



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
MATURÍN-MONAGAS-VENEZUELA**

**ESTUDIO DE LA APLICABILIDAD DEL MODELO FINTECH, PARA LA
OPTIMIZACIÓN DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE LA
EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A**

Asesor Académico:
Prof. Argelis Salazar (MSc)

Realizado por:
Bryan Alberto López Guatarasma
C.I: V-26.762.668

**Trabajo de Grado, modalidad Tesis de Grado, presentado como
requisito parcial para optar al Título de Licenciado en Contaduría
Pública.**

Maturín, mayo del 2024.



ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
 DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
 SUB-COMISIÓN DE TRABAJO DE GRADO

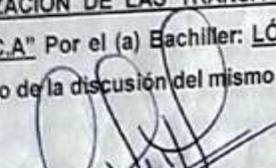
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

CTG-ECSA-LCP - 2024

MODALIDAD: TESIS

ACTA N° 1085

En Maturín, siendo las 08:00 (am) del día 27 de Mayo de 2024 reunidos en la Sala "Luz Marina Ruiz", Campus Los Guaritos del Núcleo de Monagas de la Universidad de Oriente, los miembros del jurado profesores: Argelis Salazar (Asesor Académico), Jonás La Rosa (Jurado) y Sandra Azocar (Jurado). A fin de cumplir con el requisito parcial exigido por Reglamento de Trabajo de Grado, vigente, para obtener el Título de Licenciado en Contaduría Pública, se procedió a la presentación del Trabajo de Grado, titulado: "ESTUDIO DE LA APLICABILIDAD DEL MODELO FINTECH, PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE LA EMPRESA TWO CHEFS MATURIN, C.A." Por el (a) Bachiller: LÓPEZ GUATARASMA, BRYAN ALBERTO C.I: 26.762.668. El jurado, luego de la discusión del mismo acuerdan calificarlo como Aprobado


 Prof. Lic.º. Jonás La Rosa
 C.I: 18.213.941
 Jurado


 Profa. M.Sc. Sandra Azocar
 C.I: 15.633.296
 Jurado


 Profa. M.Sc. Argelis Salazar
 C.I: 14.422.354
 Asesor


 Br.: López G., Bryan A.
 C.I: 26.762.668
 Autor


 Profa. M.Sc. Keyla Castillo
 C.I: 9.291.150
 Sub-Comisión de Trabajo de Grado


 Profa. M.Sc. Jezabel Fermin
 C.I: 11.854.694
 Jefa del Departamento

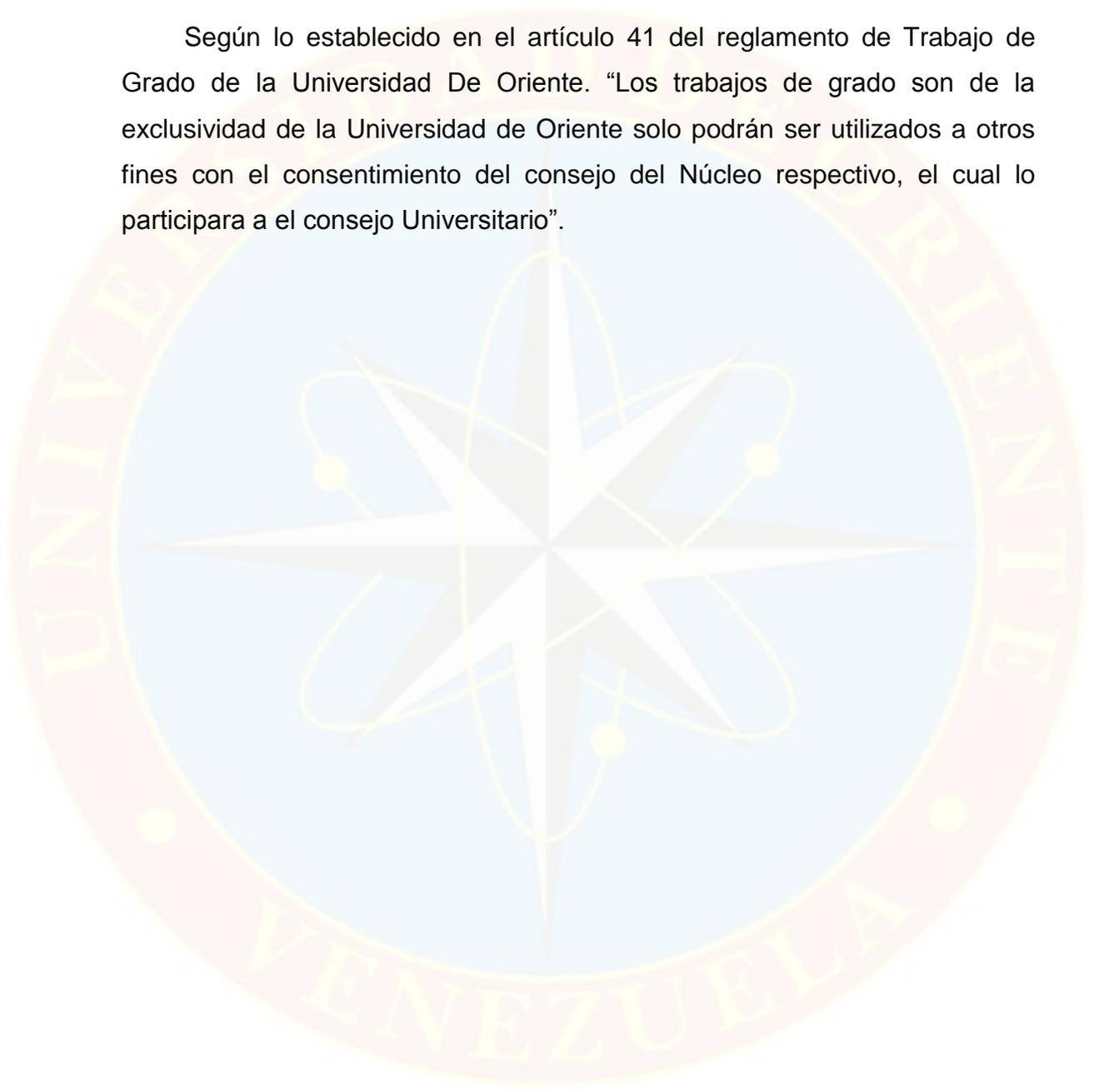


Según establecido en resolución de Consejo Universitario N° 034/2009 de fecha 11/06/2009 y Artículo 13 literal J del Reglamento de Trabajo de Grado de la Universidad de Oriente. *NOTA: Para que esta acta tenga validez debe ser asentada en la hoja N° 176 del III libro de actas de Trabajos de Grado del Departamento de Contaduría Pública, ECSA de la Universidad de Oriente y estar debidamente firmada por el asesor y los miembros del jurado.

DEL PUEBLO VENIMOS / HACIA EL PUEBLO VAMOS

RESOLUCIÓN

Según lo establecido en el artículo 41 del reglamento de Trabajo de Grado de la Universidad De Oriente. “Los trabajos de grado son de la exclusividad de la Universidad de Oriente solo podrán ser utilizados a otros fines con el consentimiento del consejo del Núcleo respectivo, el cual lo participara a el consejo Universitario”.



DEDICATORIA

A mi amado abuelo Gracias por siempre guiarme y protegerme, estés donde estés tu presencia cada día crece más en mi alma, a ti te debo lo que soy.

A ti valiosa, bella y amorosa mamá por darme tu cariño, paciencia, apoyo, consejos y por sobre todo valor para seguir adelante, ojalá nunca me faltes..

A ti abuela quien con su amor me ha permitido llegar a cumplir hoy un sueño y gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo.

A mis familiares y hermano Gabrielito por ser el apoyo, por darme sus positivos consejos, infinitas gracias....

A mí prima Dalmiris por siempre ayudarme y apoyarme desde niño en la realización de mi tareas y trabajos, gracias infinitas..

También quiero dedicar esta culminación de trabajo de grado de una manera especial, agradeciendo a mis mejores amigas Paola Mata quién está a kilómetros de distancia y aún así siempre ha estado presente en todo momento y siempre fue un apoyo incondicional en mi estadia universitaria, a Mary Buloz quién siempre ha estado para mí, Gracias por elegirme en esta etapa tan bonita llamada universidad, amigas que se convierten en mis hermanas, infinitas gracias...

AGRADECIMIENTO

Primeramente doy gracias a Dios por permitirme tener tan buenas experiencias dentro de universidad.

Agradezco a mi tutora de tesis profesora Argelis Salazar por su orientación, paciencia y apoyo constante a lo largo de todo el proceso de investigación, mi agradecimiento también va dirigido a mí amiga y hermana María Carvajal por haberme aceptado en su prestigiosa empresa para la realización de mi trabajo de grado.

Agradezco a mis tias Rosa, Luisana, Rosimar, Desirée, María, Miriam y Carmen porque son mi guía de cada paso que doy, agradezco también a mis tíos, a todas mis primas y primos por siempre estar en todo momento.

Agradezco a todos mis compañeros que hicieron de este camino un poco más liviano y emotivo el proceso Mariandrys Ruíz, Soliangel Villasmil, Cristina Pérez, Laura Marcano, José Rivas, Dalitza Rodríguez por siempre sacar una sonrisa en esta etapa llamada universidad.

También quiero agradecer a mis compañeros y hermanos María lista y José Miguel Febres por siempre apoyarme de manera incondicional.

A mis profesores Luis Centeno, Jetzabet Fermín y Elbita Márquez por ser piezas fundamentales en mi formación y adquisición de conocimientos.

Y por último y no menos importante quiero agradecer a Onexis Cermeño y Raimar Amarista por regalarme una bonita amistad y unos hermosos sobrinos...



ÍNDICE GENERAL

| | |
|--|-----------|
| RESOLUCIÓN | iii |
| DEDICATORIA | iv |
| AGRADECIMIENTO | v |
| ÍNDICE GENERAL | vii |
| ÍNDICE DE CUADROS | x |
| ÍNDICE DE FIGURAS | xi |
| INDICE DE GRAFICAS | xii |
| RESUMEN | xiii |
| INTRODUCCIÓN | 1 |
| CAPÍTULO I | 4 |
| EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES | 4 |
| 1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 4 |
| 1.1.1 Delimitación de la investigación | 7 |
| 1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 7 |
| 1.2.1 Objetivo general | 7 |
| 1.2.2 Objetivos específicos | 8 |
| 1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | 8 |
| 1.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS | 9 |
| CAPITULO II | 12 |
| MARCO TEÓRICO | 12 |
| 2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN | 12 |
| 2.2 BASES TEORICAS | 14 |
| 2.2.1 Origen y evolución de la Fintech | 14 |
| 2.2.2 Características de las Fintech | 20 |
| 2.2.3 Segmentos de la Fintech | 22 |
| 2.2.4 Tecnología Financiera (Fintech) | 24 |
| 2.2.5 Principales servicios de las Fintech | 25 |
| 2.2.6 Pagos digitales y transferencias de dinero | 25 |
| 2.2.7 Infraestructura para Servicios Financieros | 26 |
| 2.2.8 Financiamiento alternativo u otorgamiento digital de créditos | 26 |
| 2.2.9 Comercio Electrónico | 26 |
| 2.2.10 Tipos de comercio electrónico | 28 |
| 2.2.11 Ventajas del E-Commerce | 29 |
| 2.2.12 Barreras y desventajas del E-Commerce | 31 |
| 2.3 BASES LEGALES | 32 |
| 2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela | 32 |
| 2.3.2 Normas que Regulan los Servicios de Tecnología Financiera del Sector Bancario (FINTECH) | 34 |
| 2.4 BASES INSTITUCIONALES | 35 |

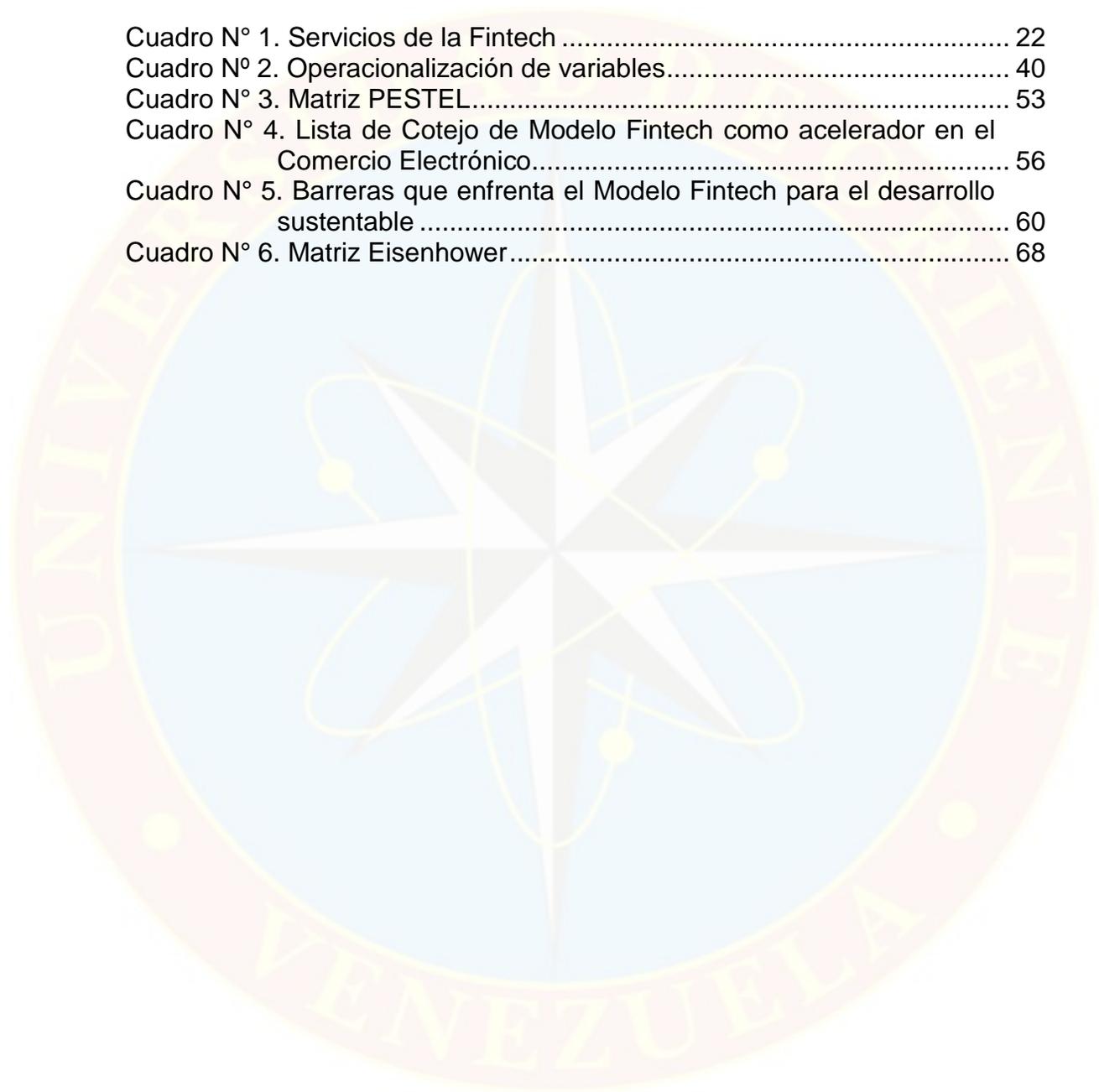
| | |
|--|-----------|
| 2.4.1 Nombre o Denominación Social | 35 |
| 2.4.2 Logo de la Empresa | 35 |
| 2.4.3 Reseña Histórica | 35 |
| 2.4.4 Misión | 36 |
| 2.4.5 Visión..... | 36 |
| CAPÍTULO III..... | 38 |
| MARCO METODOLÓGICO..... | 38 |
| 3.1 TIPO INVESTIGACIÓN | 38 |
| 3.2 NIVEL INVESTIGACIÓN | 38 |
| 3.3 POBLACIÓN O UNIVERSO | 39 |
| 3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES..... | 39 |
| 3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | 41 |
| 3.5.1 Observación | 41 |
| 3.5.2 Entrevista no estructurada..... | 42 |
| 3.5.3 Entrevista semi-estructurada | 42 |
| 3.5.4 Revisión bibliográfica..... | 43 |
| CAPITULO IV | 44 |
| PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS | 44 |
| 4.1 FUNCIONAMIENTO OPERATIVO DE LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A, EN RELACIÓN AL USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO..... | 44 |
| 4.1.1 Obtener Información..... | 45 |
| 4.1.2 Factores del Análisis Externo | 47 |
| 4.1.2.1 Factor Político | 48 |
| 4.1.2.2 Factor Económico | 49 |
| 4.1.2.3 Factor Social | 50 |
| 4.1.2.4 Factor Tecnológico..... | 51 |
| 4.1.2.5 Factor Ecológico..... | 51 |
| 4.1.2.6 Factor Legal | 52 |
| 4.2 INFLUENCIA DEL MODELO FINTECH COMO ACELERADOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A, DURANTE EL AÑO 2023..... | 55 |
| 4.3 BARRERAS A LAS CUALES SE ENFRENTA EL MODELO FINTECH PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A, DURANTE EL AÑO 2023. | 59 |
| 4.4 MATRIZ DE PRIORIZACIÓN PARA LA APLICABILIDAD DEL MODELO FINTECH, EN PRO DE LA OPTIMIZACIÓN DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A..... | 63 |
| CAPITULO V | 71 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 71 |
| 5.1 CONCLUSIONES | 71 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| 5.2 RECOMENDACIONES..... | 72 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 74 |
| HOJAS METADATOS..... | 75 |



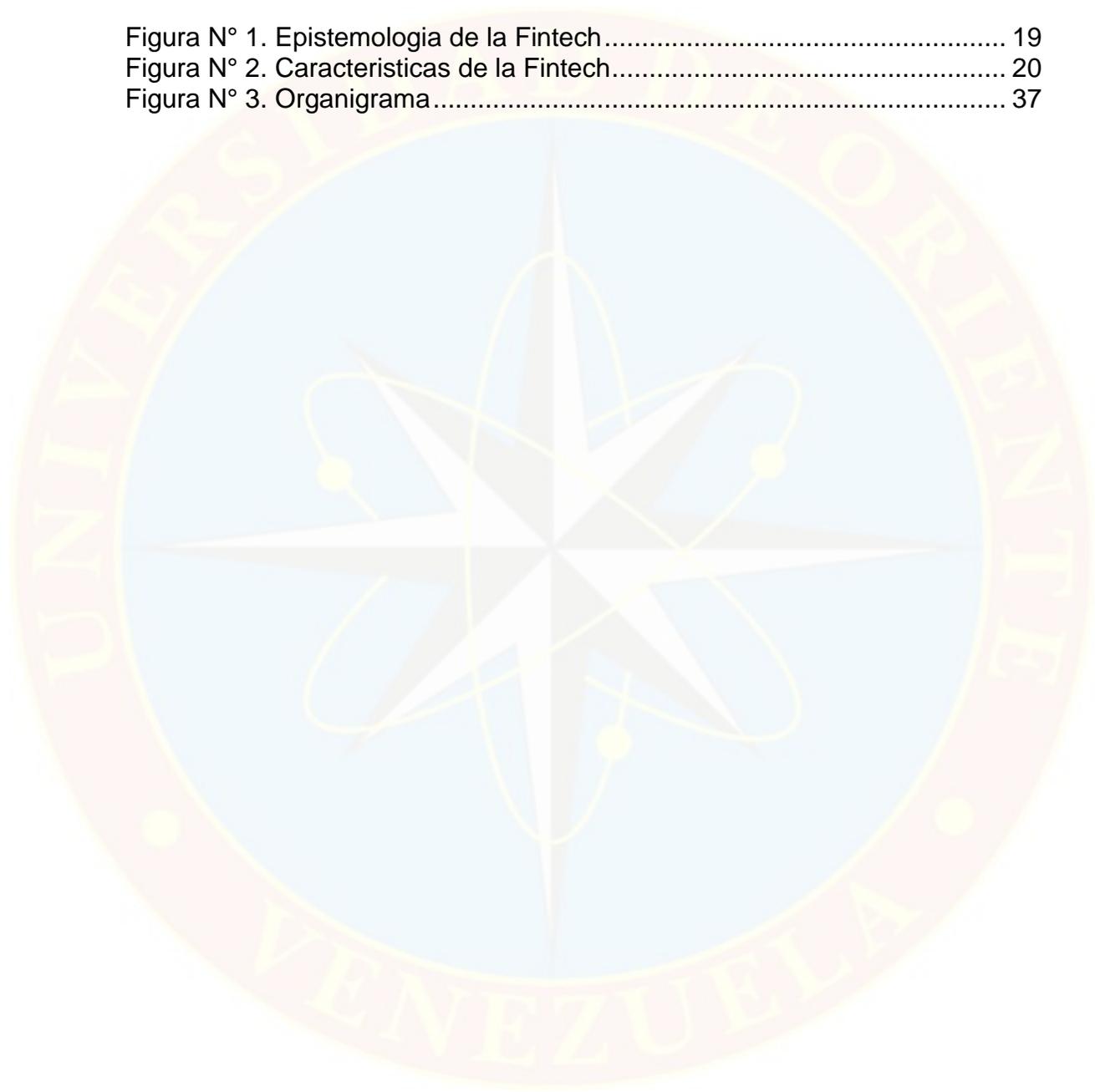
ÍNDICE DE CUADROS

| | |
|--|----|
| Cuadro N° 1. Servicios de la Fintech | 22 |
| Cuadro N° 2. Operacionalización de variables..... | 40 |
| Cuadro N° 3. Matriz PESTEL..... | 53 |
| Cuadro N° 4. Lista de Cotejo de Modelo Fintech como acelerador en el Comercio Electrónico..... | 56 |
| Cuadro N° 5. Barreras que enfrenta el Modelo Fintech para el desarrollo sustentable | 60 |
| Cuadro N° 6. Matriz Eisenhower..... | 68 |



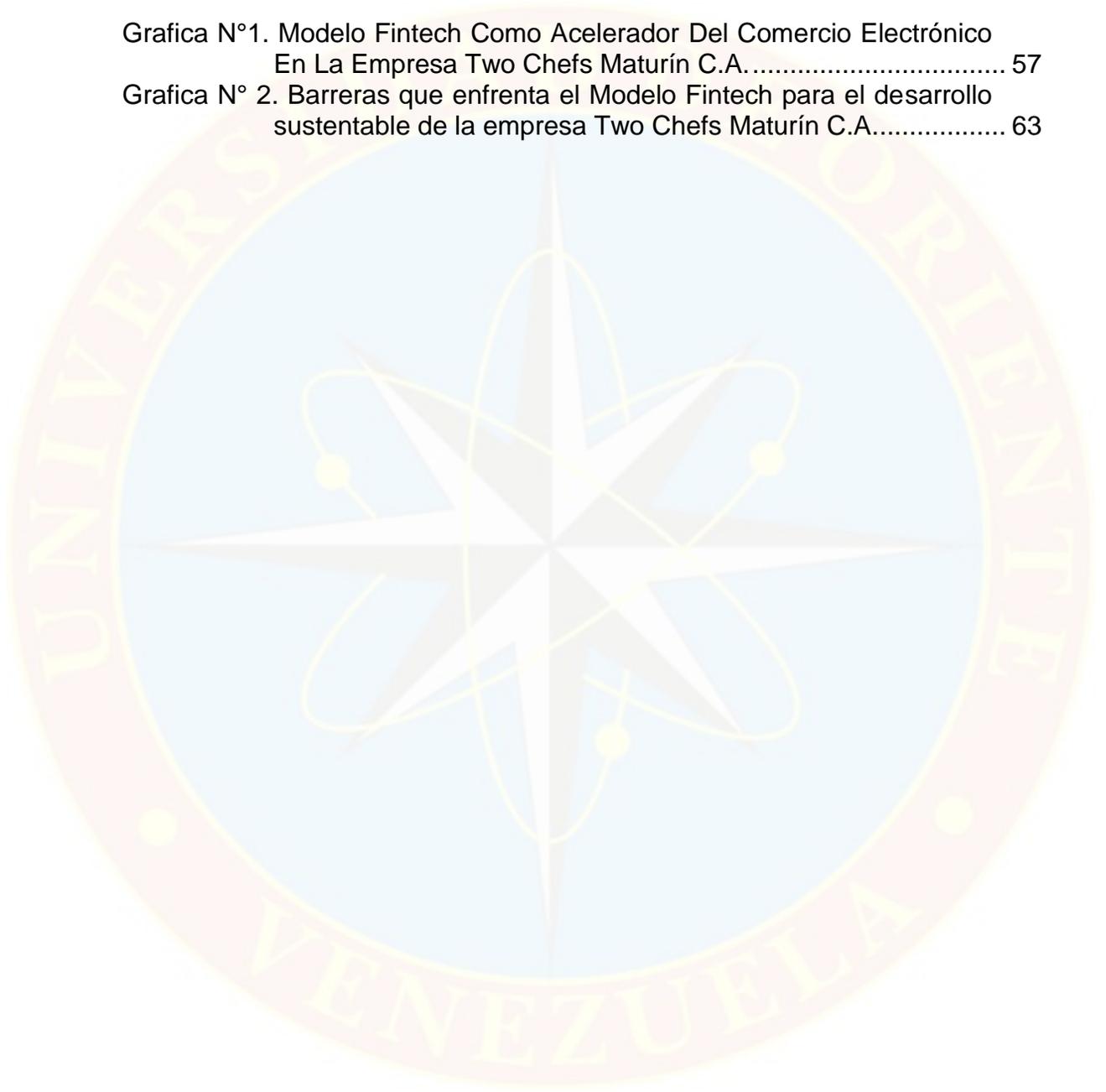
ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura N° 1. Epistemología de la Fintech..... | 19 |
| Figura N° 2. Características de la Fintech..... | 20 |
| Figura N° 3. Organigrama..... | 37 |



INDICE DE GRAFICAS

| | |
|--|----|
| Grafica N°1. Modelo Fintech Como Acelerador Del Comercio Electrónico En La Empresa Two Chefs Maturín C.A..... | 57 |
| Grafica N° 2. Barreras que enfrenta el Modelo Fintech para el desarrollo sustentable de la empresa Two Chefs Maturín C.A..... | 63 |





**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE MONAGAS
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE CONTADURÍA PÚBLICA
MATURÍN-MONAGAS-VENEZUELA**

**ESTUDIO DE LA APLICABILIDAD DEL MODELO FINTECH, PARA LA
OPTIMIZACIÓN DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE LA
EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A**

Asesor:

Prof. MSc. Argelis Salazar

Autores:

Br. Bryan López Guatarasma
C.I: V-26.762.668

Fecha: mayo, 2024.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal Estudiar la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, por lo cual se realizó un diagnóstico inicial para establecer el funcionamiento operativo de la empresa y así determinar los factores que intervienen en la empresa en relación al uso del comercio electrónico, seguidamente de un diagnóstico para establecer la influencia del modelo Fintech como acelerador en el comercio electrónico para la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023, donde se puede además señalar las barreras a las cuales se enfrenta el modelo Fintech para el desarrollo sustentable de la empresa objeto de este estudio, al establecer una matriz de priorización para la aplicabilidad del Modelo Fintech, en pro de la optimización de las transacciones comerciales. En tal sentido, se ejecutó una investigación de campo, de nivel descriptivo, en donde se trabajó con una población total de cinco personas y se aplicaron técnicas de recolección de información como: la observación, la revisión documental y las entrevistas. Se concluyó que el impacto del modelo Fintech en el comercio electrónico del restaurant es significativo. Pues en primer lugar, las plataformas Fintech ofrecen soluciones de pago más eficientes y seguras para celebrar las transacciones comerciales. Esto incluye opciones de pago en línea, pago móvil, sistemas de facturación automatizados, entre otros. Estas soluciones permiten procesar transacciones de manera más rápida y segura, lo que puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas de Two Chefs Maturín, C.A. Por lo cual se recomienda tomar en consideración las sugerencias realizadas a través de este trabajo de investigación.

Descriptor: Aplicabilidad, Modelo, Fintech, Transacciones Comerciales.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad las empresas de diferentes ámbitos buscan implementar y usar las tecnologías para mejorar las capacidades de sus operaciones y de los servicios que ofrecen a los clientes, como es el caso que plantea la aplicación de un modelo conocido como Fintech. En consecuencia la Fintech representa el uso de las nuevas tecnologías para mejorar efectivamente las capacidades de los servicios y productos financieros, permitiendo que sean eficientes, accesibles, rápidas y confiables para las personas.

Es por ello, que constituye un elemento relevante para impulsar la inclusión financiera en la población, solventando la mayoría de las limitaciones y deficiencias que presentan las empresas en sus transacciones comerciales, donde generalmente recurren principalmente a metodologías tradicionales y presenciales que se caracterizan por ser anticuadas y poco accesible para los usuarios; justificando que en aquellas zonas que no dispongan de oficina o sucursal cercana, la mayoría de la población no dispongan de productos y servicios que la empresa pueda ofrecerles.

Entonces es de considerar que el termino Financial Technology o Fintech hace referencia al uso de la tecnología y la innovación aplicadas a la transformación de servicios financieros tradicionales y a la creación de nuevas experiencias financieras al servicio de los consumidores. Estos avances tecnológicos obligan a la adopción de nuevas formas de administrar las empresas, es decir a replantearse continuamente la forma como se prestan los servicios. Dejando a los sectores económicos inmersos en esa

red de cambios que conducen al uso del comercio electrónico como algo cada vez más frecuente.

Es notorio que en los últimos años se está registrando un fuerte crecimiento de los pagos electrónicos a través de internet, así como de los pagos mediante dispositivos móviles, entre otros, frente a este elevado grado de diversidad la inclusión financiera que promueve el acceso y uso de servicios financieros de calidad a los usuarios, además de mejorar el uso del sistema financiero para los actores que ya forman parte de este segmento. Esta realidad está presente para empresas como Two Chefs Maturín, C.A, por lo cual surge la inquietud de ejecutar un estudio en relación a la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de dicha empresa.

Pues considerando lo antes descrito se sostiene que los cambios tecnológicos no son suficientes si la empresa no sabe hacer un adecuado uso de ellos, aprovechando su accesibilidad como ventaja competitiva para incurrir en un mercado muy dinámico y es allí donde las Fintech aparecen para consolidarse como un jugador importante para el presente y el futuro de las organizaciones en crecimiento, pues ellas representan un modelo de negocio completamente disruptivo que aprovecha el máximo los recursos tecnológicos disponibles en el momento para brindarle a sus clientes potenciales una propuesta de valor única y cambiante.

En este orden de ideas el presente trabajo de investigación se realizara enmarcado en una investigación de campo, para estudiar la aplicabilidad del Modelo Fintech, en función de la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, por lo cual el presente trabajo de investigación estuvo estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I. El problema y sus generalidades. Incluye el planteamiento y delimitación del problema, objetivos de la investigación, justificación de la misma y definición de términos básicos.

Capítulo II. Marco Teórico, en el cual se establecieron los antecedentes de la investigación, bases teóricas, legales e institucionales.

Capítulo III. Marco Metodológico. Da a conocer el tipo y nivel de investigación, población, operacionalización de variables y técnicas de recolección de información.

Capítulo IV. Presentación y Análisis de los Resultados. Hace referencia a la información recolectada y a la tabulación de la misma, se muestran los resultados obtenidos luego de la aplicación de las técnicas de recolección de información para su respectivo análisis.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones. Se presentan los hallazgos de la investigación, a fin de dar respuesta y solución a la situación detectada.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA Y SUS GENERALIDADES

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El desarrollo de la humanidad y la influencia de la tecnología conlleva un desafío para todos los sectores económicos: grandes, medianas y pequeñas empresas, se ven envueltas en este turbulento entorno de cambios y comercio digital que avanza a pasos agigantado y envuelve a las empresas obligándolas a invertir y adoptar nuevas tecnologías, ajustándose así a las necesidades cambiantes de los clientes; ofreciendo productos digitales de fácil acceso. Sin embargo, estas aún se ciñen y combinan estos avances con los procesos tradicionales, que evitan la obtención de productos de inversión, ahorro y financiación de manera sencilla para las personas y empresas; puesto que los requisitos son bastantes complejos, engorrosos y su manera de estudio del cliente es bastante fría e impersonal.

Por consiguiente, es innegable que hoy en día las transacciones como: pagos, transferencias y manejo de finanzas personales están establecidas en marcos regulatorios más completos y de mayor entendimiento, aún existen dudas respecto a la regulación que rige otros segmentos del mercado como inversiones, seguros, criptomonedas, blockchain, entre otros, que debido a su naturaleza requieren un mayor sentido de comprensión por parte de los entes regulatorios y los clientes, sobre todo si se quiere garantizar que todos los subsectores de mercado de servicios financieros compitan en igualdad de condiciones en una industria cada vez más dinámica.

Es evidente que en el plano económico, las plataformas han cambiado y agilizado procesos que antes debían tener un contacto directo con un asesor, en la actualidad se puede contar con un chat en línea 24 horas, donde se puede obtener una tarjeta debito a través de estos sistemas digitales y el físico llegar directo a las casas sin tener que desplazarse a ningún lado, esto genera mayores beneficios para la banca, pues esto permite enfocarse en los clientes que realmente necesitan el servicio de un asesor para transacciones de información sensible o documentos que no pueden ser enviados a través de terceros, haciendo procesos y la forma de respuesta más rápido generando ganancias más altas.

En consideración a lo antes planteado surge el pensar en el término Fintech que según lo establecido por el Banco Interamericano de Desarrollo (2017), “Fintech es utilizado para denominar a aquellas empresas que proveen productos y servicios financieros innovadores, mediante la utilización de tecnología o a través de plataformas tecnológicas.” Asimismo, el BID (2017), “los desarrollos tecnológicos que han tenido lugar durante las últimas décadas en el mundo, junto con los nuevos modelos de negocio que estos han generado, desafían a la industria de los servicios financieros.”

De allí que, las Fintech se han consolidado como una fuerza disruptiva dentro la industria de servicios financieros, ya que no solo propone nuevas formas de satisfacer las necesidades financieras de una base de clientes cada vez más exigente y diversa, sino que también le brinda la oportunidad de acceder a estos servicios a un sector de la población sin acceso a servicios financieros básicos debido a los principios y la normativa bajo la que se rige el sector financiero tradicional. Sin embargo, en la realidad no todos los escenarios son así de esperanzadores para las iniciativas Fintech,

las cuales han venido teniendo una expansión significativa en los últimos años.

En efecto, la inversión en Fintech va en crecimiento, la transformación digital les permite a estas empresas brindar oportunidades de financiación de una manera innovadora. Según Heredia Jerez (2018: p. 125) la transformación digital es el “Proceso constante y permanente en el tiempo, que permite cambiar radicalmente el valor para el cliente, en base a cambios en el modelo de negocios”.

En virtud de lo antes expuesto, surge la necesidad de realización de la presente investigación, esta tiene como finalidad estudiar la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A. Con esta investigación se pretende diagnosticar el funcionamiento actual de la empresa, así como también precisar los factores que influyen en la aplicabilidad de este modelo financiero tecnológico, de tal forma que se puedan establecer una matriz de priorización que permita el adecuado funcionamiento de la empresa para que se pueda adaptar de manera satisfactoria a los nuevos cambios tecnológicos e incrementar sus ventas a través de la inclusión en el comercio electrónico. En función de lo anterior, es necesario dar respuesta a las siguientes interrogantes:

¿Cómo es el funcionamiento operativo de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, en relación al uso del comercio electrónico?

¿Cuáles es el nivel de influencia que tiene el modelo Fintech como acelerador en el comercio electrónico para la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023?

¿Cuáles son las barreras que está enfrentando el modelo Fintech para el desarrollo sustentable de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023?

¿Es prioritario la aplicación del Modelo Fintech, en pro de la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A?

1.1.1 Delimitación de la investigación

Esta investigación estuvo enmarcada en el estudio de la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023. Cabe destacar que, Two Chefs Maturín, C.A, es una empresa relativamente nueva pues nace hace cuatro años, y poco tiempo después de su nacimiento se ve envuelta en las restricciones propias de la pandemia lo cual la obliga a incurrir en el comercio electrónico de una manera casi obligatoria para sobrevivir en el mercado. Esta empresa se encuentra ubicada en la Avenida Rómulo Gallegos, con calle 1, edificio Comercial Paseo la Floresta, en el piso 1, en el sector la floresta de la parroquia San Simón frente a la redoma la floresta en el Municipio Maturín del Estado Monagas.

1.2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1 Objetivo general

Estudiar la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A

1.2.2 Objetivos específicos

1. Describir el funcionamiento operativo de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, en relación al uso del comercio electrónico.
2. Diagnosticar la influencia del modelo Fintech como acelerador en el comercio electrónico para la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023.
3. Señalar las barreras a las cuales se enfrenta el modelo Fintech para el desarrollo sustentable de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023.
4. Establecer una matriz de priorización para la aplicabilidad del Modelo Fintech, en pro de la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación tiene gran importancia debido a que sirve como instrumento de referencia para los profesionales de la Contaduría Pública, así como también otros profesionales en las áreas administrativas y financiera, ya que su temática general es la aplicabilidad del modelo Fintech. Por lo tanto, se justifica desde diversos puntos de vista:

A nivel empresarial proporciona a la empresa un estudio que le ayuda a optimizar las transacciones comerciales, generando una ventaja competitiva que pudiere incrementar sus ventas y elevar el nivel de participación en el comercio electrónico.

A nivel institucional, metodológicamente representa una guía para orientar a futuros tesisistas o investigadores que deseen abordar este tema de las fintech, en relación a la correcta aplicación de las tecnologías financieras.

A nivel personal, permitió formar criterios para un mejor desempeño profesional, además de poner en práctica los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación académica del estudiante como futuro Licenciado en Contaduría Pública.

1.4 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

Actividad: es una suma de tareas. Pueden agruparse en un procedimiento para facilitar su gestión. La secuencia ordenada de actividades da como resultado un subproceso o un proceso. Normalmente se desarrolla en un departamento o función. Etkin y Schvartein 1996, p. 74

Administración: Es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar los esfuerzos de los miembros de la organización y de aplicar los demás recursos de ella para alcanzar las metas establecidas. Stoner, 2002; pág.72.

Bancos Digitales: hace referencia a los canales digitales para la adquisición y operación de productos y servicios bancarios. El negocio bancario está en constante transformación obligando a la banca tradicional a competir y a la vez colaborar con empresas enfocadas en la provisión alternativa de productos y servicios financieros a través de canales digitales, lo que permite ofrecer una mejor experiencia al cliente y ofertas altamente personalizadas.

Blockchain: La cadena de bloques o blockchain, es un registro público donde se comparten todas las transacciones jamás realizadas sobre algo en concreto, impidiendo de esta manera que se produzcan falsificaciones. Las operaciones se registran en los ordenadores de todos los que participan en la cadena, incluyendo datos como cantidad, fecha, operación y participantes. Una vez compartidas y registradas en línea, no se pueden borrar. Conteniendo así, un registro fiel y verificable de todas las transacciones que se han hecho en la historia, sobre esa materia, que además están registradas con claves criptográficas.

Cliente: persona, colectivo o entidad que recibe un servicio de la organización. Etkin y Schvartein 1996, p. 85

Criptomonedas: Son monedas digitales con un control descentralizado con base en tecnología blockchain. La criptomoneda o criptodivisa es un tipo de moneda digital que utiliza la criptografía para proporcionar un sistema de pagos seguro. Estas técnicas de cifrado sirven para regular la generación de unidades monetarias y verificar la transferencia de fondos. No necesitan de un banco central u otra institución que las controle.

Eficacia: medida del grado de realización de los resultados obtenidos y planificados. (Etkin y Schvartein 1996, p. 22)

Eficiencia: relación entre los resultados alcanzados y los recursos utilizados. (Etkin y Schvartein 1996, p. 72)

Estrategia: arte de identificar las opciones más favorables para alcanzar un fin o visión de futuro, a medio-largo plazo, y de coordinar las

acciones de todas las partes implicadas en la consecución de dicho fin. Etkin y Schvartein 1996, p. 21.

Excelencia: prácticas sobresalientes en la gestión y resultados de una organización. La excelencia es el máximo nivel de calidad al que puede llegar una organización. Etkin y Schvartein 1996, p. 23.

Información: Está constituida por un grupo de datos ya supervisados y ordenados, que sirven para construir un mensaje basado en un cierto fenómeno o ente. La información permite resolver problemas y tomar decisiones, ya que su aprovechamiento racional es la base del conocimiento.
<https://definicion.de/informacion>

Tecnología: Es la aplicación de la ciencia a la resolución de problemas concretos. Constituye un conjunto de conocimientos científicamente ordenados, que permiten diseñar y crear bienes o servicios que facilitan la adaptación al medio ambiente, así como la satisfacción de las necesidades individuales esenciales y las aspiraciones de la humanidad.
<https://es.wikipedia.org>

Proceso: se entiende por proceso toda secuencia de actividades que añaden valor a un producto o varias entradas para producir una salida deseada. Etkin y Schvartein 1996, p. 82.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DE INVESTIGACIÓN

Arias (2006: p. 16), establece que: “los antecedentes de la investigación se refieren a los estudios previos y tesis de grado con el problema planteado, es decir, investigaciones realizadas anteriormente y que guardan alguna vinculación con el problema en estudio”. Por consiguiente, a continuación se muestran otros trabajos de investigación, que han servido como importantes referencias al presente estudio:

Ancarola, A. (2022) realizó un trabajo de grado, titulado: “EL ROL DE LAS FINTECH EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA, EL CASO DE AMÉRICA LATINA”. Dicho trabajo fue presentado en la Universidad de San Andrés, para optar al título de Licenciatura en Economía, en la ciudad de Buenos Aires – Argentina. Se realizó bajo una metodología documental con análisis cuantitativo de datos secundarios, donde concluye que el sistema financiero está experimentando una transformación digital que va de la mano a la aparición del internet y los teléfonos móviles inteligentes, por lo cual el mundo se está acostumbrando a una nueva realidad de la cual el sistema bancario no está exento. Sin embargo mucha gente que habita en América Latina y el Caribe todavía no están dentro de este sistema financiero que viene marcado por el uso de la inteligencia artificial y es por ello que se deben tomar acciones para la inclusión financiera.

Beltrán, Y. y Marcella E. (2020) realizaron una investigación titulada “VIABILIDAD DE IMPLEMENTACIÓN DE UNA PLATAFORMA FINTECH

PARA TIENDAS DE BARRIO DE LA LOCALIDAD DE SUBA EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ.” Presentado en la Universidad Católica de Colombia para optar al título de Especialista en formulación y evaluación económica, social y ambiental de proyectos. En este estudio se utilizó una metodología de tipo cualitativa de carácter descriptivo –analítico en donde a partir de la recolección de información secundaria se identifica el panorama actual del mercado de las plataformas Fintech, su funcionamiento, características comunes tales como misión, visión, análisis financieros, clientes, perspectiva del crecimiento del mercado entre otras. Asimismo, esta investigación es de carácter exploratorio, teniendo en cuenta que permitió conocer fácilmente los diferentes factores que intervienen en ella, como la problemática el cual quiere evidenciar algunas dificultades en el acceso a servicios de financiación que tiene el comercio minorista (tiendas de barrio) tomado como muestra los comercios minoristas de la localidad de suba.

Meneses, R. (2019) realizó un trabajo de grado, el cual se titula: “FINTECH EN COLOMBIA: PERSPECTIVAS DE CRECIMIENTO Y PRINCIPALES EFECTOS EN LA ECONOMÍA” presentada en la Pontificia Universidad Javeriana, para optar al Grado Académico de Licenciado en Administración de Empresas en la ciudad de Bobota, colombiana. La metodología empleada en la investigación se concentró principalmente en el análisis cuantitativo de datos documentales y estadísticas nacionales de las Fintech a través de publicaciones y fuentes oficiales. Además se usaron herramientas como entrevistas en profundidad a expertos, focus group y encuestas para identificar perfiles, atributos más importantes y preferencias de los clientes potenciales. En esta investigación se concluyó que las Fintech constituyen en la actualidad uno de los segmentos de mayor importancia para la industria de servicios financieros, ya que con su modelo de negocio disruptivo ha logrado consolidarse y mantenerse un crecimiento importante

dentro de la industria en los últimos tres años, a partir de este momento las expectativas de crecimiento son aún mayores teniendo en cuenta factores críticos como la edad de la población, la cobertura móvil y la regulación del sector, se encuentra en momentos ideales y muestran proyección positiva, no solo para Colombia y Latinoamérica, sino en el resto del mundo.

Se han tomado estos trabajos previos como antecedentes, pues los mismos guardan estrecha relación con la presente investigación, en cuanto al estudio de la Fintech, asimismo, sirvieron de guía para orientar, encaminar y sustentar teóricamente, ya que permite una visualización del modelo Fintech en otras empresas y localidades con realidades muy parecidas a las monaguenses, dejando ver el cómo en la actualidad los clientes y empresas han venido haciendo uso, familiarizándose, con estas tecnologías financieras.

2.2 BASES TEORICAS

Arias (2006: p. 107), describe que las Bases Teóricas como: “un conjunto de conceptos y proposiciones que contribuyen un punto de vista o enfoques determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado.” Por lo que la presente investigación estara enmarcada bajo las siguientes:

2.2.1 Origen y evolución de la Fintech

La palabra Fintech hace referencia a los servicios financieros cuya prestación está ligada a las innovaciones tecnológicas. El término Fintech proviene de dos palabras inglesas: finance (finanzas) y technology (tecnología). Se origina de la contracción de las palabras inglesas Financial

Technology. La traducción al español es tecnología financiera. Es decir, ofrecer servicios financieros a través de las nuevas tecnologías. Se define como iniciativas que tienen un modelo de negocio innovador y disruptivo que aprovechan las tecnologías de la información y comunicación (TIC) en el área de servicios financieros. Al respecto Banco de Desarrollo de América Latina (2016: p. 11), establece que:

El sector Fintech es el conjunto de empresas no financieras que usan la tecnología digital y herramientas asociadas – computación en la nube, blockchain, big data, inteligencia artificial, redes sociales, etc. – para prestar servicios financieros a consumidores y empresas de una forma innovadora y bajo nuevos modelos de negocio.

Aunque este vocablo puede parecer relativamente reciente, la verdad es que surgió hace más de 25 años. Según Marc Hochstein, en un artículo escrito en la web American Banker. El término surge a principios de la década de 1990 gracias a un proyecto liderado por Citicorp. La industria financiera es una de las mayores contribuyentes y consumidores de tecnología, se encuentra a la vanguardia de múltiples innovaciones tecnológicas, en 1959 se implementó la tecnología MICR (Magnetic Ink Character Recognition) que estandarizó las máquinas de lectura automatizada de códigos para cheques, impulsada por la Asociación Americana de Bancos.

Otra de las innovaciones tecnológicas en la industria financiera son los cajeros automáticos o ATM (Automated Teller Machine), Barclays Bank instaló el primer ATM en Reino Unido el 27 de junio de 1967, esto permitió a las personas realizar transacciones financieras a través de un dispositivo electrónico. El ATM es una de las aplicaciones iniciales de la tecnología en el sector financiero, que generó importantes ahorros económicos para las

instituciones financieras al introducir la automatización en lugar del trabajo de una persona.

Las tarjetas de crédito también surgieron en la década de los 60s, Bank of America inició en California con el sistema BankAmericard que resultó muy exitoso, pero que empezó a tener problemas al momento de integrar a un número cada vez más grande de bancos, por lo que nació en 1970 una entidad independiente National BankAmericard Inc. (NBI) que en 1976 cambió su nombre a Visa. En 1973 se creó SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication) una red internacional con el respaldo 239 bancos de 15 países, que estableció estándares comunes para las operaciones financieras, sistemas de información compartida y una red global de telecomunicaciones.

La inserción de las computadoras en la década de los 80s permitió a la industria financiera, centrarse en mejorar y ajustar sus sistemas de procesamiento *back-end* principalmente para cumplir con los requisitos normativos; sin embargo, los sistemas tenían poca estandarización por lo que fueron menos ágiles en responder las demandas cambiantes del cliente.

En la década de los 90 comenzó el cambio de tecnologías analógicas a digitales para la industria de servicios financieros, el desarrollo de la world wide web (www) una red informática a nivel mundial y los primeros experimentos de banca por internet de Wells Fargo en EEUU y de ING Bank en Europa marcaron esta década. Además, el reemplazo del telégrafo con el fax y luego con el correo electrónico y mensajes instantáneos, mejoró las comunicaciones de todo el mundo y se preparó el escenario para relaciones financieras más sólidas.

Las primeras empresas Fintech se originaron a mediados de los 90s, con la utilización masiva del internet, el florecimiento del sector bancario y el comercio electrónico, en 1994 se creó Amazon, después de un año eBay, y tres años más tarde se creó la compañía Confinity que se transformó en PayPal, la primera Fintech que a través del internet presta servicios de pago con el uso de tarjetas emitidas por bancos.

A partir del siglo XXI, los procesos internos y externos relacionados con la industria financiera pasó a la digitalización completa, las instituciones financieras realizaron importantes inversiones en las áreas de tecnología, información y comunicación. Gracias al progreso de la tecnología digital y a la utilización de los teléfonos inteligentes, en el 2008 cambia radicalmente la forma en que muchos clientes eligen hacer sus operaciones bancarias.

Además del desarrollo tecnológico existen otros factores que impulsaron el crecimiento de las empresas Fintech, en 2008 debido al desplome de los bienes raíces, una de las peores crisis financieras que llevó a la quiebra a grandes bancos a nivel mundial, la cual comenzó con una crisis hipotecaria muy riesgosa en los Estados Unidos y se convirtió en una crisis bancaria internacional con la quiebra del banco de inversión Lehman Brothers.

Posterior a la crisis del 2008, los bancos tenían que cumplir una serie de requisitos reglamentarios y legales con una fuerte supervisión de las instituciones gubernamentales, las regulaciones ayudaron a construir salvaguardas en el sistema, pero al mismo tiempo endurecieron todo el sistema bancario. Los bancos nuevamente se volvieron estrictos en la emisión de préstamos e hipotecas, para cumplir con los nuevos requisitos la

industria financiera incurrió en gastos para construir controles en sus sistemas tecnológicos y de información.

A partir del 2009 se evidencia totalmente el crecimiento de las Fintech como consecuencia de la crisis del 2008, al mismo tiempo que los bancos a nivel mundial se cerraban o se fusionaban, algunas pymes de tecnología y empresariales comenzaron a agruparse para crear nuevas empresas que implementaban procesos de negocios financieros a través de tecnología disruptiva, transformaron radicalmente la experiencia del cliente, así nacieron las Fintech cambiaron el modelo de negocio de la banca tradicional.

La crisis financiera del 2008 resultó también en una disminución del capital en la mayor parte de las grandes instituciones financieras, además la nueva normativa respecto al riesgo y cumplimiento hicieron más difícil para la mayoría de bancos desarrollar productos innovadores de préstamos, en cambio las Fintech eran más pequeñas y ágiles y pudieron desarrollar modelos de negocios innovadores como préstamos P2P, préstamos de día de pago, crowdfunding, etc.

Desde el año 2014 se evidencia un crecimiento importante de las Fintech, sobre todo en economías emergentes, pues el hecho de que la población con bajas tasas de bancarización tenga acceso cada vez mayor a la telefonía móvil propició el auge de las empresas Fintech.

Según una investigación realizada por analistas a principios del 2015 se estimó que más de una cuarta parte de los ingresos de los servicios financieros tradicionales están en riesgo de ser desplazados por las Fintech, otro informe revela que hasta la mitad de los ingresos y ganancias están en riesgo de las instituciones financieras establecidas. Un informe de

investigación publicado en el 2016 concluye, que los principales ejecutivos bancarios temen que más de una cuarta parte de las empresas de servicios financieros tradicionales corran el riesgo de ser reemplazadas por Fintech para el 2020.

Figura N° 1. Epistemología de la Fintech



Fuente: R. Navas, 2023.

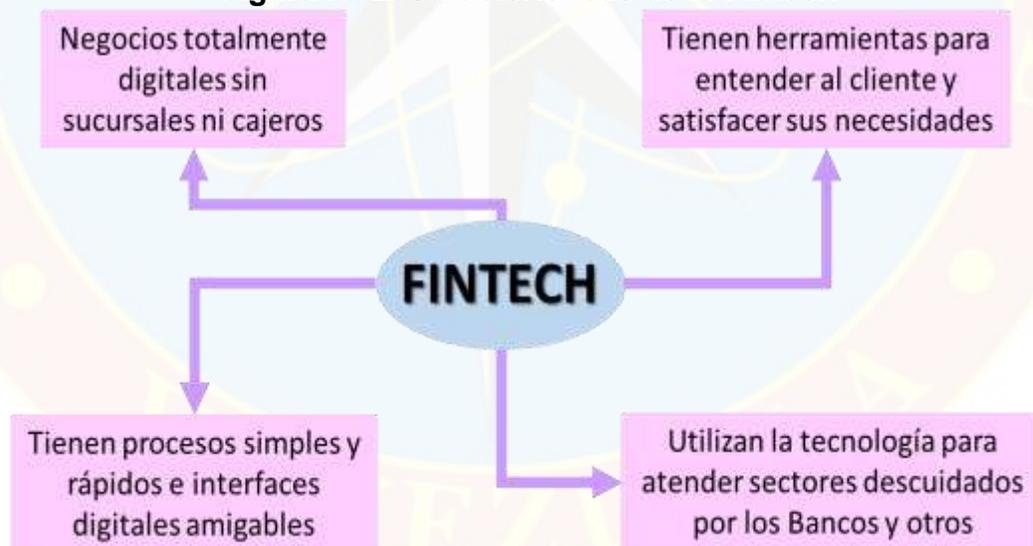
Las Fintech desafían los productos y servicios que oferta el sector financiero a los consumidores a nivel mundial. Estos modelos innovadores de negocio, respaldados de la tecnología amenazan a la industria financiera

tradicional, ya que crean nuevas maneras de generar y entregar valor a sus clientes. Las Fintech tienen modelos de negocio innovadores, que ofertan productos y servicios financieros respaldados en la tecnología digital. “Fintech is a new financial industry that applies technology to improve financial activities”.

2.2.2 Características de las Fintech

La actividad de las Fintech se encuentra basada en la tecnología, entregan productos y servicios financieros alternos a los de la banca tradicional, se caracterizan principalmente porque realizan sus actividades de manera muy eficiente, con un alto grado de transparencia y generan una excelente experiencia para el cliente.

Figura N° 2. Características de la Fintech



Fuente: R. Navas, 2023.

Usan las nuevas tecnologías para manejar y analizar gran cantidad de información como: el big data, redes sociales, IA, computación en la nube, etc. con el propósito de entregar soluciones convenientes, simples, rápidas y a costos razonables.

Flexibilidad: Se enfocan en proporcionar elementos o herramientas que aporten flexibilidad a los usuarios al momento de solicitar servicios, administrar su dinero y efectuar diferentes operaciones financieras, solventando las debilidades y deficiencias de las bancas tradicionales; ampliando el margen de inclusión de personas al sistema financiero

Entendimiento: La mayoría de las propuestas y alternativas innovadoras, se enfocan principalmente en las necesidades y requerimientos de los clientes y/o usuarios, realizando modificaciones y propuestas enfocadas en facilitar sus acciones y en el menor tiempo posible, sin necesidad de dirigirse a una institución tradicional.

Tecnología: adoptar los avances tecnológicos y las diferentes herramientas o dispositivos relacionados, como las Smartphones e Internet, para adecuar los servicios financieros a los usuarios y/o clientes, y aportar un gran dinamismo. Permitiendo, por ejemplo, que pueda solicitar servicios y productos financieros en línea, sin necesidad de moverse de sus hogares del mismo modo, sus características se resumen de la siguiente manera:

Cuadro N° 1. Servicios de la Fintech

| Características | Descripción |
|------------------------------|---|
| Productos financieros online | Permiten a los usuarios y/o clientes gestionar diferentes transacciones medio online, sin necesidad de desplazamiento a la sucursal física; empleando eficientemente los diferentes canales digitales, a través de los smartphones y el Internet. |
| Soluciones rápidas | La diferentes opciones o propuesta que ofrecen en el sistema financiero, presentan tecnologías disruptivas, estructuras flexibles y metodologías ágiles, que permiten que los usuarios puedan adquirir soluciones rápidamente para sus requerimientos o necesidades |
| Centrada en el cliente | Presentan un enfoque estratégico direccionado al cliente y/o usuario, por lo tanto, buscas establecer valor y diseño en los servicios y productos financieros, con un trato personalizado y acondicionado a sus necesidades. |
| Des intermediario | Permite cubrir y satisfacer necesidades específicas, focalizando y desarrollando sus ideas para servicios y productos financieros en base a ello, permitiendo mantener una comunicación directa con los clientes y usuarios. |
| Inclusión financiera | Sus propuestas favorecen la inclusión financiera, de la población no bancarizada, en virtud que democratizan y facilitan el acceso a los servicios financieros, eliminando requisitos o protocolos que dificultan el acceso y promoviendo la transparencia. |

Fuente: <https://masempresas.cea.es/wp-content/uploads/2019>.

2.2.3 Segmentos de la Fintech

Las Fintech segmentan la cadena de valor de una institución financiera, entran con servicios digitales tanto en los procesos front-office (se relacionan directamente con el cliente), como en los procesos back-office (funciones de apoyo hacia el cliente). Según la consultora McKinsey los segmentos de

mayor riesgo en los que se encuentran las Fintech son los sectores macro como las transacciones de pago (transaccional), la inversión y el financiamiento.

Servicios transaccionales: Este segmento incluye una amplia gama de servicios de pago, servicios de administración de cartera, software de presupuestos, plataformas de intercambio de monedas digitales, etc. Entre los nuevos actores se incluye proveedores de servicios bancarios transaccionales como Moven, para enviar dinero y servicio de remesas transfronterizas como TransferWise, plataformas de pago digital y comercio electrónico como Stripe. La plataforma de pago PayPal probablemente es la primera Fintech en este segmento.

Inversiones: en este segmento se incluye las plataformas de gestión de activos digitales, tales como las plataformas de robo-asesoría (inversión digital) que se estima administrarán \$2 billones de activos para el 2020. Las Fintech que utilizan estas nuevas plataformas digitales prometen reducir significativamente la gestión de activos y los costos comerciales. Wealthfront y Betterment son las plataformas más famosas de este segmento en los EE.UU., existen otras plataformas como “Intelligent Portfolios” de Charles Schwab, asesoramiento en línea de Vanguard, la plataforma E Money de Fidelity, la correduría en línea Robinhood, etc. Este segmento genera la creación de herramientas de software desde la planificación financiera personal hasta la optimización de impuestos.

Financiamiento: Este segmento abarca el financiamiento y la obtención de capital, las Fintech tienen éxito en este segmento a través de las plataformas de financiamiento colectivo, financiamiento alternativo, y préstamos P2P. Empresas como Lending Club y OnDeck en los EE.UU. ya

son públicas en este segmento, las soluciones financieras alternativas crecieron rápidamente, en el 2014 los nuevos préstamos de Lending Club alcanzaron los \$3 mil millones, presenta un crecimiento de más de 265 % en relación al 2013. Las plataformas de financiamiento colectivo como Kickstarter e Indigogo proporcionan capital alternativo a las pequeñas empresas financiadas por inversionistas individuales.

Plataformas de software cruzado: este incluye las plataformas de software cruzado que se necesitarán entre segmentos. Plataformas de conozca a su cliente y la gestión de identidad serán la clave para asegurarse que la experiencia del usuario está respaldada por sistemas sólidos de autenticación y antifraude (Chishti y Barberis 2016, 249–51).

2.2.4 Tecnología Financiera (Fintech).

La innovación tecnológica en servicios financieros, Tecnología Financiera o Fintech, está creciendo rápidamente y cada vez cobra mayor importancia, no sólo en la industria financiera. De forma general, las Fintech se definen como la innovación habilitada por la tecnología en servicios financieros que podría dar lugar a nuevos modelos de negocio, aplicaciones, procesos o productos con un efecto material asociado en la provisión de servicios financieros.

Esta fusión de dos vocablos en inglés que significan Tecnologías Financieras, Financial Technologies, se ha convertido en el término omnipresente para referirse a cualquier tecnología aplicada a los servicios financieros, puesto que una gran parte de las instituciones centran sus esfuerzos de transformación combinando distintas tecnologías habilitadoras, tales como: big data, API, inteligencia artificial y blockchain, dando prioridad a

la experiencia del usuario, a fin de mantener su competitividad e impulsar su crecimiento. Asimismo, ProMéxico/Bancomext (2018: p. 21), define Fintech de la siguiente manera:

Las empresas Fintech o de tecnología financiera, son empresas cuyos modelos de negocio utilizan tecnología como habilitador principal de su oferta de productos y servicios financieros. Esta industria se caracteriza por marcos colaborativos y ágiles de trabajo para el desarrollo de soluciones y productos financieros distintos a los tradicionales [...].

2.2.5 Principales servicios de las Fintech

Está compuesto de diferentes sub sistemas o diferentes modelos de negocio. Estos modelos de negocio se reconfiguran continuamente, sin embargo, los aquí señalados se encuentran en etapas avanzadas de madurez. Esta clasificación podrá cambiar en el futuro debido a las condiciones del mercado, nuevas regulaciones y cambios en el comportamiento de los consumidores (ProMéxico/Bancomext, 2018). Estos son:

2.2.6 Pagos digitales y transferencias de dinero

Sistemas integrados donde se realizan transacciones nacionales e internacionales sin necesidad de efectivo, involucrando a uno o más participantes. Este tipo de soluciones permiten ejecutar transferencias de una forma rápida, sencilla y sin intermediarios, eliminando las altas comisiones bancarias. A nivel global, los pagos digitales son el modelo donde se observa mayor madurez debido al alto impacto que ha tenido el comercio en línea durante los últimos años, mostrando un crecimiento sostenido mayor al 20% durante los últimos 4 años en el promedio mundial.

2.2.7 Infraestructura para Servicios Financieros

Aquellas entidades cuya actividad consisten en el aprovechamiento y mejora de la tecnología existente para la prestación de servicios financieros. La tecnología en el sector financiero ha madurado a un ritmo impresionante en los últimos meses. Gran parte de este progreso se puede atribuir directamente al creciente interés de los bancos tradicionales, en un movimiento tecnológico que algunos pensaron que podría anunciar el fin de la banca como la conocíamos. A pesar de la relación a veces polémica, los bancos están viendo claramente la promesa en la tecnología financiera a medida que continúa evolucionando.

2.2.8 Financiamiento alternativo u otorgamiento digital de créditos

Implementación de modelos de scoring alternativo, menores tiempos de aprobación del crédito y soporte. También incluye plataformas para el fondeo de créditos partir de personas o instituciones bancarias y no bancarias. El financiamiento alternativo ha creado oportunidades para la inclusión financiera desarrollando nuevos modelos para captar usuarios a través de canales digitales de venta y operación, así como métodos innovadores para identificar y mitigar el riesgo crediticio.

2.2.9 Comercio Electrónico

Sobre el comercio electrónico existen definiciones muy simples como la que aporta Carlos Jiménez (2017), según la cual “el comercio electrónico es la venta de bienes o servicios por internet” (p.107) En la misma línea está la de la Organización Mundial del Comercio (2011), es la “distribución, mercado venta o entrega de bienes y/o servicios hecha con medio electrónicos” (p. 3).

Por su parte, la Comisión Europea (2011: p. 3), ofrece una definición más compleja:

Cualquier actividad que involucre a empresas que interactúan y hacen negocios por medio electrónicos, bien con clientes, bien entre ellas o bien con la administración. Se incluye el pedido y pago electrónico y online de bienes que se envían por correo u otro servicio de mensajería, así como el envío online de servicios como publicaciones, software e información. Así mismo incluye las actividades de diseño e ingeniería cooperativa, marketing, comercio compartido (Trade Sharing), subastas y servicios post-venta.

De las definiciones previas, se puede determinar que el comercio electrónico se refiere a aquellas transacciones que incluyan un medio electrónico para la compra o venta de bienes tangibles o intangibles, sin que el carácter electrónico del medio haga referencia exclusiva a internet. En este punto, y dado que la investigación se refiere sólo a las transacciones realizadas por internet, es necesario diferenciar en comercio electrónico del comercio en la web.

El comercio electrónico no sólo incluye las transacciones comerciales, sino además la prestación de servicios como asesoramiento legal online, servicios postventa o soporte electrónico para colaboración entre empresas. Por tanto, se pone de manifiesto que el comercio electrónico no significa necesariamente venta. Por su parte, el comercio web, según Marín-Moreno y Sáez, (2004: p. 2), es “la utilización de un explorador de comunicaciones a través de Internet para identificar proveedores, seleccionar productos o servicios realizando un compromiso de compra y una transacción económica completa”. De esta diferenciación se puede determinar que el comercio electrónico es de naturaleza más amplia, y que el comercio web está incluido

como actividad meramente mercantil, está incluido dentro de comercio electrónico.

2.2.10 Tipos de comercio electrónico

En función a la naturaleza de los productos y servicios que se comercializan o en función de las características de los actores que participan en la transacción, se pueden hacer diferentes caracterizaciones, es así como, existe según la naturaleza de los productos:

- Comercio en línea de productos tangibles, para lo que se deben desarrollar procesos como la producción, logística, sistemas de almacenaje y control de stocks, entre otros.
- Comercio en línea de productos digitales, como la venta de libros electrónicos, música, ciertos servicios financieros, entre otros.

Por otra parte, y según sean los actores que intervienen en las transacciones se tienen diferentes modalidades de comercio electrónico:

- B2B (Business to Bussines): empresa - empresa, se refiere a las actividades de comercio electrónico entre empresas. Un dato importante es que este tipo de comercio concentra en 40% de los ingresos percibidos por las exportadoras
- B2C (Business to Comsumer): empresa - cliente, consiste en la compra por parte de los consumidores o clientes finales de los productos o servicios de una empresa. La transacción se realiza de manera interactiva y en tiempo real.

- C2C (Citizen to Citizen): consumidor – consumidor. Se refiere al comercio entre particulares, a través de sitios de compraventa como mercalibre.com y sitios de subastas como Ebay, etc.
- B2A (Business to Administration): empresa – administración. Aquí se incluyen las transacciones y operaciones comerciales que se suscitan entre las compañías y la administración pública y diferentes organizaciones gubernamentales. Esta categoría está en fase de desarrollo y progresa a medida que los organismos públicos van facilitando el hacer ciertos trámites por Internet, como dar de alta a trabajadores en la Seguridad Social, solicitar cierto tipo de documentación, etc.
- C2A (Citizen to Administration): ciudadano – administración. A pesar de que solo es algo incipiente, los consumidores ya pueden hacer ciertos trámites con la administración de forma electrónica y solo es cuestión de tiempo que puedan llegar a efectuarse ciertas transacciones, como el pago de impuestos.

2.2.11 Ventajas del E-Commerce

La expansión del uso de las tecnologías y sus aplicaciones al comercio han abierto una gran cantidad de ventajas para las empresas y los consumidores. Entre ventajas que para las empresas sobre el uso de las nuevas herramientas tecnológicas se destacan las siguientes:

1. Ventajas relacionadas con las comunicaciones para mantenerse en contacto con proveedores y clientes.
2. Ventajas relacionadas con la imagen de la empresa. En un estudio de Tendencias Digitales de 2011, el 70% de los encuestados reconoció que Internet otorga buena imagen a las empresas.

3. Ventajas relacionadas con la realización de transacciones. Se refiere a la posibilidad de vender o apoyar la gestión de ventas.
4. Ventajas relacionadas con la atención al cliente. Internet se ha convertido en un canal clave de atención en muchos negocios como la banca comercial.

Asimismo, se evidencian otras ventajas más específicas que ofrece el e-commerce a las empresas, algunas de ellas son:

- Aumentar el horario de atención al cliente sin ningún costo adicional.
- Entrar a competir en un libre mercado mundial donde se compite en iguales condiciones el cliente no sabe si la empresa es grande o no.
- Marketing de gran alcance, aunque la empresa no brinde sus productos a nivel mundial, sí es cierto que tiene un marketing de nivel mundial.
- Aumentar la cartera de clientes de la empresa y fomentar la fidelidad de los mismos.
- El costo de mantenimiento en la red es fijo pero las ganancias pueden ir en aumento.
- Brindar un servicio innovador y de pago seguro a sus clientes.
- Permite el rápido y relativamente de bajo costo.
- Intercambio Electrónico de datos entre la empresa y con otras empresas por todas partes del mundo.
- El fortalecimiento que la marca pueda alcanzar en Internet y todo lo que puede ahorrarse en papelería para imprimir recibos y facturas, ahorros en sueldos de empleados cuyas actividades sean automatizadas por el sistema de ventas por la web.

2.2.12 Barreras y desventajas del E-Commerce

El comercio en línea es una realidad cotidiana en algunos países desarrollados como Estados Unidos, en donde la bancarización está extendida, a lo que se podría agregar el hecho de que hay una cultura de uso de correos y sistemas de envío de manera segura, además de una legislación avanzada que protege a oferentes y demandantes.

Por el contrario, en regiones como América Latina, existen algunas barreras para el desarrollo del comercio electrónico, tales como:

- La escasa población expuesta. Es decir, los usuarios de Internet poseedores de tarjetas de crédito, debido a la baja bancarización.
- La desconfianza en los medios electrónicos. Referida no sólo a los
- medios de pago, sino también a la calidad y garantía del producto y su entrega oportuna.
- La oferta limitada por los excesivos controles gubernamentales.
- Riesgoso si no se cuenta con asesoría especializada.
- Difícil aceptación por partes conservadoras.
- Disminución de tratos presenciales.
- El falso sentido de la publicidad por Internet.
- El falso sentido de la realidad de ventas.
- Miedo a los errores de los medios de comunicación.
- Pérdida de derechos, marcas, nombres.
- Legislación sobre las Tecnologías de la Información.
- Intangibilidad de la compra (el no poder tocar y probar) así como la falta del contacto cara a cara, que generalmente genera mayor confianza en el consumidor.

2.3 BASES LEGALES

Toda investigación debe ser sustentada con bases legales, los cuales van a servir para darle ese carácter jurídico, de legalidad al estudio, de que está realizando, en ese orden de ideas se estima que los textos legales a objeto de revisión. Para tales fines son los siguientes: la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) y Normas que Regulan los Servicios de Tecnología Financiera del Sector Bancario (FINTECH) (2021).

2.3.1 Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

Artículo 110. El Estado reconocerá el interés público de la ciencia, la tecnología, el conocimiento, la innovación y sus aplicaciones y los servicios de información necesarios por ser instrumentos fundamentales para el desarrollo económico, social y político del país, así como para la seguridad y soberanía nacional. Para el fomento y desarrollo de esas actividades, el Estado destinará recursos suficientes y creará el sistema nacional de ciencia y tecnología de acuerdo con la ley. El sector privado deberá aportar recursos para las mismos. El Estado garantizará el cumplimiento de los principios éticos y legales que deben regir las actividades de investigación científica, humanística y tecnológica. La ley determinará los modos y medios para dar cumplimiento a esta garantía.

En este artículo se hace referencia que el Estado debe ser garante y participar activamente del desarrollo tecnológico que a su vez será desarrollo para la nación, aportar recursos necesarios de la mano con el sector privado, de manera que tanto como los grandes empresarios, las pequeñas y medianas empresas, y el Estado trabajen de manera armoniosa y proactiva para los avances que sean necesarios para el desarrollo tecnológico de la nación. Asimismo, en el artículo 112 de la Carta Magna se establece la

actividad económica libre, que está relacionada con las PYMES, el mismo indica que:

Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país.

Del artículo citado, se evidencia en primer término la expresión “libertad económica” que debe ser entendida como ausencia de interferencias estatales, en segundo término, se establece un doble rol que asume el Estado en el régimen económico y de manera puntual en la actividad empresarial venezolana, vale decir, como Estado promotor y como Estado interventor. En la actuación, como promotor, el Estado permite dentro de la actividad empresarial el impulso de la iniciativa privada, y, de forma particular, a la creación de empresas, sean éstas individuales, pequeñas o medianas industrias, empresas familiares y cualquier tipo de asociación comunitaria y cooperativas, sociedades civiles, o las de corte mercantil en todos sus arquetipos sociales (sociedades de personas y sociedades de capital).

2.3.2 Normas que Regulan los Servicios de Tecnología Financiera del Sector Bancario (FINTECH)

Artículo 1: Las presentes normas tienen por objeto regular los servicios financieros prestados a través de nuevas tecnologías, ofrecidos por las instituciones de Tecnología Financiera en cualesquiera de sus modalidades, a las Instituciones del Sector Bancario; así como su organización, operación y funcionamiento. Igualmente, los aspectos que las instituciones del sector bancario deben considerar para contratar o establecer Alianzas Estratégicas con estas Instituciones.

En todas las actividades realizadas en el Estado venezolano, el Gobierno a través de sus entes deberá velar la correcta regulación de las mismas, el artículo 1 de esta ley hace mención de la necesidad de que la misma haya sido creada con el fin de regular toda una serie de normas en relación con las Fintech, sus aspectos legales en cualquiera de sus modalidades y establecer cómo podrían darse las alianzas.

Artículo 2. Estas normas promueven los principios de inclusión e innovación financiera, promoción de la competencia, protección al usuario bancario, preservación de la estabilidad financiera, prevención de operaciones de legitimación de capitales: financiamiento al terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva.

Las Fintech promueven el desarrollo tecnológico, inclusión e innovación financiera y una manera eficiente y directa de manejarse en todo en el ámbito de las actividades financieras de forma digitalizada, precisa y veraz, de manera que el artículo 2 de estas normas tipifica que las mismas fueron creadas con el fin de regular y promover el correcto funcionamiento de las Fintech en el territorio venezolano, de manera que se le pueda brindar a los involucrados protección, en especial al usuario.

2.4 BASES INSTITUCIONALES.

2.4.1 Nombre o Denominación Social

La empresa se identifica con la razón social: Two Chefs Maturín, C.A.

2.4.2 Logo de la Empresa



Fuente: Two Chefs Maturín, C.A, 2023

2.4.3 Reseña Histórica

La Sociedad Mercantil Two Chefs Maturín, C.A, nace de la idea de sus fundadores los hermanos Velásquez Noriega y María De Jesús, quienes proyectan este emprendimiento al crear una compañía cuyo objeto se relacionara con todo lo concerniente a la elaboración y comercialización artesanal e industrial de las actividades de panadería, pastelería, pizzería y todos los derivados de la harina, con la finalidad de ofrecer productos de calidad a un precio accesible.

Desde su inicio, hace aproximadamente cuatro años, mantiene su sede principal en la Avenida Rómulo Gallegos, con calle 1, edificio Comercial Paseo la Floresta, en el piso 1, en el sector la floresta de la parroquia San

Simón frente a la redoma la floresta en el Municipio Maturín del Estado Monagas.

2.4.4 Misión

Cubrir las necesidades y expectativas de nuestros clientes, mediante el ofrecimiento de productos de calidad, elaborados de manera artesanal e industrial con respeto por los ingredientes y el sabor de los elementos, para realzar y satisfacer los paladares de nuestros comensales, ofreciendo un servicio rápido y confiable con productos inocuos.

2.4.5 Visión

Brindar un servicio de alta calidad, que permita a nuestros clientes experimentar un orgasmo de sabores, bajo los más altos estándares de inocuidad, para convertirnos así en referencia regional y nacional de los productos derivados de la harina de trigo, en panadería, pasapalos y pastelería.

Two Chefs Maturín, C.A quiere consolidándose como la empresa líder en el mercado monaguense en panadería, pasapalos y pastelería, por encargo, ofreciendo productos frescos y de excelente calidad que satisfaga los deseos y expectativas de nuestros clientes y público en general.

2.4.6 Servicios

Esta empresa ofrece productos derivados de la harina de trigo, bajo pedidos. Se cubren todas las especificaciones y expectativas del cliente en cuanto a decoración y formas, con ingredientes de calidad, y conservando la

inocuidad de los productos elaborados para la satisfacción plena del consumidor.

2.4.7 Estructura Organizativa Two Chefs Maturín, C.A

Figura N° 3. Organigrama



Fuente: Two Chefs Maturín, C.A, 2023

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Fidias G. Arias (2012, p. 18) define el marco metodológico como el “conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problemas.”. Considerando lo dicho por este autor a continuación se presenta la metodología que se utilizara en la presente investigación:

3.1 TIPO INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación que se empleó para esta investigación es de campo, debido a que los datos e información fueron suministrados en su totalidad directamente de la empresa Two Chefs Maturín, C.A., durante el año 2023. Al respecto Fidias G. Arias (2012, p. 31) define la investigación de campo como:

Aquella que consisten la recolección de datos directamente de los sujetos Investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no alterar las condiciones existentes.

3.2 NIVEL INVESTIGACIÓN

La investigación se considera de carácter descriptivo, pues estuvo orientada al estudio del modelo Fintech como parte de una ventaja competitiva para la empresa Two Chefs Maturín, C.A., pues permite incursionar en el comercio electrónico aumentando así su nivel de ventas, por lo cual se requiere un diagnóstico preliminar para conocer el funcionamiento operativo de Two Chefs Maturín, C.A., en cuanto al uso de

estas tecnologías financieras para la promoción de sus servicios y no se limita a la recolección de datos, sino a la identificación, comprensión y estudio de los métodos aplicados por la empresa para el pago de los servicios. Al respecto Fidias G. Arias (2012, p. 24) plantea:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere.

3.3 POBLACIÓN O UNIVERSO

Según Fidias G. Arias (2012, p. 81) define la población como: “el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”.

Considerando la cita anterior, para la realización de esta investigación se tomó como población referencial los empleados que tienen que ver con el uso de tecnologías financieras de Two Chefs Maturín, C.A., siendo un total de cinco (5) personas.

Por consiguiente y considerando que la población es pequeña, suficiente y manejable no fue necesario la aplicación de técnicas de muestreo.

3.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Fidias G. Arias (2012, p. 57) establece que las variables son: “una característica o cualidad, magnitud o cantidad, que puede sufrir cambios, y

que es objeto de análisis, medición, manipulación o control en una investigación”.

En este orden de ideas, se establece que la operacionalización de las variables es el desglose que respalda a las variables que se fijan en la investigación y aportan una dirección lógica para un mejor desarrollo del proceso de investigativo, basado en una visión más clara de las dimensiones e indicadores de la variable en sí. A continuación, se presenta:

Cuadro N° 2. Operacionalización de variables

Objetivo General: Estudiar la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A

| Objetivos Específicos | Variable | Dimensiones | Indicadores |
|---|--------------------------|--|---|
| Describir el funcionamiento operativo de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, en relación al uso del comercio electrónico. | Funcionamiento Operativo | Procedimientos Funciones Servicios ofertados | Planificación Organización Dirección Control |
| Diagnosticar la influencia del modelo Fintech como acelerador en el comercio electrónico para la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023. | Modelo Fintech | Educación Financiera | Inclusión financiera |
| Señalar las barreras a las cuales se enfrenta el modelo Fintech para el desarrollo sustentable de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023. | Barreras | Acceso tecnológico | Nivel de Confianza Grado de Satisfacción Referenciación |
| Establecer una matriz de priorización para la aplicabilidad del Modelo Fintech, en pro de la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A | Matriz de Priorización | Depende del desarrollo de los objetivos anteriores | |

Fuente: el Investigador, 2023.

3.5. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Fidias G. Arias (2012, p. 67), expone que: “Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.” A continuación, las técnicas que serán aplicadas:

3.5.1 Observación

Con respecto a esta técnica de investigación, Fidias G. Arias (2012, p. 69), señala que:

La observación es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos.

El mismo autor además sostiene que: “la observación simple o no participante es la que se realiza cuando el investigador observa de manera neutral sin involucrarse en el medio o realidad en la que se realiza es el estudio”. (p. 69).

Por consiguiente, esta técnica se considera como una técnica complementaria que permitió tener percepción directa tema en estudio, a través de ella, el investigador pudo conocer la realidad de la empresa objeto de estudio.

3.5.2 Entrevista no estructurada

Según Jiménez (2011, p. 2) se trata de una técnica de investigación basada en las declaraciones emitidas por una muestra representativa de una población concreta. Para este tipo de entrevista no se requiere la realización de ningún tipo de cuestionario previo a la entrevista, sino que en conversaciones se introducirán preguntas, así como vayan surgiendo, sobre el tema del que se requiera información. Esta entrevista se llevó para aclarar dudas en base a la ejecución y desarrollo del trabajo de investigación. Según, Arias F (2012, p. 74) dice que:

En esta modalidad no se dispone de una guía de preguntas elaboradas previamente. Sin embargo, se orienta por unos objetivos preestablecidos, lo que permite definir el tema de la entrevista. Es por eso que el entrevistador debe tener una gran habilidad para formular interrogantes sin perder coherencia. Por tanto, la entrevista no estructurada es más que un simple interrogatorio es una técnica basada en un diálogo o conversación “cara a cara”, entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida.

3.5.3 Entrevista semi-estructurada

Esta técnica permitió al investigador desarrollar una conversación con una serie de preguntas prediseñadas donde los entrevistados tuvieron la oportunidad de expresarse y a la vez preguntar las dudas en cuanto a las preguntas que se les realizaban. Permitiendo la interacción, comunicación bidireccional, a través de la conversación libre, abierta, espontánea y con un formato previo.

Al respecto en la página web: [[https://www.povertyactionlab.org-Indicadores y Medición](https://www.povertyactionlab.org-Indicadores-y-Medición)] consultado en marzo del 2023, se establece que entrevista semiestructurada es aquella donde:

El entrevistador lleva una pauta o guía con los temas a cubrir, los términos a usar y el orden de las preguntas. Frecuentemente, los términos usados y el orden de los temas cambian en el curso de la entrevista, y surgen nuevas preguntas en función de lo que dice el entrevistado. A diferencia de los cuestionarios, se basa en preguntas abiertas, aportando flexibilidad. (Diapositiva. 47)

Según lo indica Sabino (1992, p. 18) una entrevista semiestructurada es aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas. Por lo cual este tipo de entrevista será e ideal para el desarrollo de esta investigación, la cual tendrá como meta aclarar dudas en relación al tema conversado en la entrevista.

3.5.4 Revisión bibliográfica

Permitió acercarse al área de estudio y profundizar el conocimiento sobre las TIC, tomando en cuenta la documentación de Two Chefs Maturín, C.A., para el diagnóstico previo, así como la información encontrada en libros y otros trabajos de investigación ejecutados y que se relacionan con el tema de estudio. Al respecto Arias F (2012, p. 202) plantea que: “la revisión documental es una etapa ineludible en todo proceso investigativo, a través de la cual se obtendrán las fuentes y los datos necesarios para abordar el tema planteado”.

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1 FUNCIONAMIENTO OPERATIVO DE LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A, EN RELACIÓN AL USO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO.

Two Chefs Maturín, C.A, se encuentra ubicada en la Avenida Rómulo Gallegos, con calle 1, edificio Comercial Paseo la Floresta, en el piso 1, en el sector la floresta de la parroquia San Simón frente a la redoma la floresta en el Municipio Maturín del Estado Monagas, es una empresa relativamente nueva pues nace hace cuatro años, y poco tiempo después de su nacimiento se ve envuelta en las restricciones propias de la pandemia lo cual la obliga a incurrir en el comercio electrónico de una manera casi obligatoria para sobrevivir en el mercado.

Entrando en contexto en cuanto a su funcionamiento operativo es necesario hacer una descripción de los servicios prestados por esta empresa, la cual ofrece productos derivados de la harina de trigo, bajo pedidos. Se cubren todas las especificaciones y expectativas del cliente en cuanto a decoración y formas, con ingredientes de calidad, y conservando la inocuidad de los productos elaborados para la satisfacción plena del consumidor.

Two Chefs Maturín, C.A, es un restaurante fundamentalmente de gastronomía italiana que se especializa en comida rápida como las pizza, no obstante también cuenta entre sus oferta de servicio otros platos y comida gourmet tipo pasabocas para eventos bajo pedidos.

En cuanto a su naturaleza y origen del capital se clasifica según su constitución legal como una Compañía Anónima y de capital privado, además se caracteriza por ser una empresa familiar, atendida por sus propios dueños, donde su personal está comprometido con la innovación y la creatividad, superando las expectativas de los clientes con una amplia gama de comida italiana en un ambiente cómodo, privado, confortable y con calidad en el servicio prestado.

Así mismo, en relación a los procedimientos que en la empresa se ejecutan, es de destacar que se enfocan en los procedimientos de atención al cliente y los asociados con el área culinaria, dejando en segundo plano los procedimientos administrativos y contables de las actividades operativas realizadas.

Por consiguiente para realizar un diagnóstico más preciso del funcionamiento operativo se procedió a aplicar técnicas como la observación del área de estudio y las tareas ejecutadas por el personal, así como entrevistas con dicho personal en función del uso o aplicación de técnicas que faciliten el comercio electrónico para la empresa. Por lo tanto, a continuación se presenta los puntos clave para el abordaje del mismo:

4.1.1 Obtener Información

La obtención de información para la realización de este estudio se ejecutó poniendo en práctica distintas técnicas e instrumentos de recolección de información, tales como: la observación directa en las instalaciones del restaurant, así como también las entrevistas no estructuradas a las cinco (5) personas de la empresa que se relacionan directamente con el uso del

comercio electrónico. Otra técnica aplicada fue la revisión bibliográfica para la búsqueda de información teórica que sustenta el tema objeto de estudio.

Cabe destacar que la empresa nunca ha tenido o contado con la figura de pasantes en el área administrativa ni contable, además que no posee manuales en dicha área, para ninguno de los procedimientos ejecutados y realmente el área contable es llevada por un contador externo.

Además, el proceso productivo de la empresa depende del inventario disponible para la fabricación (menús), ya que las ventas son pedidos de los platos que están existentes y disponibles en el catálogo de menús (la carta) y muchas veces son preparados en combinaciones y las especificaciones propias de cada cliente, pues se les ofrece la carta pero puede hacer combinaciones, o en el caso de almuerzos, puede tratarse de un plato principal con dos contornos por ejemplo y allí el mismo plato varía de un cliente a otro dependiendo de los deseos y gustos propios de cada uno.

Se maneja un sistema de inventario que está basado en las necesidades de preparación y acorde a los platos de mayor demanda, por lo cual los socios son quienes se encargan de la reposición del inventario, en relación a la evolución y rotación del mismo, para lo cual reciben información diaria de los empleados en específico de la encargada administrativa, quien es la persona autorizada para hacer pedidos de compra.

Las transacciones comerciales celebradas en este establecimiento cabe destacar que un 60% se ejecutan a través del comercio electrónico, mediante el marketing digital que se hace en Instagram donde se publicita las promociones de sus menú y se deja números de contactos para el pedido que deseen hacer los clientes, en específico la dueña de two chefs es la que

esta a cargo y muy pendiente del manejo de las redes sociales, aun cuando la empresa solo dispone de una sola computadora (maquina) para tal fin, está totalmente operativa y en la empresa hay internet con excelente señal, salvo cuando se va la luz o si llegase a ocurrir cualquier imprevisto. Considerando que se utilizan diversos medios de pago o formas de pago como: pago móvil, transferencias, punto de venta en moneda nacional y también aceptan transferencias de zelle y todo esto queda a cargo de la encargada de caja que es la persona quien factura y hace los cobros en la empresa. El otro 40% corresponde al cobro del servicio en efectivo, bien sea en bolívares o divisas estadounidense, rara vez euros, pero también pudieran ser aceptados.

4.1.2 Factores del Análisis Externo

Los factores externos se refieren a todo lo que conforma el medio que te rodea, en especial los elementos que afectan la toma de decisión. Estos se ubican principalmente en tres momentos: pasado, presente y futuro.

- El primero corresponde a las condiciones, las vivencias, las expectativas y deseos que han conformado un ideal acerca de se quiere del servicio del restaurant y de lo que no quiere.
- El segundo son las condiciones actuales en que se toman las decisiones. En ellas influyen las condiciones y niveles de ventas, la demanda y la capacidad de financiamiento para la inversión del negocio en miras a su crecimiento.
- El tercer momento se refiere a como se percibe el negocio en la actualidad con relación al uso del comercio electrónico y como se percibe en los próximos años.

Es así que dentro del análisis externo para el Restaurant Two Chefs Maturín, C.A, en relación al uso del comercio electrónico, se analizaron los siguientes factores: Factor Político, Factor Económico, Factor Social y Factor Cultural.

4.1.2.1 Factor Político

El sistema político es un aspecto amplio que abarca las normas e instituciones por medio de las cuales se gobierna una nación. De tal forma que los aspectos políticos influyen más de lo que muchos imaginan en las actividades de la mercadotecnia de una empresa y en cualquier otra área de operacional. La política de un país puede ser el atractivo para la inversión extranjera, sin embargo también puede ser una de las más grandes barreras y desmotivadores que pueden tener los inversionistas.

Las fuerzas macroeconómicas no son controlables por la administración, es decir, para muchos encargados de la mercadotecnia, estas fuerzas están fuera de su control por lo que deben adaptarse a las condiciones que se producen como consecuencias de estas fuerzas, en algunos casos la limitación es por el aspecto político. Varias de estas leyes afectan la fijación de precios, la publicidad, las ventas personales la distribución, el desarrollo de productos y las garantías de los mismos.

La información ante indicada permite determinar que la política de venezolana, a través de las reformas tributarias que implementa el gobierno nacional hacen que los impuestos representen una amenaza para el Restaurant Two Chefs Maturín, C.A, porque además de afectar el poder adquisitivo de las personas, también afectarían directamente en la empresa

en la adquisición del inventario de mercancías e insumos para la preparación de los menús.

4.1.2.2 Factor Económico

La Industria Manufacturera (transformación de materia prima) contribuye en un 6.93% del PIB total, que representa el segundo aporte más elevado del PIB total. Lo que significa que las fuerzas económicas del medio influyen en la forma de reaccionar de los consumidores ante las decisiones de la mercadotecnia de una empresa, en otras palabras, las condiciones de la economía del consumidor o cliente se ven afectadas de forma considerable por: tasas de interés, oferta de dinero, inflación de precios y disponibilidad de créditos, lo cual afecta su poder adquisitivo desviando su prioridad de consumo solo para cubrir necesidades básicas de la cesta o consumo familiar.

Por consiguiente la economía ha ocasionado muchos estragos en forma general y por ende ha afectado a todo un pueblo en forma particular. Afectando de esta manera a los restaurantes que se dedican al ofrecimiento del servicio de alimentación, para la empresa sería una amenaza, ya que debido a los costos del servicio se viene a obtener un elevado costo de los servicios a ofrecer y para la empresa no es factible ya que perdería. Sin embargo la población busca una mejor calidad del servicio, adquiriendo productos o servicios que garanticen satisfacción gastronómica, y por ello no se limitan al momento de cancelarlos, con una notable recuperación en las ventas para el año 2023, en relación a años anteriores en pandemia y pos pandemia.

4.1.2.3 Factor Social

Las fuerzas sociales influyen en la estructura y en la dinámica de sus individuos y grupos. Como la influencia en los valores básicos, los conocimientos, preferencias y comportamiento de la sociedad. Así la sociedad espera recibir de los responsables de la mercadotecnia un alto nivel de vida y protección de la calidad general de vida que se disfruta.

Los cambios en las actitudes, gustos, preferencias, hábitos, valores y creencias de las personas sobre lo que necesitan consumir; los cambios en la forma de vida en las grandes ciudades, en los poblados, en el campo; la cantidad de jóvenes, niños, ancianos, y de hombres y mujeres que conforman la población, etc., modifican los hábitos de compra y de consumo.

Las empresas se crean para satisfacer las necesidades de los clientes; por lo tanto, un cambio en dichas necesidades impactará las actividades de la empresa, obligándola a adaptarse al nuevo entorno. Las necesidades, gustos, hábitos y preferencias de los consumidores cambian debido a muchos factores, los cambios en el nivel o grado de educación de la población, Para cualquier empresa sería una oportunidad que dentro del sector social se incremente la población para que así mismo se pueda consumir su producto, y a la vez, continuar con la implementación de nuevos productos.

En este orden de ideas Two Chefs Maturín, C.A ha diversificado su oferta de menús y se expandió en comidas rápidas, pasapalos y menús de catering completos para eventos por encargos. Manteniendo las pizzas como su principal atractivo gastronómico.

4.1.2.4 Factor Tecnológico

Mejorar en la parte tecnológica, representa hacer uso de nuevas tecnologías para la captación de clientes a través de una estrategia agresiva de publicidad en redes sociales. Además de impulsar el uso del comercio electrónico y las ventas bajo pedidos, esto trae para el restaurante un impacto positivo a mediano plazo pues incrementaría su cartera de clientes, por consiguiente su rentabilidad al incluir las tecnologías como parte de su actividad publicitaria con el uso frecuente de Instagram Facebook y otras redes.

4.1.2.5 Factor Ecológico

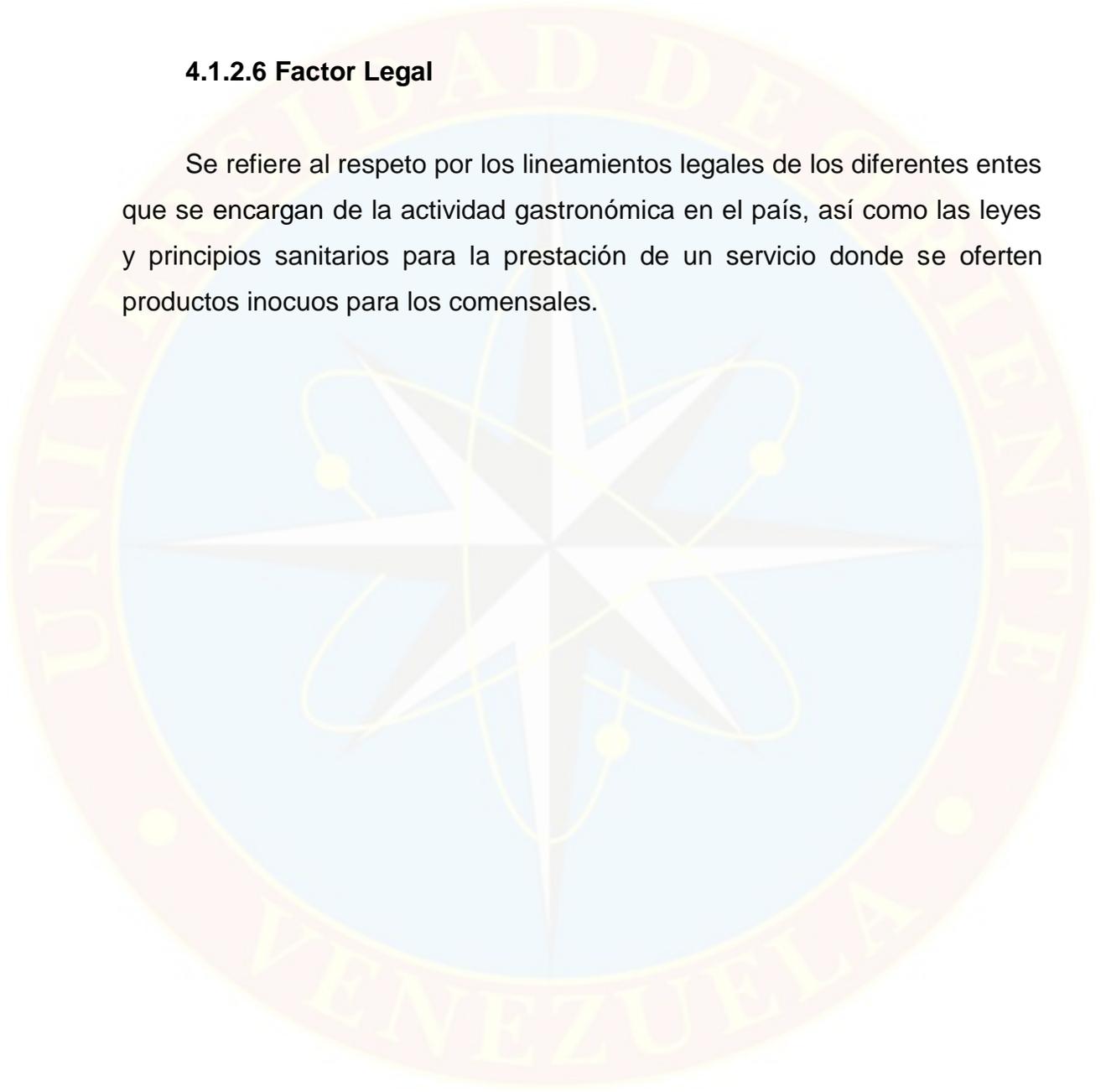
Venezuela es un país rico en sus costumbres y tradiciones así como de gran belleza en sus paisajes, que además posee una diversidad ecológica y variedad de productos naturales. La gastronomía sin duda alguna permite aprovechar de manera correcta las ventajas de contar con productos o insumos de un clima estable, con producción durante casi todo el año. Dando como resultado una cocina innovadora, pero que además puede adaptarse a cualquier estilo gastronómico que en este momento en boga en el momento. Por lo cual el restaurant se ve beneficiado al contar durante todo el año con los ingredientes necesarios sin necesidad de importación que elevan los costos de producción, pues los ingredientes que usan para la preparación de sus menús son de cosecha nacional y por lo general muy fresco directamente de productores nacionales.

En este orden de ideas también se fomenta en el restaurant una cultura ecosustentable en los clientes internos y externos, es decir se concientiza a la población para incrementar el consumo de productos orgánicos, se le da el

gusto del sazón casero y la auténtica comida italiana, el sabor de la pasta fresca, pizza horneadas a leña, entre otros.

4.1.2.6 Factor Legal

Se refiere al respeto por los lineamientos legales de los diferentes entes que se encargan de la actividad gastronómica en el país, así como las leyes y principios sanitarios para la prestación de un servicio donde se oferten productos inocuos para los comensales.



Cuadro N° 3. Matriz PESTEL

| Factor | | Detalle | Plazo | | | Impacto |
|--------------------|---|--|-------|---------|-------|---------|
| | | | Corto | Mediano | Largo | |
| Político | Poca afluencia de clientes extranjeros | Por la situación país y las políticas turísticas poco atractivas, se ha visto reducida la afluencia de clientes extranjeros en el municipio y por ende en el restaurant. | | X | | Malo |
| Económico | PIB bajo | El PIB bajo es una consecuencia de la poca demanda en el sector gastronómico, por la situación país y pos pandemia. | | | X | Malo |
| Social | Estudiar lo que las personas desean | Estudiar el deseo de los clientes para así implementarlo en el restaurant, lo cual ha permitido la diversificación del menú ofertado. | | X | | Bueno |
| Tecnológico | Mejorar en la parte tecnológica | Hacer uso de nuevas tecnologías para la captación de clientes a través de una estrategia agresiva de publicidad en redes sociales. Además de impulsar el uso del comercio electrónico y las ventas bajo pedidos. | | X | | Bueno |
| Ecológico | Fomentar una cultura ecosustentable en nuestros clientes internos y externos. | El consumo de productos orgánicos libres de químicos y pesticidas, así como también el uso adecuado del agua y energía eléctrica, así como los desechos sólidos | X | | | Bueno |
| Legal | Seguir los lineamientos legales | Seguir los lineamientos legales de los diferentes entes que se encargan de la actividad gastronómica. | | X | | Bueno |

En el cuadro 3, referente a la matriz Pestel se muestran los factores externos que afectan a la empresa objeto de este estudio y que son importantes para el análisis, como: factores políticos, económicos, tecnológicos, sociales ecológicos o ambientales y legales, donde se pudo apreciar que entre los aspectos que causan impacto negativo en el negocio vienen de la mano de los factores políticos, social, económico y legal, pues el alto costo de las tarifas de los impuestos municipales afecta directamente las finanzas y gastos, ya que no se cuenta con la producción necesaria para cubrir el pago de los tributos municipales. El reciente aumento de la tasa de aseo urbano mantiene en vilo la organización aunado a las multas en caso de no pagar en el tiempo establecido.

Como consecuencia de la hiperinflación, la organización se ha visto en la obligación de ajustar el precio de sus menús para así poder cubrir el monto invertido en materia prima. Las regulaciones bancarias en el pago por mantenimiento de punto de venta representan un 7% de lo que se registra en cada unidad de punto por lo cual en muchas ocasiones es preferible el cobro a través de otros medios como efectivo, pago móvil o transferencias. Así mismo los impuestos, crisis financiera, ha producido un descenso de su clientela ya que a pesar que mantienen un precio accesible en competencia al mercado no todo el público puede acceder a él.

Es preciso decir que en tiempos de pandemia buscando una alternativa al público objetivo se procedió a ofertar el servicio a través de delivery con distribución en la zona centro y Juanico de Maturín, así se benefició la parte productiva y obtuvieron mejores niveles de ingreso.

Cabe destacar que la empresa emplea el uso de correo electrónico (para realizar pedidos y mantener comunicación oficial con algunos clientes

empresas y proveedores), además usan Instagram y otras redes sociales como medios publicitarios, la implementación de estos es lograr desempeñar de manera más eficaz y eficiente las labores diarias de la empresa sin sobrecargar al personal. Sin embargo, se evidencia que descuidan el área administrativa a diario ya que no poseen un sistema que les permita llevar un control sobre las entradas, salidas e inventario.

Recientemente como campaña de prevención y cuidado al medio ambiente se eliminaron el uso de globos en la decoración de los diferentes espacios, para la decoración se trabaja con material reciclable y se guarda para la reutilización de acuerdo a la temporada del año. No se usan materiales tóxicos ni de olores fuertes y se mantienen un ambiente natural con plantas aunque poseen aire acondicionado.

En su estructura legal cuenta con la permisología necesaria para el funcionamiento, como permisos sanitarios y certificados de manipulación de alimentos y de salud para cada uno de sus empleados, brinda a sus trabajadores seguridad laboral, salarios dignos. El personal cuenta con conocimientos en gastronomía italiana, siendo los primeros clientes del restaurant, consumen lo que se oferta al público, por ende avalan la integridad de la prestación del servicio y la calidad de los productos.

4.2 INFLUENCIA DEL MODELO FINTECH COMO ACELERADOR EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A, DURANTE EL AÑO 2023

La Fintech ha revolucionado la forma en que las empresas como Two Chefs Maturín, C.A, realiza sus transacciones financieras, ofreciendo soluciones innovadoras a través de plataformas digitales que han facilitado y

agilizado las operaciones comerciales. Al respecto, de acuerdo a los resultados mostrados en el cuadro 4, se tiene la siguiente lista de cotejo:

Cuadro N° 4. Lista de Cotejo de Modelo Fintech como acelerador en el Comercio Electrónico

| Observables | Respuestas | | Observaciones |
|--|------------|----|---|
| | Sí | No | |
| 1. Cuenta con cuenta bancaria tradicional | 5 | 0 | |
| 2. Paga los sueldo y otras bonificaciones a través de aplicaciones tecnológicas, mediante cálculos ejecutados a través de Excel. | 3 | 2 | A pesar que la empresa cancela nóminas por la banca tradicional, sus empleados afirman que también pagan en efectivo los bonos de productividad o propinas a los mesoneros. |
| 3. Cuenta con una cuenta digital (open banking) | 5 | 0 | El 100% desconoció el término open banking indicando que no cuentan con una cuenta digital, sin embargo la cuenta de la empresa es digital y se maneja a través de la aplicación del banco. |
| 4. Posee alguna aplicación para el intercambio de dinero | 5 | 0 | El 100% los entrevistados coinciden en que participan en el menudeo de divisas, principalmente la app BdV. Los socios afirman haber comprado divisas a través de la plataforma del banco Venezuela. |
| 5. Realiza intercambio de divisas a través de plataformas digitales | 5 | 0 | |
| 6. Realiza el pago de facturas a través de plataformas digitales | 5 | 0 | |
| 7. Realiza inversiones a través aplicaciones tecnológicas | 2 | 3 | Los encuestados afirman que no realizan inversiones a través aplicaciones tecnológicas. |
| 8. Usa portales web para las finanzas de la empresa | 5 | 0 | |
| 9. Realiza ventas a través de redes sociales y aplicaciones | 5 | 0 | Indican que promocionan sus productos y realizan ventas a través de las redes |
| 10. Acude a entidades bancarias para gestiones empresariales | 2 | 3 | Solo los dueños de la empresa acuden a realizar este tipo de operaciones o gestiones en la banca tradicional |
| 11. Realiza compra de mercancía a través redes sociales y aplicaciones | 3 | 2 | |
| 12. Realiza ventas/compras con criptomonedas como medio de pago | 5 | 0 | |

| | | | |
|--|---|---|---|
| 13. Realiza ventas/compras con PayPal como medio de pago | 5 | 0 | |
| 14. Realiza ventas/compras con zelle como medio de pago | 5 | | |
| 15. Realiza ventas/compras con punto de venta como medio de pago | 5 | 0 | |
| 16. Realiza ventas/compras con autenticación biométrica como medio de pago | 5 | | Cuentan con biopago de BdV |
| 17. Realiza ventas/compras con transferencias bancarias como medio de pago | 5 | 0 | La totalidad respondió que mantienen transferencia como medio de pago para compras y ventas |
| 18. Realiza ventas/compras con divisas en efectivo como medio de pago | 5 | 0 | |
| 19. Uso de aplicaciones móviles para gestión, consulta y/o control de gasto de las cuentas bancarias de la empresa | 5 | 0 | |

Fuente: El investigador, 2023.

Grafica N°1. Modelo Fintech Como Acelerador Del Comercio Electrónico En La Empresa Two Chefs Maturín C.A.



Como se puede apreciar en la gráfica anterior, en primer lugar, la automatización de procesos financieros ha permitido que el restaurant pueda reducir costos operativos en cuanto a la impresión de facturas o documentos repetidos y aumentar su eficiencia en la gestión financiera. Cabe destacar que ya no se realizan las facturas con un talonario de facturas como en el pasado cuando la empresa mandaba a ser los talonarios y estos a su vez tenían un original, una copia amarilla y una copia azul que eran destinadas para archivo y luego entregadas al contador. Ahora se imprime solo la original y la copia al cliente si este desea obtener su factura normal o personalizada, cuando el cliente se encuentra en el establecimiento, si el caso fuese que el cliente desarrolla su compra a distancia simplemente se le envía la factura digital. La empresa posee maquina fiscal y punto de venta para la facturación de los pedidos en el local.

Por consiguiente, pensando en el futuro y en la mejora continua las tareas como la facturación, el control de inventario, la gestión de pagos y la contabilidad pueden ser realizadas de manera más automatizada a través de plataformas Fintech, lo que a su vez libera tiempo y recursos que serán enfocados en otras áreas del negocio. Ya que en la actualidad por ser una empresa pequeña y con el área administrativa – contable un poco descuidada todo esto se maneja a través de Excel y no con un programa administrativo contable, que en consecuencia sería ideal para ellos como por ejemplo el sistema a2, Galac, Saint administrativo o contable, entre otros. Además también es recomendable la contratación de un contador interno o una persona que se encargue única y exclusivamente de esta área administrativa, donde se encuentra la facturación, cobros, pedidos, etc.

Es importante destacar que la personalización de servicios financieros ha permitido acceder a soluciones adaptadas a sus necesidades específicas.

Las plataformas Fintech ofrecen una amplia gama de productos y servicios financieros, como préstamos, líneas de crédito, seguros, gestión de tesorería, entre otros, que pueden ser personalizados según las necesidades y capacidades financieras de cada empresa. En la empresa hace uso de las líneas de crédito pues posee una cartera de clientes exclusivo a quienes le otorga crédito. Además también han concursado por licitaciones para empresas filiales de PDVSA en o para eventos especiales donde han ganado para ser los que ofrezcan el servicio de catering, el cual puede ser considerado como financiamiento ya que la empresa cliente paga un adelantando y cancela la totalidad facturada luego de recibir el servicio.

Las plataformas Fintech han simplificado y acelerado los procesos de pago y cobro, lo que ha mejorado la experiencia del cliente y ha contribuido a aumentar las ventas y la fidelización de los clientes. En cuanto a los beneficios específicos, el uso de la Fintech en el comercio electrónico ha permitido a la empresa pueda acceder a financiamiento de manera más rápida y sencilla a través de la banca pública y privada, así mismo la empresa puede tener actualmente su cuenta en divisas, lo que le permite vender y comprar en moneda extranjera estadounidense. Las plataformas Fintech ofrecen alternativas de financiamientos ágiles y flexibles, que se adaptan a las necesidades de liquidez, sin requerir largos trámites burocráticos como los que suelen implicar los bancos tradicionales.

4.3 BARRERAS A LAS CUALES SE ENFRENTA EL MODELO FINTECH PARA EL DESARROLLO SUSTENTABLE DE LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A, DURANTE EL AÑO 2023.

Las barreras que enfrenta el modelo Fintech para el desarrollo sustentable pueden ser diversas y presentar desafíos significativos. Al

respecto se pueden visualizar los siguientes resultados en el cuadro 5, referente a las barreras que enfrenta el Modelo Fintech para el desarrollo sustentable:

Cuadro N° 5. Barreras que enfrenta el Modelo Fintech para el desarrollo sustentable

| Barreras | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. Flexibilidad en la norma actual para los emprendedores Fintech | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 |
| 2. Alianzas estratégicas para crear soluciones innovadoras | 0 | 2 | 3 | 0 | 0 |
| 3. Mejorar la educación tecnológica y financiera | | | 3 | 2 | |
| 4. Aumentar la disponibilidad de activos informáticos para la creación de nuevos productos, | | | | | 5 |
| 5. Superar la brecha digital y las poblaciones que viven en zonas de difícil acceso | | | | 5 | |
| 6. Asegurar los recursos necesarios para crecer dentro del sector | | | | | 5 |
| 7. Desarrollar la estructura de blockchain para el Bolívar Digital | | 4 | 1 | | |
| 8. Incrementar los estándares de Open Banking para evitar la concentración en el sector | | | 5 | | |
| 9. Mantener y reforzar la reputación global de la industria Fintech para la transformación de los servicios financieros. | | | 2 | 3 | |
| 10. Reconocimiento e implementación de nuevas tecnologías | | | | 5 | |

Una de las principales barreras es la falta de conocimiento y comprensión sobre las nuevas tecnologías financieras por parte de los empleados de esta empresa de manera general y en específico de sus dueños quienes manejan cierta información pero se demostró gran desconocimiento en cuanto al tema.

Muchas personas suelen no estar familiarizadas con las plataformas Fintech, lo que puede dificultar su adopción y utilización efectiva. La educación y capacitación sobre el uso responsable de las Fintech es fundamental para superar esta barrera.

Además, la seguridad de los datos financieros es una preocupación importante para la mayoría de los dueños de empresas al utilizar plataformas Fintech. La protección de la información financiera propia y de sus clientes es crucial, por lo que la falta de confianza en la seguridad de las plataformas Fintech puede ser una barrera significativa para su adopción.

Otra barrera importante es la regulación y el marco legal en torno a las Fintech. Las leyes y regulaciones financieras pueden variar según el país o región específica, lo que puede generar incertidumbre para algunos dueños de empresas que desean utilizar estas plataformas. La falta de claridad en las regulaciones puede dificultar la adopción de las Fintech y limitar su desarrollo sostenible.

Además, la integración de las plataformas Fintech con los sistemas existentes para las empresas pasa a ser un desafío. Muchas empresas pueden tener sistemas financieros y contables establecidos, lo que dificulta la adopción de nuevas tecnologías financieras. La falta de interoperabilidad entre las plataformas Fintech y los sistemas existentes puede ser una barrera significativa para su implementación. Cabe destacar que en específico en la empresa se tiene la intención de ir paso a paso mejorando, pero aún hay muchos de sus procedimientos que se ejecutan de manera muy simple a través de Excel, mientras que si han ido implementando el uso de pago móvil, en la actualidad aceptan transferencias en monedas extranjera o virtuales, entonces existe la voluntad de modernizar sus procesos, lo que

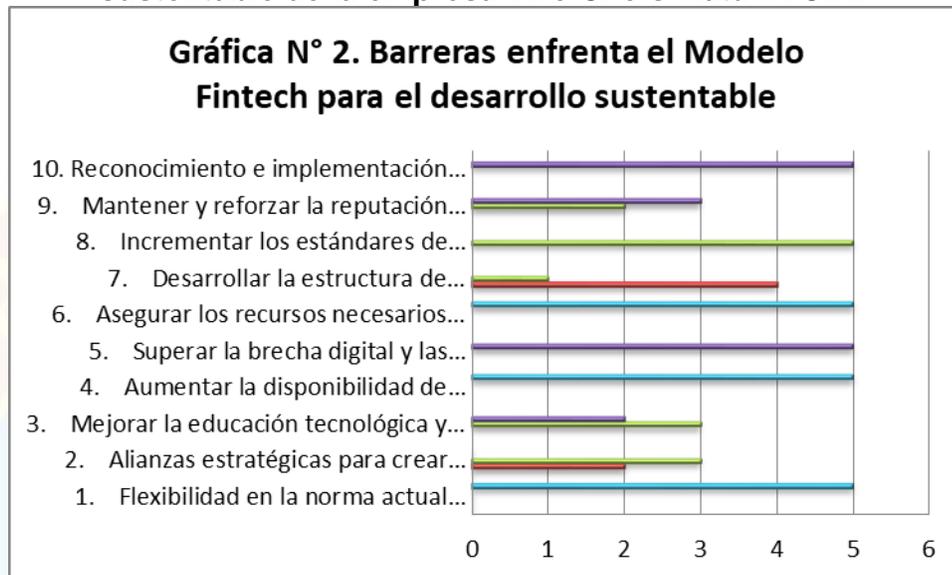
necesitan es la asesoría adecuada en cuanto al cómo hacerlo de manera eficiente.

Por otro lado, el acceso a la tecnología y la conectividad también puede ser una barrera para las pymes del Municipio Maturín, especialmente en regiones o sectores donde la infraestructura tecnológica es limitada. La falta de acceso a internet de alta velocidad o la carencia de dispositivos tecnológicos puede dificultar la adopción de las Fintech y limitar su impacto en el desarrollo sustentable del restaurant.

Finalmente, la resistencia al cambio y la cultura organizacional pueden ser barreras importantes para la adopción de las Fintech en el restaurant, ya que están acostumbrados a procesos financieros tradicionales y por lo tanto hablar de Fintech muestra resistencia a adoptar nuevas tecnologías. Por lo cual es de considerar que la necesidad de cambiar la mentalidad y la forma de operar puede ser un desafío significativo para la implementación exitosa de las Fintech.

Dicho de otra forma, las barreras que enfrenta el modelo Fintech para el desarrollo sustentable del restaurant incluyen la falta de conocimiento y comprensión, preocupaciones sobre seguridad y regulación, integración con sistemas existentes básicos como Excel, acceso a la tecnología y resistencia al cambio. Superar estas barreras es crucial para maximizar el impacto positivo de las Fintech en el comercio electrónico y en la economía en general. Al respecto la siguiente gráfica:

Grafica N° 2. Barreras que enfrenta el Modelo Fintech para el desarrollo sustentable de la empresa Two Chefs Maturín C.A.



4.4 MATRIZ DE PRIORIZACIÓN PARA LA APLICABILIDAD DEL MODELO FINTECH, EN PRO DE LA OPTIMIZACIÓN DE LAS TRANSACCIONES COMERCIALES DE LA EMPRESA TWO CHEFS MATURÍN, C.A

La Matriz Eisenhower, también conocida como la matriz de administración del tiempo de Eisenhower, toma su nombre del General y Presidente de los Estados Unidos, Dwight D. Eisenhower. Se dice que él utilizó esta herramienta para priorizar sus tareas y tomar decisiones estratégicas durante su mandato.

La matriz se popularizó a partir de una cita atribuida a Eisenhower que dice: "Lo que es importante rara vez es urgente, y lo que es urgente rara vez es importante". Sin embargo, no existe evidencia concluyente de que Eisenhower haya desarrollado esta matriz específicamente. A pesar de esto,

su nombre se ha asociado con la herramienta como resultado de su reputación por ser un líder efectivo y organizado.

La matriz de priorización es una herramienta que permite comparar y seleccionar entre ciertos problemas y lo más importante de esta matriz es que ayuda a seleccionar una opción considerando una lista de alternativas basadas en ciertos criterios. Considerando que un criterio es un parámetro que se toma de referencia para evaluar las prioridades y sobre esto poder tomar una decisión consensuada. También facilita la mejor asignación de los recursos escasos que se poseen, para que sean usados según las prioridades que se presentan.

La matriz se ha convertido en una herramienta comúnmente utilizada en la gestión del tiempo y la toma de decisiones, tanto en entornos profesionales como personales. Su simplicidad y eficacia para priorizar tareas la han convertido en una herramienta popular en la planificación y organización.

En resumen, la Matriz Eisenhower representa un análisis y estrategia para pasar a la acción y organización de las tareas de una manera más sencilla. Usando la matriz de decisiones se pueden separar las acciones en función de cuatro posibilidades:

- Urgente e importante (tareas que harás inmediatamente)
- Importante, pero no urgente (tareas que programarás para hacer más tarde)
- Urgente, pero no importante (tareas que delegarás en otra persona)
- Ni urgente ni importante (tareas que eliminarás)

Además, esta herramienta también es conocida como Diagrama de Priorización. Es usada especialmente en el campo de la calidad. Resulta muy útil para elegir una alternativa entre varias posibilidades. Por lo tanto, una matriz de priorización se aplica para:

1. Identificar cuáles serán los criterios de evaluación y su valoración

En primer lugar, la identificación de los criterios y su valoración es muy importante porque permite determinar su nivel de importancia. Sin ellos no se podría realizar el proceso de la priorización o la clasificación de criterios por orden de importancia.

Puesto que estos criterios y su valoración reflejan que tan importantes son todas las tareas que se esperan realizar. Al no tener estos parámetros no se puede hacer una correcta clasificación.

2. Clarificación de problemas

En segundo lugar, la clarificación de los problemas es fundamental, porque en la mayoría de las ocasiones no se pueden comprender los problemas con la transparencia necesaria. Sólo cuando se entienden los problemas se les puede dar la mejor solución.

3. Análisis de soluciones

En tercer lugar, se deben proponer alternativas de solución para los problemas. La matriz de priorización posibilita el planteamiento de soluciones

y proponer un plan. El plan determina la forma en que se llevará a cabo la aplicación de la solución.

4. Encontrar oportunidades de mejora

En cuarto lugar, se debe destacar que la mejora de los procesos y actividades es algo que siempre se debiera buscar. Pero especialmente cuando se están enfrentando problemas. La mejora es un objetivo al que siempre se debe aspirar.

Por consiguiente ante todo, la matriz debe elaborarse buscando alcanzar un objetivo claramente definido, como en el caso de esta investigación el objetivo sería Elevar la rentabilidad de la empresa Two Chefs Maturín, C.A con la optimización de las transacciones comerciales, bajo la adopción del modelo Fintech.

Continuando entonces con el listado de las opciones que se tienen para poder alcanzar el objetivo propuesto:

- Comprender las implicaciones de la adopción del modelo Fintech, por parte de los socios de la empresa.
- Poseer las herramientas y medios electrónicos para el manejo del comercio electrónico.
- Campañas publicitarias (marketing digital)
- Uso de transacciones electrónicas
- Ventas por delivery
- Ofertas y promociones según temporadas del año, a fin de mejorar las ventas.

- Promociones para empresas o grupos que puedan reservarse y cancelarse a través de diferentes medios de pago.
- Reparaciones y mantenimientos de los aires acondicionados.
- Reparación y mantenimiento de infraestructura y sanitarios.
- Pedidos y compra de insumos (hortalizas, carnes, verduras, frutas entre otros), bebidas gaseosas y alcohólicas.
- Pago de servicios básicos.
- Compra de productos de mantenimiento y limpieza.
- Pago de impuestos.
- Pago de nómina al personal.
- Capacitación laboral del personal.
- Celebración de cumpleaños de los empleados.
- Uso o acceso a la clave de Wifi para los empleados.
- Reenviar memes, fotos o información personal.
- Revisar propuestas para un rediseño de página publicitaria.
- Almuerzo o cena de fin de año con todos los empleados.

Luego de tener establecido esta lista de actividades se estiman los criterios que serán utilizados en función del objetivo esperado. Los mismos fueron establecidos por el investigador y los socios de la empresa. A continuación se crea una matriz de 2x2: dividiendo la matriz en "Urgente e Importante", "Importante pero no Urgente", "Urgente pero no Importante", y "Ni Urgente ni Importante; donde se clasificaron las actividades en los cuadrantes correspondientes:

Cuadro N° 6. Matriz Eisenhower



En relación a la matriz Eisenhower, es una matriz de priorización de actividades que en la actualidad representa una herramienta útil para la optimización del tiempo, es por ello, que se escoge esa matriz para gestionar el tiempo de manera eficiente lo cual puede ser complicado, cuando se inicia una tarea ya ha que pensar en las siguientes tareas que paralelamente se deben ir desarrollando.

Por fortuna, existe una herramienta, la matriz Eisenhower, que ayuda a implementar un proceso de trabajo ordenado y bien planificado.

La matriz Eisenhower es una herramienta de gestión del tiempo, como se menciona anteriormente, para distinguir las tareas que deben resolverse lo más pronto posible y las que pueden posponerse, delegarse a otro

responsable o, incluso, eliminarse de la lista de pendientes. Su finalidad es jerarquizar la carga de trabajo.

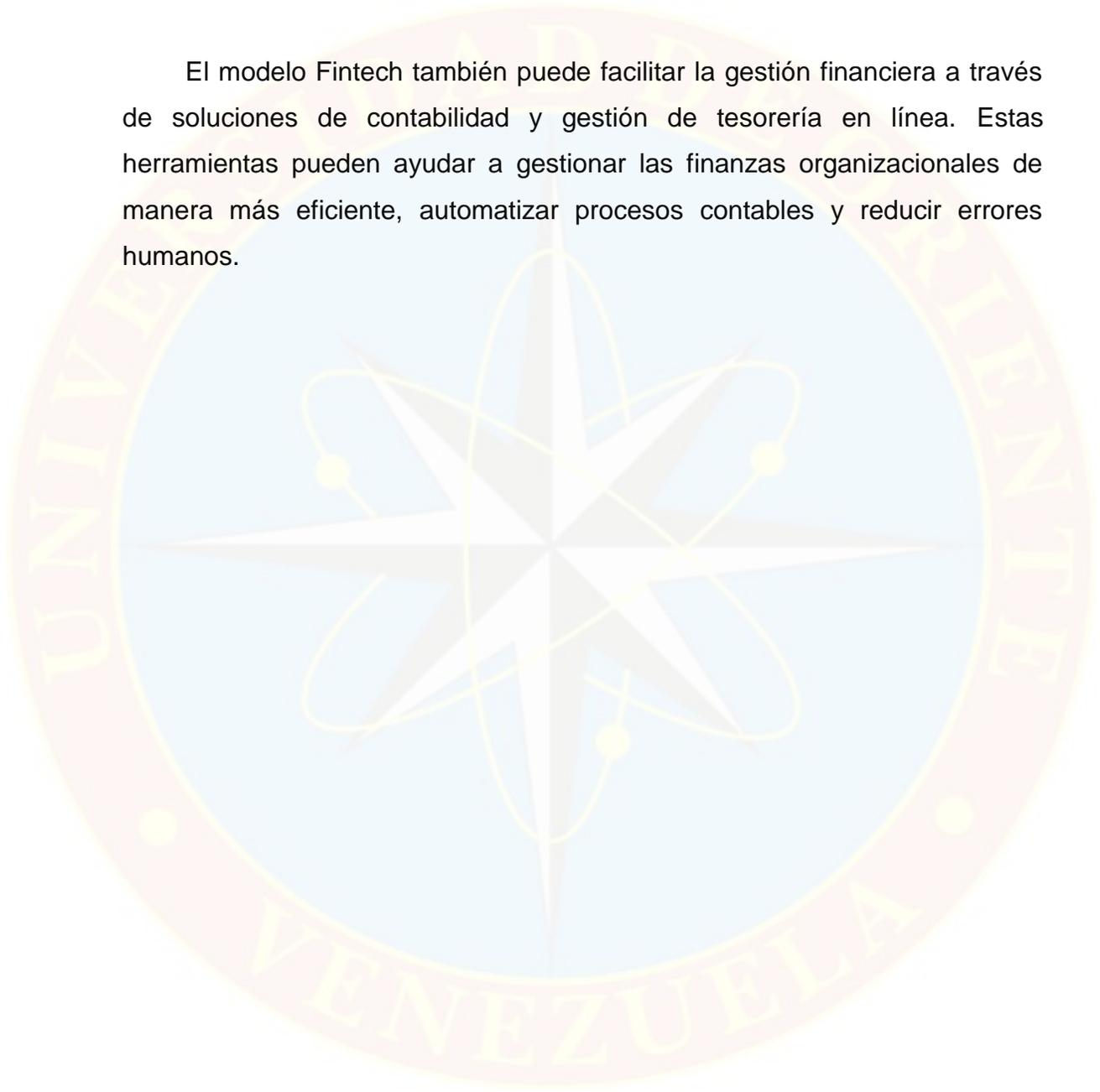
Por lo cual cabe mencionar a Stephen Convey, el experto en administración empresarial, quien retomó sus hábitos para crear la matriz Eisenhower, tal y como la conocemos en la actualidad, en su libro Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva.

En este orden de ideas, es necesario estar consciente que el modelo Fintech se refiere a la utilización de tecnologías financieras innovadoras para ofrecer servicios financieros de manera más eficiente, accesible y personalizada. Este modelo incluye una amplia gama de servicios, como préstamos peer-to-peer, pagos móviles, gestión de inversiones, entre otros. Estas tecnologías están diseñadas para mejorar la experiencia del cliente, reducir costos operativos y brindar acceso a servicios financieros a sectores de la población que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero. Por lo tanto se hace urgente e importante que los dueños o socios del restaurant Two Chefs Maturin , C.A. sean los primeros en entender e internalizar las implicaciones de la adopción del modelo Fintech, además que tienen que invertir para ganar a largo plazo, ya que es necesario poseer las herramientas y medios electrónicos para el manejo del comercio electrónico de la empresa.

El impacto del modelo Fintech en el comercio electrónico del restaurant es significativo. Pues en primer lugar, las plataformas Fintech ofrecen soluciones de pago más eficientes y seguras para celebrar las transacciones comerciales cotidianas que se generan en esta empresa. Esto incluye opciones de pago en línea, pago móvil, sistemas de facturación automatizados, entre otros. Estas soluciones permiten procesar

transacciones de manera más rápida y segura, lo que puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas de Two Chefs Maturín, C.A.

El modelo Fintech también puede facilitar la gestión financiera a través de soluciones de contabilidad y gestión de tesorería en línea. Estas herramientas pueden ayudar a gestionar las finanzas organizacionales de manera más eficiente, automatizar procesos contables y reducir errores humanos.



CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

La empresa Two Chefs Maturín, C.A, es una empresa dedicada al área de la gastronomía, destacando en su oferta de menús la comida italiana en específico las pizzas a leña. En relación a su funcionamiento operativo empresa destaca la calidad del servicio prestado y la inocuidad en los productos que prepara y sirven.

Otro aspecto evidente, es que existe resistencia al cambio, aún hay cierta disposición por parte de sus dueños a incurrir de lleno en el comercio electrónico, adoptando la filosofía Fintech. Sin embargo alguno de sus socios prefiere “guardar la plata bajo el colchón” y por el desconocimiento latente, y la desconfianza hacia la tecnología y las plataformas tecnológicas existentes en el país, lo cual conlleva a la utilización de algunas plataformas digitales como las que se aplican como medios de pago: pago móvil, transferencias, punto de ventas, etc.

A partir de la investigación, se evidencio es que si bien, hay personas en la empresa, que conocen de las Fintech, que están dispuestos a la aplicación y ampliación tecnológicas, no cuentan con las herramientas necesarias lo que implica una inversión que no todos están dispuestos a asumir y por ende es responsabilidad de todos los socios tomar conciencia de la importancia y necesaria aplicación de este modelo que a futuro les ayudara a incrementar los niveles de ventas.

El impacto del modelo Fintech en el comercio electrónico del restaurant es significativo. Pues en primer lugar, las plataformas Fintech ofrecen soluciones de pago más eficientes y seguras para celebrar las transacciones comerciales cotidianas que se generan en esta empresa. Esto incluye opciones de pago en línea, pago móvil, sistemas de facturación automatizados, entre otros. Estas soluciones permiten procesar transacciones de manera más rápida y segura, lo que puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas de Two Chefs Maturín, C.A.

El modelo Fintech también puede facilitar la gestión financiera a través de soluciones de contabilidad y gestión de tesorería en línea. Estas herramientas pueden ayudar a gestionar las finanzas organizacionales de manera más eficiente, automatizar procesos contables y reducir errores humanos.

Por último es necesario decir que la empresa objeto de estudio usa el modelo Fintech pero no en su totalidad y se evidencian pasos importantes para ser cada vez más una empresa Fintech, pues ante solo recibían pago en efectivo ahora se factura y cobra con tecnología (mediante plataformas de entidades financieras: pagos electrónicos), se hace la identificación de los clientes online (se hacen encuestas para ver la aceptación de los menús entre los clientes frecuentes) y se toman pedidos a distancia (se despacha con delivery).

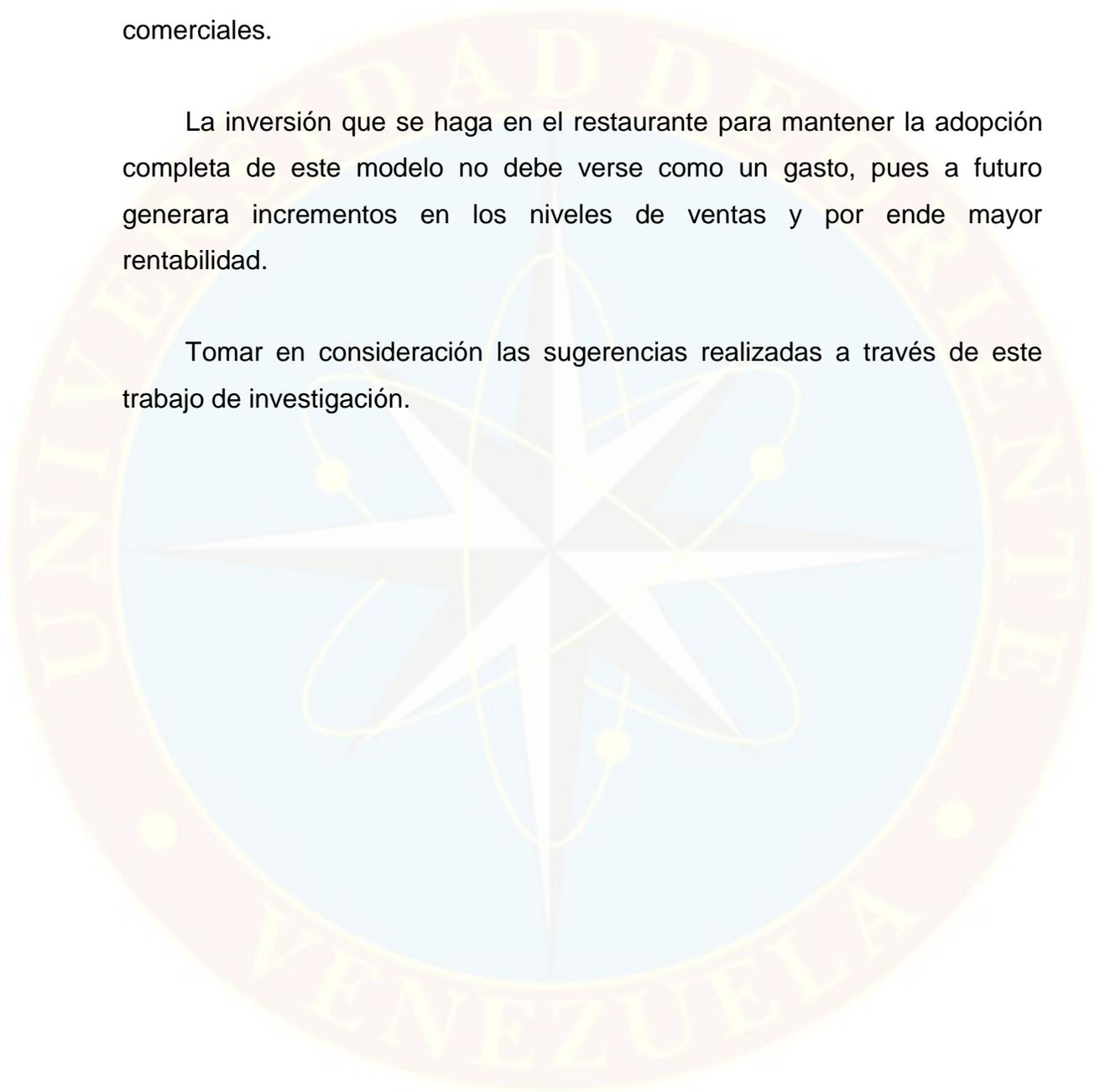
5.2 RECOMENDACIONES

Es necesario el reconocimiento e implementación de nuevas tecnologías.

Los socios de la empresa deben concientizarse de la importancia de la aplicación del modelo Fintech en la optimización de sus transacciones comerciales.

La inversión que se haga en el restaurante para mantener la adopción completa de este modelo no debe verse como un gasto, pues a futuro generara incrementos en los niveles de ventas y por ende mayor rentabilidad.

Tomar en consideración las sugerencias realizadas a través de este trabajo de investigación.



BIBLIOGRAFÍA

- Arias, Fidas. (2012). **El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica (6ª ed)**. Caracas: Episteme.
- Catacora, Fernando, (1998), **Sistemas y Procedimientos Contables**, Mc Graw Hill Interaericana de Venezuela.
- De Pablos, C., López-Hermoso, J., Martín-Romo, S., Medina, S. (2004). **Informática y Comunicaciones en la Empresa**. Universidad Rey Juan Carlos.
- Guzmán, A. (2013). **El proceso administrativo**. Página en línea <https://www.gestiopolis.com/el-proceso-administrativo>.
- La Rosa, E y Moreno, I. (2021), **“Análisis del uso y aplicación de las tecnologías de información y comunicación en la formación del Licenciado en Contaduría Pública”** para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública, en la Universidad de Oriente, Núcleo Monagas.
- Meigs, B y Meigs, W, (1999) **Contabilidad, La base para las Decisiones Gerenciales**, 10ma Edición, Mc Graw Hill Interamericana, Colombia.
- Ramírez, C., & Ramírez, M. (2016). **Fundamentos de la Administración**. Bogota.
- Perdomo, Abraham (2004). **Fundamentos de control interno**, Cengage Learning Editores.
- Villafañé, J. (1993). **Imagen positiva. Gestión estratégica de la imagen de las empresas**. Madrid: Pirámide.
- Sanz, M. A.; González, M. A. (2005). **Identidad corporativa, claves de la comunicación empresarial**. Madrid: ESIC.
- Molina, J. P. (2017) **Comunicación corporativa: guía de supervivencia**. Madrid: Editorial Grupo 5.

HOJAS METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 1/6

| | |
|---------------|---|
| Título | Estudio de la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A |
|---------------|---|

Autor(es)

| Apellidos y Nombres | Código CVLAC / e-mail | |
|-----------------------------------|------------------------------|-------------------------|
| López Guatarasma Bryan Alberto | ORCID | C.I: V-26.762.668 |
| | e-mail | balgbrian1999@gmail.com |

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres de un autor. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 Inicial Apellido2., Nombre1 Inicial Nombre2". Si el autor está registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el número de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores.

Palabras o frases claves:

| |
|---------------------------|
| Aplicabilidad |
| Modelo Fintech |
| Optimización |
| Transacciones Comerciales |

El representante de la subcomisión de tesis solicitará a los miembros del jurado la lista de las palabras claves. Deben indicarse por lo menos cuatro (4) palabras clave.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 2/6

Líneas y sublíneas de investigación:

| Área | Sub-área |
|-------------------------------------|--------------------|
| Ciencias Sociales y Administrativas | Contaduría Pública |
| | |

Debe indicarse por lo menos una línea o área de investigación y por cada área por lo menos una subárea. El representante de la subcomisión solicitará esta información a los miembros del jurado.

RESUMEN (Abstract):

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal Estudiar la aplicabilidad del Modelo Fintech, para la optimización de las transacciones comerciales de la empresa Two Chefs Maturín, C.A, por lo cual se realizó un diagnóstico inicial para establecer el funcionamiento operativo de la empresa y así determinar los factores que intervienen en la empresa en relación al uso del comercio electrónico, seguidamente de un diagnóstico para establecer la influencia del modelo Fintech como acelerador en el comercio electrónico para la empresa Two Chefs Maturín, C.A, durante el año 2023, donde se puede además señalar las barreras a las cuales se enfrenta el modelo Fintech para el desarrollo sustentable de la empresa objeto de este estudio, al establecer una matriz de priorización para la aplicabilidad del Modelo Fintech, en pro de la optimización de las transacciones comerciales. En tal sentido, se ejecutó una investigación de campo, de nivel descriptivo, en donde se trabajó con una población total de cinco personas y se aplicaron técnicas de recolección de información como: la observación, la revisión documental y las entrevistas. Se concluyó que el impacto del modelo Fintech en el comercio electrónico del restaurant es significativo. Pues en primer lugar, las plataformas Fintech ofrecen soluciones de pago más eficientes y seguras para celebrar las transacciones comerciales. Esto incluye opciones de pago en línea, pago móvil, sistemas de facturación automatizados, entre otros. Estas soluciones permiten procesar transacciones de manera más rápida y segura, lo que puede mejorar la experiencia del cliente y aumentar las ventas de Two Chefs Maturín, C.A. Por lo cual se recomienda tomar en consideración las sugerencias realizadas a través de este trabajo de investigación.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 3/6

Contribuidores:

| Apellidos y Nombres | Código CVLAC / e-mail | |
|-----------------------|-----------------------|--|
| Prof. Argelis Salazar | ROL | CA <input type="checkbox"/> AS <input checked="" type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input type="checkbox"/> |
| | ORCID | C.I: V- 14422354 |
| | e-mail | asalazar.udomonagas@gmail.com |
| Prof. Jonas La Rosa | ROL | CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/> |
| | ORCID | C.I: 18213941 |
| | e-mail | Jlarosa.udomonagas@gmail.com |
| Prof. Sandra Azocar | ROL | CA <input type="checkbox"/> AS <input type="checkbox"/> TU <input type="checkbox"/> JU <input checked="" type="checkbox"/> |
| | ORCID | C.I: 15633296 |
| | e-mail | sazocar.udomonagas@gmail.com |

Se requiere por lo menos los apellidos y nombres del tutor y los otros dos (2) jurados. El formato para escribir los apellidos y nombres es: "Apellido1 InicialApellido2., Nombre1 InicialNombre2". Si el autor está registrado en el sistema CVLAC, se anota el código respectivo (para ciudadanos venezolanos dicho código coincide con el número de la Cedula de Identidad). El campo e-mail es completamente opcional y depende de la voluntad de los autores. La codificación del Rol es: CA = Coautor, AS = Asesor, TU = Tutor, JU = Jurado.

Fecha de discusión y aprobación:

| Año | Mes | Día |
|------|-----|-----|
| 2024 | 05 | 27 |

Fecha en formato ISO (AAAA-MM-DD). Ej: 2005-03-18. El dato fecha es requerido.

Lenguaje: spa Requerido. Lenguaje del texto discutido y aprobado, codificado usando ISO 639-2. El código para español o castellano es spa. El código para inglés en. Si el lenguaje se especifica, se asume que es el inglés (en).

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso - 4/6

Archivo(s):

| |
|--------------------------|
| Nombre de archivo |
| NMOTTG_LGBA2024 |

Caracteres permitidos en los nombres de los archivos: **A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x
y z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 _ - .**

Alcance:

Espacial: _____ (opcional)

Temporal: _____ (opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciado en Contaduría Publica

Dato requerido. Ejemplo: Licenciado en Matemáticas, Magister Scientiarium en Biología Pesquera, Profesor Asociado, Administrativo III, etc.

Nivel Asociado con el trabajo: Licenciatura

Dato requerido. Ejs: Licenciatura, Magister, Doctorado, Post-doctorado, etc.

Área de Estudio:

Ciencias Sociales y Administrativas

Usualmente es el nombre del programa o departamento.

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente Núcleo Monagas

Si como producto de convenciones, otras instituciones además de la Universidad de Oriente, avalan el título o grado obtenido, el nombre de estas instituciones debe incluirse aquí.

Hoja de metadatos para tesis y trabajos de Ascenso- 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
CONSEJO UNIVERSITARIO
RECTORADO

CUN°0975

Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano
Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ
Vicerrector Académico
Universidad de Oriente
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI - 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.



Comunicación que hago, a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

JUAN A. BOLANOS CUMBELO
Secretario



C.C: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YOC/manuja

Hoja de metadatos para tesis y trabajos de Ascenso- 6/6

Derechos:

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del III semestre 2009, según comunicado CU- 34-2009) los trabajos de grado son de exclusiva propiedad de la universidad, y solo podrán ser usados a otros fines, con el consentimiento del consejo de núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al consejo universitario, para su autorización.



Br.: López G., Bryan A.
C.I: 26.762.688
Autor



Profa. M.Sc. Argelis Salazar
C.I: 14.422.354
Aesor