier ciudadano sin importar su situación económica.

- f. La mayoría de los encuestados afirmaron mayoritariamente que el uso de aplicativos como los medios de pagos digitales es un avance significativo en un mundo cada vez más globalizado, que permite reducir las brechas de pobreza e inclusión financiera para que más peruanos tengan más oportunidades.

6.2 Conclusiones

Habiendo tabulado toda la data del presente trabajo de investigación se plantea las siguientes conclusiones:

- a. El **sistema de pagos Yape** incide en la **mejora del nivel de efectivo** de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores, este medio de pago, a pesar de que es utilizado en forma favorable, existe un sector que se resiste a usarlo de manera permanente debido a su desconfianza y costumbre de usar siempre el efectivo.
- b. El **sistema de pagos Plin** incide en el **control de pagos en línea por correo electrónico** de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores, debido a que estos usuarios no tienen un registro permanente y ordenado de sus operaciones financieras, el control que ejercen sobre sus operaciones no es inmediata y descansa mucho en sus apuntes clásicos.
- c. El **sistema de pagos Tunki** incide en el **sistema de cobros a través de redes sociales** de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores, los usuarios al realizar sus ventas no tienen la posibilidad de ejercer un control de créditos y su posterior cobro.

Finalmente se concluye que **los medios de pago digitales** inciden en la **liquidez** de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021, por ser aplicativos ágiles, amigables, que contribuyen a la reactivación de la economía.

6.3 Recomendaciones

Después de haber evaluado la contratación de hipótesis y las conclusiones se plantean las siguientes recomendaciones:

- a) Las MYPE del Sector Comercio al por menor del distrito de Miraflores, deben migrar sus transacciones con sus clientes, utilizando el aplicativo **Yape** como medios de pagos digitales, con la finalidad de **mejorar de manera importante el manejo del nivel de efectivo** de las empresas MYPE, aumentando su eficiencia, gestión y credibilidad de sus negocios y disminuyendo la posibilidad de adquirir enfermedades infecciosas por contagio.
- b) Las MYPE del Sector Comercio al por menor del distrito de Miraflores, deben implementar en sus negocios los medios de pagos digitales como el aplicativo **Plin**, el cual puede mejorar positivamente **el control de pagos en línea por correo electrónico**, debido a que permite verificar los datos necesarios mejorando la seguridad de las operaciones y de esta forma lograr beneficios comerciales al utilizar medios de pago instantáneo y seguro. Además, este aplicativo ofrece diversos tipos de servicios, y permite hacer pagos pequeños por compras de reposición con una recepción de constancia por email.
- c) Las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores deben utilizar el **sistema de pagos Tunki** porque les permitirá tener un control de sus pagos y cobranzas a sus clientes haciendo más fácil sus operaciones de venta.

Finalmente, las MYPE del Sector Comercio al por menor del distrito de Miraflores, deben aprovechar las ventajas que ofrecen los **medios de pagos digitales**, las cuales inciden significativamente en el manejo de la **liquidez** de las empresas MYPE. Tales medios de pago digitales se pueden optimizar utilizando otras herramientas como el E-commerce, pedidos por WhatsApp, atención por redes sociales para aumentar sus ventas más allá de sus espacios geográficos, y de esta forma contribuir a la reactivación económica.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

Castaño, J. y Jurado, S. (2016). Libro: “*Marketing digital (comercio electrónico)*”.
Obtenido de:
https://books.google.com.pe/books?id=5WZeDAAAQBAJ&pg=PA27&dq=que+e+s+el+pago+digital&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj2hMfsiO_4AhWIHrkGHTOADb8Q6AF6BAgGEAI#v=onepage&q=que%20es%20el%20pago%20digital&f=false

Ferro, J. (2020). Libro: “*Comercio electrónico y métodos de pago*”. Obtenido de:
https://books.google.com.pe/books?id=Q9bMDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=pago+electronico&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Haro, A. y Rosario, J. (2017). Libro: “*Gestión Financiera: Decisiones financieras a corto plazo*”. Obtenido de:
<https://books.google.com.pe/books?id=MXQrDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Hernández, C. (2019). Libro: “*Medios de pago y financiación internacional*”.
Obtenido de:
<https://books.google.com.pe/books?id=IXbIDwAAQBAJ&pg=PA173&dq=%C2%BFqu%C3%A9+son+los+medios+de+pagos+virtuales?&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjghKX89O74AhXAMLkGHaisDscQ6AF6BAgEEAI#v=onepage&q=%C2%BFqu%C3%A9%20son%20los%20medios%20de%20pagos%20virtuales%3F&f=false>

Lewis, A. (2022). Libro: “*Conceptos básicos de bitcoins y blockchains, una introducción a las criptomonedas y a la tecnología que las impulsa*”. Obtenido de:

https://books.google.com.pe/books?id=sBRtEAAAQBAJ&printsec=frontcover&q=billeteras+digitales&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=billeteras%20digitales&f=false

Martínez, J. y Rojas, F. (2017). Libro: “*Comercio digital internacional*”. Obtenido de:

<https://books.google.com.pe/books?id=oDZuDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Valera y Tresierra (2017) Libro “*Finanzas operativas*” Obtenido de:

https://books.google.com.pe/books?id=6L55tgEACAAJ&dq=finanzas+operativas&hl=es&sa=X&redir_esc=y

Referencias electrónicas

Banco Central de Reserva del Perú. “*LEY N° 29985: LEY DEL DINERO ELECTRÓNICO*”. Obtenido de: <https://www.bcrp.gob.pe/transparencia/datos-generales/marco-legal/ley-del-dinero-electronico.html#:~:text=Ley%20N%C2%B0%2029985%3A%20Ley%20del%20dinero%20electr%C3%B3nico>

BBVA. (22 de noviembre de 2020). Artículo: “*La evolución de los medios de pago*”. Obtenido de: <https://www.bbva.ch/noticia/la-evolucion-de-los-medios-de-pago/>

Coaquira, K Chavez, E y Jack, W (2021) Artículo “*Análisis de la liquidez y solvencia: su repercusión sobre la gestión financiera, caso compañía minera la poderosa y subsidiaria*”. Obtenido de:

https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1601/1906

Decreto Ley N°25632 *Ley de comprobantes de pago*. Obtenido de: https://www.sunat.gob.pe/legislacion/superin/1992/ley_25632.pdf

El Comercio. (16 de marzo de 2021). Artículo: “*Se crearon cinco empresas en el año de la pandemia por cada una que dejó de operar en Perú, según INEI*”. Obtenido de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/empresas-en-peru-se-crearon-cinco-companias-en-el-ano-de-la-pandemia-del-covid-19-por-cada-una-que-dejo-de-operar-en-peru-segun-inei-coronavirus-peru-mortalidad-empresarial-cierre-de-empresas-nndc-noticia/?ref=ecr>

El Peruano. (22 de julio de 2022). Artículo “*Asbanc: Más de 900 mil transacciones se realizaron mediante billeteras digitales*”. Obtenido de: <https://elperuano.pe/noticia/136235-asbanc-mas-de-900-mil-transacciones-se-realizaron-mediante-billeteras-digitales>

La República. (13 de agosto de 2020). Artículo: “*Emprendimientos que se reinventaron durante la pandemia*”. Obtenido de: <https://larepublica.pe/economia/2020/08/13/conoce-los-emprendimientos-que-se-reinventaron-durante-la-pandemia-de-coronavirus-atmp/>

Ley de títulos y valores N° 27287. Obtenido de: https://diariooficial.elperuano.pe/pdf/0086/LEY_TITULOS_VALORESv02.pdf

Mantilla, J y Huanca, B (2020) Artículo “*Cuentas por cobrar y liquidez en una empresa de servicios*”. Obtenido de: <https://revistas.unitru.edu.pe/index.php/SCIENDO/article/view/3194/pdf>

Mejia, K Sicheira, L y Nolzco F (2020) Artículo científico “*La liquidez en los procesos económicos de una empresa de decoración de interiores, lima 2019*”.

Obtenido de:
<http://espirituemprendedores.com/index.php/revista/article/view/178/204>

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) Glosario de términos: Obtenido de:
https://www.mef.gob.pe/contenidos/tesoro_pub/gestion_act_pas/Glosario_Terminos_Financieros_E_O.pdf

Notas informativas del Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) (19 de noviembre del 2022) Obtenido de:
<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Transparencia/Notas-Informativas/2022/nota-informativa-2022-02-19.pdf>

Plan de desarrollo local concertado del distrito de Miraflores 2017 – 2021. Obtenido de: https://www.miraflores.gob.pe/wp-content/uploads/2020/05/Plan-de-Desarrollo-Local-Concertado-2017_2021.pdf

Principal “*Breve historia del dinero: del trueque al ahorro*” obtenido de:
<https://www.principal.cl/ciclo-vida/breve-historia-del-dinero-0>

Ramírez, S y Maldonado, I (2020) Artículo “*Influencia de la liquidez en la rentabilidad financiera: Caso de la compañía Goodyear S.A*”. Obtenido de:
https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_vc/article/view/1397/1753f

Rojas, N (2019) Artículo “*IGV justo y la liquidez en una empresa de servicios, Lima 2017*”. Obtenido de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7475478>

Superintendencia Nacional de Administración y Aduanas Tributaria. *Medios de Pago – Bancarización*. Obtenido de: <https://orientacion.sunat.gob.pe/3045-medios-de-pago-bancarizacion>

Tesis

Alarcon, R. (2019) Tesis: “*Compras por aplicativos digitales y la evasión tributaria, Lima 2019*” Obtenido de: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56955/Alarcon_HRA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Córdoba, K. (2019). Tesis: “*Determinantes del uso de medios de pago electrónicos en Bogotá D.C.*”. Obtenido de: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/44913/Determinantes%20del%20uso%20de%20medios%20de%20pago%20electr%C3%B3nicos%20en%20Bogot%C3%A1%20D.C.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Crespo, S. (2016). Tesis: “*Propuesta de una matriz de liquidez que permita identificar la necesidad de fondos en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Quito*”. Obtenido de: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4802/1/T1813-MBA-Crespo-Propuesta.pdf>

Garrido, E (2021) Tesis: “*Pagos electrónicos y la comercialización de productos de las PYMES del centro comercial alfa, Iquitos 2020*” Obtenido de: https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/5055/Erick_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ibáñez, D. (2018). Tesis: “*Factores que influyen en la aceptación de los pagos móviles en la economía; y un nuevo modelo a probar*”. Obtenido de:
<https://www.tesisred.net/bitstream/handle/10803/663183/Tdia1de1.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Maca, D y Rabines, H. (2019) Tesis: “*Impacto de los medios de pagos digitales de los servicios públicos en la intención de pago de las comunidades rurales ubicadas en la zona de sur de Iquitos 2018*” Obtenido de:
http://repositorio.ucp.edu.pe/bitstream/handle/UCP/642/DANI_HECTOR_TESIS_TITULO_2019.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Peña, J. (2020). Tesis: “*Sistema de pago electrónicos, las tarjetas bancarias, el caso de mpesa en Kenia*”. Obtenido de:
<https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/12415/Pe%c3%b1a%20Mar%c3%ada%20Javier.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: Los medios de pago digitales y su incidencia en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, 2020-2021.

| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN | FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS | CLASIFICACIÓN DE VARIABLES | METODOLOGÍA |
|---|--|---|--|---|
| Problema principal | Objetivo principal | Hipótesis principal | Variable independiente: MEDIOS DE PAGO DIGITALES | 1. Tipo de investigación: Investigación aplicada 2. Nivel de investigación: Descriptiva 3. Población: 40 personas de 20 empresas MYPE del sector comercio al por menor 4. Muestra: 36 personas de 20 empresas MYPE del sector comercio al por menor 5. Técnica de recolección de datos: Encuesta |
| ¿De qué manera los medios de pago digitales inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021? | Determinar si los medios de pago digitales inciden en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021 | Los medios de pago digitales inciden positivamente en la liquidez de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en el distrito de Miraflores, año 2020-2021 | X1: Sistema de pagos Yape X2: Sistema de pagos Plin X3: Sistema de pagos Tunki | |
| Problemas secundarios | Objetivos secundarios | Hipótesis secundarias | Variable dependiente: LIQUIDEZ | |
| a. ¿En qué medida el sistema de pagos Yape incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores? | a. Analizar si el sistema de pagos Yape incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores | a. El sistema de pagos Yape incide en la mejora del nivel de efectivo de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores | Y1: Mejora en el nivel de efectivo | |
| b. ¿De qué manera el sistema de pagos Plin incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores? | b. Evaluar si el sistema de pagos Plin incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores | b. El sistema de pagos Plin incide en el control de pagos en línea por correo electrónico de las empresas MYPE del sector comercial por menor en Miraflores | Y2: Control de pagos en línea por correo electrónico Y3: Sistema de cobros a través de redes sociales | |
| c. ¿De qué forma el sistema de pagos Tunki incide en el sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores? | c. Validar si el sistema de pagos Tunki incide en la optimización del sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores | c. El sistema de pagos Tunki incide en el sistema de cobros a través de redes sociales de las empresas MYPE del sector comercio al por menor en Miraflores | | |

ANEXO 2: CÁLCULO DEL ALFA DE CRONBACH MEDIANTE EXCEL

| Sujeto | Pregunta 1 | Pregunta 2 | Pregunta 3 | Pregunta 4 | Pregunta 5 | Pregunta 6 | Pregunta 7 | Pregunta 8 | Pregunta 9 | Pregunta 10 | Pregunta 11 | Pregunta 12 | Pregunta 13 | Pregunta 14 | TOTALES |
|-----------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 70 |
| 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 56 |
| 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 63 |
| 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 5 | 5 | 3 | 1 | 5 | 5 | 1 | 5 | 46 |
| 6 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 5 | 46 |
| 7 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 63 |
| 8 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 53 |
| 9 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 42 |
| 10 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 58 |
| 11 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 55 |
| 12 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 61 |
| 13 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 66 |
| 14 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 66 |
| 15 | 3 | 3 | 5 | 2 | 1 | 1 | 5 | 3 | 5 | 1 | 3 | 4 | 1 | 1 | 38 |
| 16 | 3 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 50 |
| 17 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 57 |
| 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 67 |
| 19 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 55 |
| 20 | 1 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 50 |
| 21 | 3 | 1 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 49 |
| 22 | 1 | 1 | 1 | 5 | 1 | 5 | 2 | 3 | 1 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 40 |
| 23 | 1 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 57 |
| 24 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 51 |
| 25 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 62 |
| 26 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 63 |
| 27 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 56 |
| 28 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 49 |
| 29 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 62 |
| 30 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 59 |
| 31 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 50 |
| 32 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 49 |
| 33 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 59 |
| 34 | 2 | 4 | 4 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 45 |
| 35 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 56 |
| 36 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 62 |
| Varianza | 1.0285714 | 0.9928571 | 0.8277778 | 0.9357143 | 1.1396825 | 0.9301587 | 0.9492063 | 0.8444444 | 1.0571429 | 1.3928571 | 0.6285714 | 0.8920635 | 1.1396825 | 0.8277778 | 67.246825 |

13.5865079

67.2468254

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_j^2}{S_T^2} \right] = 0.8593422$$

ANEXO 3: ENCUESTA

INSTRUCCIONES:

La presente tiene por finalidad recoger información sobre la investigación titulada: “**LOS MEDIOS DE PAGO DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO AL POR MENOR EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, 2020-2021**”, la misma que está compuesta por un conjunto de preguntas, donde luego de leer dicha interrogante debe elegir la alternativa que considere correcta, marcando para tal fin con un aspa (X). Se le recuerda, que esta técnica es anónima, se agradece su participación.

Variable Independiente (X): Medios de pago digitales

X1: Sistema de pagos Yape

X1.1 ¿En su opinión las **comisiones que cobran** las empresas proveedoras de pagos digitales son adecuadas al servicio ofrecido?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

X1.2 ¿Cree usted que el **nivel de velocidad de las transacciones** de los medios de pagos digitales genera credibilidad en los usuarios?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

X2: Sistema de pagos Plin

X2.1 ¿Considera usted que los usuarios de los medios de pagos digitales deben conocer el uso de sus **aplicaciones móviles**?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

X2.2 ¿En su opinión el **nivel de tecnología** utilizado en los medios de pagos digitales está al alcance de los usuarios?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

X3: Sistema de pagos Tunki

X3.1 ¿Cree usted que el **nivel de seguridad de las transacciones** utilizado en los medios de pagos digitales permite una adecuada protección de datos de los usuarios?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

X3.2 ¿En su opinión existe en las transacciones realizadas a través de los medios de pagos digitales **niveles de trazabilidad de las operaciones** realizadas por los usuarios?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

X: Medios de pago digitales

X. ¿En su opinión los **medios de pagos digitales** son herramientas que aumentan la eficiencia de las empresas y reduce la exposición a contraer enfermedades?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

Variable Dependiente (Y): Liquidez

Y1: Mejora en el nivel de efectivo

Y1.1 ¿Cree usted que las personas con negocio pueden **actualizar en línea sus cuentas por cobrar** en las ventas al crédito?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

Y1.2 ¿En su opinión los negocios al por menor que otorgan créditos pueden flexibilizar la **aprobación de nuevos créditos a aquellos clientes** que utilizan medio de pagos digitales?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

Y2: Control de pagos en línea por correo electrónico

Y2.1 ¿Cree usted que las empresas deben tener aplicaciones digitales para consultar la **planificación de pagos a proveedores**?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

Y2.2 ¿En su opinión el crecimiento del uso de los medios de pagos digitales permite una mejora en el **cumplimiento del cronograma de las obligaciones financieras**?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

Y3: Sistema de cobros a través de redes sociales

Y3.1 ¿Considera usted que la digitalización de la labor financiera permite un mejor control de **los niveles de morosidad de los clientes**?

- a) Siempre ()

- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

Y3.2 ¿Considera usted que las empresas que incluyen herramientas digitales para controlar sus cuentas por cobrar tienen un impacto positivo en el **nivel de liquidez de la tesorería**?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

Y: Liquidez

Y. ¿En su opinión las empresas deben implementar políticas para mejorar las eficiencias en su Administración de Tesorería y por ende su liquidez?

- a) Siempre ()
- b) Casi siempre ()
- c) Algunas veces ()
- d) Casi nunca ()
- e) Nunca ()

ANEXO 4: FICHA DE VALIDACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1 APELLIDOS Y NOMBRES : VIRGILIO WILFREDO RODAS SERRANO
1.2 GRADO ACADÉMICO : DOCTOR EN CONTABILIDAD Y FINANZAS
1.3 INSTITUCIÓN QUE LABORA : UNIVERSIDAD DE SAN MARTÍN DE PORRES
1.4 TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN : LOS MEDIOS DE PAGO DIGITALES Y SU INCIDENCIA EN LA LIQUIDEZ DE LAS EMPRESAS MYPE DEL SECTOR COMERCIO AL POR MENOR EN EL DISTRITO DE MIRAFLORES, AÑO 2020 - 2021
1.5 AUTOR DEL INSTRUMENTO : MURGUIA ESPINOZA ALVARO JESUS, SANCHEZ VIDAL BRIAN ROSENDO
1.6 DOCTORADO O MAESTRÍA : **CONTADOR PÚBLICO**
1.7 CRITERIO DE APLICABILIDAD :

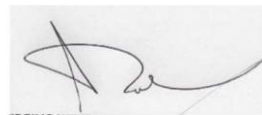
a) De 01 a 09: (No válido, reformular)
 b) De 10 a 12: (No válido, modificar)
 c) De 12 a 15: (Válido, mejorar)
 d) De 15 a 18: Válido, precisar
 e) De 18 a 20: (Válido, aplicar)

II. ASPECTOS A EVALUAR:

| INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO | CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS | Deficiente | Regular | Bueno | Muy Bueno | Excelente |
|---|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | | (01 - 09) 01 | (10 - 12) 02 | (12 - 15) 03 | (15 - 18) 04 | (18 - 20) 05 |
| 1. CLARIDAD | Esta formulado con lenguaje apropiado. | | | | X | |
| 2. OBJETIVIDAD | Esta formulado con conductas observables. | | | | X | |
| 3. ACTUALIDAD | Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología. | | | | X | |
| 4. ORGANIZACIÓN | Existe organización y lógica. | | | | X | |
| 5. SUFICIENCIA | Comprende los aspectos en cantidad y calidad. | | | | X | |
| 6. INTENCIONALIDAD | Adecuado para valorar los aspectos de estudio. | | | | X | |
| 7. CONSISTENCIA | Basado en el aspecto teórico científico y del tema de estudio. | | | | X | |
| 8. COHERENCIA | Entre las variables, dimensiones y variables. | | | | X | |
| 9. METODOLOGÍA | La estrategia responde al propósito del estudio. | | | | X | |
| 10. CONVENIENCIA | Genera nuevas pautas para la investigación y construcción de teorías. | | | | X | |
| SUB TOTAL | | | | | 10 | |
| TOTAL | | | | | | |

VALORACIÓN CUANTITATIVA (total x 0.4) :
 VALORACIÓN CUALITATIVA :10.....
 OPINIÓN DE APLICABILIDAD :

Lugar y fecha: 27 DE AGOSTO DEL 2021



Firma y Post Firma del experto

DNI: 10313619