



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERÍA DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERÍA INFORMÁTICA Y DE SISTEMAS

TESIS

**“CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE
COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE
VENTAS EN LA EMPRESA ‘ELECTROCOM’, IQUITOS - 2022”**

AUTORES:

Bach. FERNANDO ROSPIGLIOSI RUIZ

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

Bach. MARCELO DAVID ROJAS FLORES

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO INFORMÁTICO Y DE SISTEMAS**

ASESOR: ING. ANGEL ALBERTO MARTHANS RUIZ, MG.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Angel Alberto Marthans Ruiz', is located in the bottom left corner of the page.

REGIÓN LORETO, PERÚ

2022

Dedicatoria

Dedico este trabajo de tesis a toda mi familia mi madre y padre por el apoyo incondicional y también el tiempo de dedicación a mi esposa, por siempre impulsarme a ser mejor y lograr con éxito mi carrera y por brindarme su soporte desde el primer día.

Fernando Rospigliosi Ruiz.

Dedico este trabajo a mi familia, a mis padres que sin ellos no hubiera sido posible lograr esta meta, a mi pareja Lucia por apoyarme en los momentos más difíciles dándome esos ánimos para no rendirme y a mi hijo Mateo por darme la fuerza y motivo para terminar mi carrera.

Marcelo David Rojas Flores.

Agradecimiento

En primer lugar, quiero agradecer a mi asesor Ing. Angel Marthans, quien con sus conocimientos y apoyo me guió a través de cada una de las etapas de este proyecto para alcanzar los resultados que buscaba.

También quiero agradecer a Universidad Científica del Perú por brindarme todos los recursos y herramientas que fueron necesarios para llevar a cabo el proceso de investigación. No hubiese podido arribar a estos resultados de no haber sido por su incondicional ayuda.

Por último, quiero agradecer a todos mis compañeros y a mi familia, por apoyarme aun cuando mis ánimos decaían. En especial, quiero hacer mención de mis padres, que siempre estuvieron ahí para darme palabras de apoyo y un abrazo reconfortante para renovar energías.

Muchas gracias a todos.

Fernando Rospigliosi Ruiz.

En primer lugar, agradecer a Dios ya que sin él no somos nada y poder darme la salud y la fuerza para poder lograr este objetivo, al Ing. Angel Marthans, porque aparte de asesor un gran maestro que me permitió lograr esta meta con sus consejos y enseñanzas.

También agradecer a mis padres Jesús y Selia por ayudarme a lograr esta meta ya que desde el primer día me apoyaron en todo ya sea en buenos y malos momentos, a mi pareja Lucia por darme esos ánimos de continuar, a mi hijo Mateo por darme las fuerzas y ya que por el estoy logrando esta meta de poder acabar mi carrera.

Por último, agradecer a cada persona que formo parte de este camino para lograr este objetivo de acabar la carrera sin más un abrazo y muchas gracias a todos.

Marcelo David Rojas Flores.

"Año del Fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

Con Resolución Decanal N° 572-2022-UCP-FCEI del 13 de junio del 2022, la FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP designa como Jurado Evaluador de la sustentación de tesis a los señores:

- | | |
|---------------------------------------------|------------|
| • Ing. Jimmy Max Ramírez Villacorta, Mgr. | Presidente |
| • Ing. Tonny Eduardo Bardales Lozano, Mgr. | Miembro |
| • Ing. Ronald Percy Melchor Infantes, Mgr.. | Miembro |

Como Asesor: Ing. Angel Alberto Marthans Ruiz, Mg.

En la ciudad de Iquitos, siendo las 08 am del día martes 11 de octubre del 2022, de manera Virtual, empleando la plataforma ZOOM y supervisado por la Secretaria Académica del programa Académico de Ingeniería de Sistemas de Información de la Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Científica del Perú, se constituyó el Jurado para escuchar la sustentación y defensa de la Tesis: **"CRYPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRONICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA ÉLECTROCOM"- IQUITOS 2022**

Presentado por los sustentantes: **MARCELO DAVID ROJAS FLORES Y
FERNANDO ROSPIGLIOSI RUIZ**


Como requisito para optar el título profesional de:
**INGENIERO INFORMÁTICO Y DE SISTEMAS E INGENIERO DE
SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas las que fueron: **ABSUELTAS**


El Jurado después de la deliberación en privado llegó a la siguiente conclusión:

La sustentación es: **APROBADO**

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.



Ing. Jimmy Max Ramírez Villacorta, Mgr
Presidente



Ing. Tonny Eduardo Bardales Lozano, Mgr.
Miembro



Ing. Ronald Percy Melchor Infantes, Mgr
Miembro

Contáctanos:

Iquitos - Perú
065 - 26 1088 / 065 - 26 2240
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

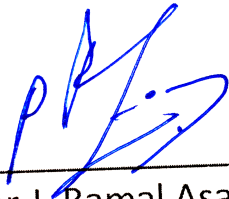
La Tesis titulada:

**“CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE
COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS EN
LA EMPRESA ‘ELECTROCOM’, IQUITOS - 2022”**

De los alumnos: **FERNANDO ROSPIGLIOSI RUIZ Y MARCELO DAVID ROJAS
FLORES**, de la Facultad de Ciencias e Ingeniería, pasó satisfactoriamente la
revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **1% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que
estime conveniente.

San Juan, 16 de Setiembre del 2022.







Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética – UCP

Document Information

Analyzed document	UCP_INGENIERIA_2022_TESIS_FERNANDOROSPIGLIOSI_MARCELOROJAS_V1.pdf (D143953911)
Submitted	2022-09-12 17:35:00
Submitted by	Comisión Antiplagio
Submitter email	revision.antiplagio@ucp.edu.pe
Similarity	1%
Analysis address	revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com

Sources included in the report

SA	Tesis Steven Badillo (2).docx Document Tesis Steven Badillo (2).docx (D142446030)		4
SA	Memoria+completa+Pablo+Saavedra+24-01-2021+Control+Plagio.docx Document Memoria+completa+Pablo+Saavedra+24-01-2021+Control+Plagio.docx (D128081144)		2
SA	ADELANTO TFM - PROCESO DE MODIFICACION Y CORRECCION 04-06-2018.docx Document ADELANTO TFM - PROCESO DE MODIFICACION Y CORRECCION 04-06-2018.docx (D39890506)		1
SA	MARTINEZ_PASCUAL_XB23279_20210706_2195_c032.pdf Document MARTINEZ_PASCUAL_XB23279_20210706_2195_c032.pdf (D110193729)		1

Entire Document

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA PROGRAMA ACADÉMICO DE INGENIERÍA INFORMÁTICA Y DE SISTEMAS TESIS "CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA 'ELECTROCOM', IQUITOS - 2022" PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN AUTORES: Bach. FERNANDO ROSPIGLIOSI RUIZ Bach. MARCELO DAVID ROJAS FLORES ASESOR: ING. ANGEL ALBERTO MARTHANS RUIZ, MG. REGIÓN LORETO, PERÚ 2022

2 Dedicatoria Dedico este trabajo de tesis a toda mi familia mi madre y padre por el apoyo incondicional y también el tiempo de dedicación a mi esposa, por siempre impulsarme a ser mejor y lograr con éxito mi carrera y por brindarme su soporte desde el primer día. Fernando Rospigliosi Ruiz. Dedico este trabajo a mi familia, a mis padres que sin ellos no hubiera sido posible lograr esta meta, a mi pareja Lucia por apoyarme en los momentos más difíciles dándome esos ánimos para no rendirme y a mi hijo Mateo por darme la fuerza y motivo para terminar mi carrera. Marcelo David Rojas Flores.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	02
Agradecimiento	03
Acta de sustentación de tesis	04
Constancia de originalidad del trabajo de investigación	05
Resumen	14
Abstract	15
Introducción	16
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	17
1.1 Antecedentes del estudio	17
1.1.1 Internacionales	17
1.1.2 Nacionales	18
1.2 Bases teóricas	20
1.2.1 Criptoactivo	20
1.2.2 Criptomoneda	21
1.2.3 Blockchain	22
1.2.4 Medio de Pago	23
1.2.5 Comercio Electrónico	23
1.2.6 Bitcoin	25
1.2.7 Ethereum	26
1.2.8 Smart Contracts	27
1.3 Definición de términos básicos	29
1.3.1 Criptografía	29
1.3.2 Billetera virtual	29
1.3.3 Moneda virtual	29
1.3.4 Moneda FIAT	30
1.3.5 NFT	30
1.4 Información de la empresa	31
CAPÍTULO II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	32
2.1 Descripción del problema	32
2.2 Formulación del problema	33
2.2.1 Problema general	33
2.2.2 Problemas específicos	33
2.3 Objetivos	33
2.3.1 Objetivo general	33
2.3.2 Objetivos específicos	34
2.4 Justificación de la investigación	34
2.5 Hipótesis	36
2.5.1 Hipótesis General	36
2.5.2 Hipótesis Específicas	36
2.6 Variables	37
2.6.1 Identificación de variables	37

2.6.2	Definición de las variables	37
2.6.3	Operacionalización de las variables	38
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA		39
3.1	Tipo y diseño de investigación	39
3.1.1	Tipo de investigación	39
3.1.2	Diseño de investigación	39
3.2	Población y muestra	39
3.2.1	Población	39
3.2.2	Muestra	40
3.3	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos	40
3.3.1	Técnicas de recolección de datos	40
3.3.2	Instrumentos de recolección de datos	40
3.3.3	Procedimiento de recolección de datos	41
3.4	Procesamiento y análisis de datos	41
3.4.1	Procesamiento de los datos	41
3.4.2	Análisis de los datos	42
CAPÍTULO IV. RESULTADOS		43
4.1	Resultados	43
4.1.1	Prueba de Normalidad	43
4.1.2	Contrastación de la Hipótesis	44
4.1.3	Estadísticos Descriptivos Kolmogorov-Smirnov	46
4.1.4	Estadísticos descriptivos – Frecuencias Pre Test	47
4.1.5	Estadísticos Descriptivos – Frecuencias Pre Test por Pregunta (Agrupada)	50
4.1.6	Estadísticos Descriptivos – Frecuencias Post Test por Pregunta (Agrupada)	64
4.1.7	Resumen de procesamiento de casos (Pre y Post test)	78
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		85
5.1	Discusión	85
5.2	Conclusiones	89
5.3	Recomendaciones	90
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		91
ANEXOS		93
	Anexo 01: Matriz de consistencia	94
	Anexo 02: Instrumento de recolección de datos	96
	Anexo 03: Capturas de pantalla de la plataforma de comercio electrónico	101

ÍNDICE DE CUADROS O TABLAS

Tabla 01: Operacionalización de variables	38
Tabla 02: Resumen de procesamiento de casos	43
Tabla 03: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	43
Tabla 04: Pruebas de Normalidad	44
Tabla 05: Pruebas No Paramétricas – Prueba de rangos con signo de Wilcoxon	45
Tabla 06: Rangos	45
Tabla 07: Estadísticos de Prueba	45
Tabla 08: Prueba de los signos	46
Tabla 09: Pruebas No Paramétricas	46
Tabla 10: Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra	46
Tabla 11: Frecuencias Pre y Post Test	47
Tabla 12: Frecuencias Pre Test (Agrupada)	48
Tabla 13: Frecuencias Post Test (Agrupada)	49
Tabla 14: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 1	50
Tabla 15: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 2	51
Tabla 16: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 3	52
Tabla 17: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 4	53
Tabla 18: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 5	54
Tabla 19: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 6	55
Tabla 20: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 7	56
Tabla 21: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 8	57
Tabla 22: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 9	58
Tabla 23: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 10	59

Tabla 24: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 11	60
Tabla 25: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 12	61
Tabla 26: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 13	62
Tabla 27: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 14	63
Tabla 28: Post Test (Agrupada) – Pregunta 1	64
Tabla 29: Post Test (Agrupada) – Pregunta 2	65
Tabla 30: Post Test (Agrupada) – Pregunta 3	66
Tabla 31: Post Test (Agrupada) – Pregunta 4	67
Tabla 32: Post Test (Agrupada) – Pregunta 5	68
Tabla 33: Post Test (Agrupada) – Pregunta 6	69
Tabla 34: Post Test (Agrupada) – Pregunta 7	70
Tabla 35: Post Test (Agrupada) – Pregunta 8	71
Tabla 36: Post Test (Agrupada) – Pregunta 9	72
Tabla 37: Post Test (Agrupada) – Pregunta 10	73
Tabla 38: Post Test (Agrupada) – Pregunta 11	74
Tabla 39: Post Test (Agrupada) – Pregunta 12	75
Tabla 40: Post Test (Agrupada) – Pregunta 13	76
Tabla 41: Post Test (Agrupada) – Pregunta 14	77
Tabla 42: Resumen Pregunta 1	78
Tabla 43: Resumen Pregunta 2	78
Tabla 44: Resumen Pregunta 3	79
Tabla 45: Resumen Pregunta 4	79
Tabla 46: Resumen Pregunta 5	80
Tabla 47: Resumen Pregunta 6	80

Tabla 48: Resumen Pregunta 7	81
Tabla 49: Resumen Pregunta 8	81
Tabla 50: Resumen Pregunta 9	82
Tabla 51: Resumen Pregunta 10	82
Tabla 52: Resumen Pregunta 11	83
Tabla 53: Resumen Pregunta 12	83
Tabla 54: Resumen Pregunta 13	84
Tabla 55: Resumen Pregunta 14	84

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

Figura 01: Mapa ubicación del local ELECTROCOM - Iquitos	31
Gráfico 01: Frecuencias Pre Test (Agrupada)	48
Gráfico 02: Frecuencias Post Test (Agrupada)	49
Gráfico 03: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 1	50
Gráfico 04: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 2	51
Gráfico 05: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 3	52
Gráfico 06: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 4	53
Gráfico 07: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 5	54
Gráfico 08: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 6	55
Gráfico 09: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 7	56
Gráfico 10: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 8	57
Gráfico 11: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 9	58
Gráfico 12: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 10	59
Gráfico 13: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 11	60
Gráfico 14: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 12	61
Gráfico 15: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 13	62
Gráfico 16: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 14	63
Gráfico 17: Post Test (Agrupada) – Pregunta 1	64
Gráfico 18: Post Test (Agrupada) – Pregunta 2	65
Gráfico 19: Post Test (Agrupada) – Pregunta 3	66
Gráfico 20: Post Test (Agrupada) – Pregunta 4	67
Gráfico 21: Post Test (Agrupada) – Pregunta 5	68
Gráfico 22: Post Test (Agrupada) – Pregunta 6	69
Gráfico 23: Post Test (Agrupada) – Pregunta 7	70

Gráfico 24: Post Test (Agrupada) – Pregunta 8	71
Gráfico 25: Post Test (Agrupada) – Pregunta 9	72
Gráfico 26: Post Test (Agrupada) – Pregunta 10	73
Gráfico 27: Post Test (Agrupada) – Pregunta 11	74
Gráfico 28: Post Test (Agrupada) – Pregunta 12	75
Gráfico 29: Post Test (Agrupada) – Pregunta 13	76
Gráfico 30: Post Test (Agrupada) – Pregunta 14	77

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, que se titula: “*CRIPATOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS, EN LA EMPRESA ‘ELECTROCOM’, IQUITOS – 2022*”, tuvo como objetivo general demostrar la mejora en la gestión de ventas, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, en la empresa ‘Electrocom’, de la ciudad de Iquitos - Perú.

Para el desarrollo de la investigación, se utilizó un enfoque descriptivo, realizándose un análisis estadístico descriptivo, a través de la recolección de datos, que sirvieron para comprobar la hipótesis y proponer una solución. El tipo de investigación fue aplicada, para establecer la relación entre las variables *Plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago* y *Gestión de Ventas*. El diseño de la investigación, fue pre experimental y se aplicaron encuestas en dos momentos de la investigación (pre y post test) a un solo grupo. La población fue de 06 trabajadores de la empresa Electrocom, correspondiendo la muestra del estudio, a la totalidad de la población. Se aplicó la técnica de la encuesta, a través de un cuestionario de 14 preguntas, para cuyo análisis e interpretación, se utilizó la escala de Likert.

Esta investigación y su respectivo análisis de datos, demuestran que la implementación de una plataforma de comercio electrónico que usa criptomonedas como medio de pago, produce un crecimiento en las ventas de la empresa, evitando los altos costos del sistema financiero.

PALABRAS CLAVE: Criptomonedas, Gestión de Ventas, Comercio Electrónico, Moneda digital, Blockchain.

ABSTRACT

The present research work, entitled: "CRYPTOMONEDAS AS A MEANS OF PAYMENT IN ELECTRONIC COMMERCE TRANSACTIONS AND ITS INFLUENCE ON SALES MANAGEMENT, IN THE COMPANY 'ELECTROCOM', IQUITOS - 2022", had as general objective to demonstrate the improvement in sales management, through the implementation of an electronic commerce platform that accepts transactions with cryptocurrencies as a means of payment, in the company 'Electrocom', in the city of Iquitos - Peru.

For the development of the research, a descriptive approach was used, performing a descriptive statistical analysis, through data collection, which served to test the hypothesis and propose a solution. The type of research was applied, to establish the relationship between the variables E-commerce platform with support for transactions with cryptocurrencies as a means of payment and Sales Management. The research design was pre-experimental and surveys were applied in two moments of the research (pre-test and post-test) to a single group. The population was 06 workers of the company Electrocom, corresponding the sample of the study to the totality of the population. The survey technique was applied, through a questionnaire of 14 questions, for whose analysis and interpretation, the Likert scale was used.

This research and its respective data analysis, demonstrate that the implementation of an e-commerce platform that uses cryptocurrencies as a means of payment, produces a growth in the sales of the company, avoiding the high costs of the financial system.

KEY WORDS: Cryptocurrencies, Sales Management, Electronic Commerce, Digital Currency, Blockchain.

INTRODUCCIÓN

Bajo la premisa de que “todo está en constante evolución”, la economía mundial presenta, cada cierto tiempo, aspectos innovadores que benefician a empresarios y consumidores. Desde la aparición del sistema financiero moderno, han existido productos que han cubierto las necesidades de una sociedad cada vez más consumista y más tendiente a lo material. Desde préstamos, hipotecas, tarjetas de crédito y una serie de recursos financieros, las personas las han aprovechado para adquirir bienes o servicios.

Pero este mundo financiero, no siempre ha traído beneficios a los consumidores. Los altos intereses y las diversas comisiones que gravan las compras o créditos, encarecen los productos que llegan al usuario final. Por ello, han resultado populares las alternativas que buscan evitar estas sobretasas, con el fin de tener un comercio libre y sin ataduras.

Una de estas alternativas, ha llegado de la mano de las criptomonedas, que son monedas digitales, que actualmente, están libres de regulación e intermediarios, lo que favorece un intercambio comercial más económico y seguro.

Pese a la gran popularidad que han alcanzado las criptomonedas, a los grandes beneficios que traen y a la gran penetración del internet en la vida de las personas, aún existen recelos sobre su seguridad y uso. El miedo a las estafas o a salir de lo tradicional, en países con poca cultura tecnológica como el nuestro, están impidiendo el desarrollo de estas divisas y su aplicación como medio de pago, en los diferentes comercios peruanos. Sin embargo, el futuro se pinta prometedor para quienes quieren aprovechar el uso de tecnología, en sus negocios y transacciones.

La empresa Electrocom, pendiente de esta realidad, viene adoptando una plataforma comercial, que usa las criptomonedas como medio de pago, para adaptarse a los nuevos tiempos en el mundo comercial y tecnológico.

En esta investigación, analizaremos la evolución de las criptomonedas y su uso como medio de pago digital, para incrementar el nivel de ventas de la empresa y reducir el nivel de desconfianza de sus clientes.

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1.1. Internacionales

Según, (MENDOZA TELLO, 2019), en su tesis titulada, **“Innovación disruptiva de las criptomonedas para la sociedad y el comercio electrónico”**, concluye que, las criptomonedas proveen tres características disruptivas: funcionalidad radical, nueva forma de propiedad y estándares técnicos discontinuos. Las utilidades y riesgos asociados con el uso de criptomonedas, tienen sus efectos en la aceptación y confianza del consumidor. Las ventajas de las criptomonedas, proporcionan las pautas para la creación de nuevos modelos de negocios. Desde esta perspectiva, las criptomonedas proveen la interfaz tecnológica y monetaria para la redistribución de productos y servicios en un mercado descentralizado. Sin embargo, el desconocimiento de esta tecnología y otros paradigmas de consumo colaborativo, impiden el aprovechamiento de todas las versatilidades para promover y gestionar emprendimientos que produzcan fondos con menores costos.

Según (ROSETO PAREDES, 2017) en su tesis titulada **“Uso de criptomonedas como medio de pago de las PYMES exportadoras”**, concluye que, la propuesta sobre el uso de las criptomonedas como medio de pago, no garantiza el éxito de una empresa a nivel internacional ni local. Esta es solo una herramienta más que la globalización provee y que forma parte de la innovación tecnológica, la misma que es uno de los tantos factores que una empresa requiere, para no solo posicionarse sino también para mantenerse y extenderse en los mercados. Para esto, es importante conocer las ventajas e inconvenientes que se puedan presentar al momento de usar monedas virtuales como medios de pago, las cuales

se desenvuelven en: las regulaciones, la libre oferta y demanda, la seguridad, la confianza y el alcance de mercado.

Según (MAIZA NÚÑEZ, y otros, 2014), en su tesis titulada: “**Estudio de factibilidad del uso de monedas virtuales como medio de pago en las transacciones para potenciar la actividad económica del Ecuador en el ámbito internacional**”, concluye que, el conocimiento de las monedas virtuales hoy en día, ha sido de mayor tendencia gracias al actual y concurrente uso a nivel global. Actualmente, se estima alrededor de 470 monedas virtuales vigentes, entre las cuales se destacan: *Bitcoin, Litecoin, Ripple, Dogecoin, Nxt, Peercoin, Darkcoin, Quark*, entre otras, sin dejar atrás la futura inclusión de una moneda digital ecuatoriana denominada *EcuadorCoin* y la moneda *Bitelia*, perteneciente a Google, para reducir la dependencia en un sistema de pagos incómodo y antiguo. Según datos de las encuestas realizadas, denota que el 66% de empresarios tienen conocimientos sobre las monedas virtuales que se emplean en los negocios internacionales. Los empresarios, están dispuestos a utilizar plataformas de comunidades digitales, cuyo medio de pago sean monedas virtuales, beneficiando sus actividades económicas, al incrementar sus ventas hacia mercados internacionales.

1.1.2. Nacionales

Según (ATME MENDOZA, y otros, 2020), en su tesis titulada: “**Las criptomonedas como medio de pago y su influencia en el comercio electrónico**”, concluye que, las criptomonedas como medio de pago, no generan una gran influencia en el comercio electrónico, debido a las características y funcionalidades actuales que poseen, entre ellas el valor volátil y la capacidad de servir como una reserva de valor, lo cual genera su poco uso por parte de las personas y la reducida implementación como medio de pago en las empresas. Sin embargo, una reducida parte del mercado digital, entre

ellas, el consumidor y las empresas, ya utilizan las criptomonedas como medio de pago, pero su uso todavía no está popularizado.

En relación con los tipos de criptomonedas más utilizadas en el comercio electrónico, podemos concluir que la criptomoneda más utilizada y precursora de los criptoactivos es el Bitcoin. En base al Bitcoin, se generaron diversos tipos de criptomonedas en la búsqueda de mejorar la experiencia en el usuario, siendo por ello, que cada criptomoneda actual en el mercado, tiene características y ofrece funcionalidades diferentes para cada público.

Según (CAINICELA VILLALOBOS, 2019), en su tesis titulada: **“Evaluación del Bitcoin como medio de pago electrónico y su impacto financiero y tributario en los establecimientos comerciales de Lima Metropolitana, año 2019”**, concluye que, el Bitcoin como medio de pago electrónico, impacta financieramente y tributariamente en los establecimientos comerciales de Lima Metropolitana, año 2019.

Esto, debido a que la hipótesis general fue analizada con todos los datos obtenidos de las tablas cruzadas y el Chi cuadrado, donde el valor crítico, dio como resultado una significancia menor a 0.05, esto significa que la hipótesis general es aceptada con un nivel de confianza del 95%.

Por otro lado, respecto al análisis cualitativo los expertos entrevistados, concluyeron el uso del Bitcoin como medio de pago impacta financieramente en los estados financieros de la empresa y tributariamente, en la determinación del impuesto a la renta.

Según (GRASSA FIGUEROA, 2018), en su tesis titulada: **“Análisis del dinero electrónico como medio de pago alternativo e instrumento para la inclusión financiera”**, concluye que, se ha demostrado que el dinero electrónico influye positivamente en el proceso de inclusión financiera en el Perú, lo cual implica que el dinero electrónico facilita la inclusión financiera. Se ha verificado que una

adecuada cultura de información, influye positivamente en el proceso de inclusión financiera en el Perú, considerando que los sectores de menores recursos, puedan acceder a un celular desde donde podrán tener la información a la mano, reduciendo barreras como la ubicación geográfica y, con ello, los altos costos asociados a los servicios financieros. La escasa información o difusión acerca del dinero electrónico, genera limitado manejo de este mecanismo y dificulta el proceso de inclusión financiera en Perú, afirmación sustentada en los resultados estadísticos obtenidos.

1.2. BASES TEÓRICAS

1.2.1. Criptoactivo

Un criptoactivo, es un medio digital de intercambio que utiliza criptografía fuerte, para asegurar las transacciones financieras, controlar la creación de unidades adicionales y verificar la transferencia de activos. Estas unidades digitales, son susceptibles de ser usadas como medio de pago en el intercambio de bienes y servicios, como depósito de valor y como unidad de cuenta. Usualmente, están denominadas en su propia unidad de cuentas y son guardadas, negociadas y transferidas electrónicamente. (GAFI, 2015)

En términos conceptuales, no jurídicos, como cualquier activo no financiero, puede ser un medio de pago, el cual podría asimilar a una permuta, siempre que sea aceptado por las partes que intervienen en la transacción, por lo que podría usarse para obtener bienes y servicios, que sirva como unidad de cuenta para un grupo de agentes y que logre guardar valor para su propietario. Para cumplir estos propósitos, dicho activo debe ser fungible, divisible, durable, fácil de verificar, difícil de falsificar, portable y fácil de transferir, y con un valor relativamente estable frente a los bienes y servicios de la economía. (GAITÁN LEÓN, 2019)

1.2.2. Criptomoneda

Según (GAFI, 2015), se refiere a una moneda virtual convertible descentralizada, basada en la matemática que está protegida por criptografía, es decir, incorpora principios de la criptografía para implementar una economía distribuida, descentralizada y segura de información. Criptomonedas depende de claves públicas y privadas para transferir el valor de una persona (individuo o entidad) a otra y debe ser firmada criptográficamente cada vez que se transfiere. La seguridad, integridad y el balance de libros de criptomoneda, está garantizada por una red de partes mutuamente desconfiadas (en Bitcoin, conocido como los mineros), quienes protegen a la red a cambio de la oportunidad de obtener honorarios distribuidos al azar (en Bitcoin, una pequeña cantidad de Bitcoins recién creados, llamados la "block reward" (bloques de recompensa) y en algunos casos, también honorarios de transacción pagados por los usuarios, como un incentivo para los mineros incluir sus transacciones en el siguiente bloque). Cientos de especificaciones de criptomoneda han sido definidas, sobre todo derivadas de Bitcoin, que utiliza un sistema de prueba de trabajo para validar las transacciones y mantener la cadena de bloque. Aunque Bitcoin proporcionó el primer protocolo de criptomoneda totalmente implementado, hay interés creciente en el desarrollo de métodos de pruebas alternativas potencialmente más eficientes, tales como los sistemas basados en la prueba de juego.

Las criptomonedas son archivos, bits con datos, como los populares PDF o MP3, que buscan cumplir todas las funciones que se le asignan al dinero tradicional, pero usando internet como medio de transmisión. Las criptomonedas son un tipo de moneda virtual con características particulares, que les permiten tener aplicación universal y más extendida. Lo que las hace especiales, es que minimizan los potenciales problemas de valor asociados a mundos virtuales en los que no operan las mismas reglas de escasez del mundo real. Son

especiales también porque funcionan sin intermediarios que validen las transacciones y, adicionalmente, porque en las versiones más populares son descentralizadas. Las criptomonedas se emiten y cambian de manos de forma descentralizada, utilizando criptografía para mantener fidelidad, además de tecnologías de registro o libros contables que son mantenidos y actualizados por miles de computadores, independientemente, para verificar que no existan usos duplicados. Dadas estas especiales características, las criptomonedas aspiran a tener las mismas funciones que el dinero electrónico y, por tanto, el dinero corriente. (Criptomonedas, economía y derecho, 2019)

1.2.3. Blockchain

Según (GAITÁN LEÓN, 2019), es un base de datos distribuida y conformada por cadenas de bloques, la cual está diseñada para evitar su modificación, después de realizar la publicación de un dato, usando un sellado de tiempo confiable, el cual es enlazado a uno de los bloques de la cadena.

Blockchain es un libro mayor descentralizado y transparente con los registros de transacciones, una base de datos que es compartida por todos los nodos de la red, actualizada por los mineros, monitoreada por todos y cuya propiedad y control no le pertenece a nadie. Es como una hoja de cálculo interactiva gigante, a la que todos tienen acceso y actualizaciones, y confirma que las transacciones digitales que transfieren fondos son únicas. Es un registro contable distribuido, descentralizado, público y encriptado, en el cual las personas pueden almacenar información y hacer transacciones seguras, sin la necesidad de intermediarios.

La información de las transacciones no está guardada en un archivo central, está representada por transacciones registradas en una hoja de cálculo global o libro mayor, que aprovecha los recursos de una

gran red *peer-to-peer* (punto a punto), para verificar y aprobar transacciones. (Blockchain y mercados financieros: aspectos generales del impacto regulatorio de la aplicación de la tecnología blockchain en los mercados de crédito de América Latina, 2018)

1.2.4. Medio de Pago

Un medio de pago, es un instrumento o bien que permite comprar un producto, contratar servicios o cancelar todo tipo de deudas.

Por tanto, podemos decir que es un bien, como el dinero, o un instrumento, como una tarjeta de crédito, que permite comprar algo o pagar una deuda.

El dinero, de hecho, sirve como medio de pago y como medio de cambio e incluso como forma de ahorro. En las últimas décadas, han nacido multitud de instrumentos considerados así y más con la proliferación de Internet. (ECONOMIPEDIA, 2020)

Antes del surgimiento del dinero, era el trueque lo que permitía que las mercancías fueran cambiadas entre sí. Con el tiempo, aparecieron las monedas y billetes. Estos tuvieron su antecedente en productos como la sal y después en los metales preciosos como el oro y la plata.

Pero todo es evolución y el dinero dio lugar a otras formas más sofisticadas de pagar bienes o contratar servicios. Las tarjetas de débito o crédito, son un claro ejemplo.

Con el desarrollo digital, hay otros instrumentos como las plataformas de pago de Internet. Todos ellos tienen el objetivo de facilitar las transacciones económicas.

1.2.5. Comercio Electrónico

Según (SOMALO PECIÑA, 2018), comercio electrónico significa el traslado de transacciones normales, comerciales, gubernamentales o

personales a medios computarizados, vía redes de telecomunicaciones, incluyendo una gran variedad de actividades.

Según (MARTIN, 2018), el comercio electrónico o *e-commerce* (*electronic commerce*), consiste en la compra y venta de información, productos y servicios a través de medios electrónicos, tales como Internet y otras redes informáticas, es decir, empleando las tecnologías de la información y la comunicación, que permiten que no sea necesario el contacto físico entre comprador y vendedor, para realizar dichos trámites.

Según (KERIN, y otros, 2012), suele denominarse comercio electrónico, a toda actividad en que se usa alguna forma de comunicación electrónica, en el almacenaje, intercambio, publicidad, distribución y pago de bienes y servicios.

Se le llama comercio electrónico, a todas las transacciones en internet, que una organización realiza con sus mercados a través de cualquiera de los siguientes formatos:

- B2B: Business to business o empresa a empresa.
- B2C: Business to consumer o empresa a consumidor.
- B2G: Business to government o empresa a gobierno.
- C2C: Consumer to consumer o consumidor a consumidor.
- C2B: Consumer to business o consumidor a empresa.
- C2G: Consumer to government o consumidor a gobierno.
- G2C: Government to consumer o gobierno a consumidor.
- G2B: Government to business o gobierno a empresa.
- G2G: Government to government o gobierno a gobierno.

De tal forma que el *e-commerce* puede darse de los tipos o formatos antes mencionados. Por supuesto, es importante señalar que las diferentes categorías, pueden ser combinadas.

1.2.6. Bitcoin

El Bitcoin es un tema bastante analizado en la actualidad, debido a su importante crecimiento en los últimos años y porque se trata de un sistema de dinero digital, que no cuenta con políticas de estado a nivel nacional o internacional. Tampoco los respaldan las corporaciones dedicadas a las transacciones financieras. Pero antes de avanzar, es importante saber cómo definen los estudiosos, a esta nueva moneda de cambio.

El Bitcoin, en palabras simples, se puede definir como la nueva moneda digital encriptada y descentralizada, impulsada por sus usuarios sin una autoridad o intermediarios, que se utiliza como factor de cambio, mediante el uso de la web.

También se define al Bitcoin, como la moneda virtual o criptomoneda, que sirve como medio de compra y venta de bienes o servicios entre las personas, sin tener en cuenta la nacionalidad o los límites geográficos a nivel mundial. (El Bitcoin: una revisión de las ventajas y desventajas de las transacciones comerciales con dinero virtual, 2021)

Lo que hace atractivo a este nuevo sistema de dinero, es el carácter limitado y la escasez absoluta de Bitcoin, convierten a la criptomoneda en un activo peculiar, con cualidades muy interesantes desde el punto de vista inversor relacionadas con su ratio rentabilidad-riesgo y su efecto diversificador.

Adicionalmente, el carácter disruptivo de su tecnología subyacente, la *blockchain*, y la atención que suscita entre grandes empresas tecnológicas y organismos gubernamentales, parece empujar más si cabe el interés por la criptomoneda.

1.2.7. Ethereum

De la misma manera que la red Bitcoin utiliza una moneda para funcionar, el Bitcoin, junto a ella hay otra red que se basa en los mismos principios para funcionar. Dicha red, cuenta con otra moneda que es la segunda más importante según la capitalización de mercado, la moneda de la red Ethereum, el Ether. (ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL, 2018)

Ethereum es algo más que una red monetaria. Descrita en 2013 en el *Whitepaper*¹ de *Vitalik Buterin*², un canadiense de ascendencia rusa, su propósito es muy diferente a Bitcoin.

Es una criptomoneda, del mismo modo que Bitcoin, pero su principal utilidad no es ser un medio de pago. Su objetivo no es ser «dinero». El Ether es combustible para un ordenador mundial.

En esencia, la red de Ethereum se diseña para dar un lugar de creación y gestión de los denominados *Smart Contracts*: código que mueve dinero en base a una condición. Para ello, se diseña un ordenador mundial, gigante, sin dueño, sin punto central de control, que ejecuta estos *Smart Contracts*.

Es decir, para que estos programas funcionen, se coordinan miles de ordenadores a lo largo del mundo que ejecutan el código y dan forma a este súper-ordenador. Código que, como todo lo que tiene más valor en *blockchain*, está descentralizado.

La tecnología *blockchain* de Ethereum, es similar a la del Bitcoin. Sin embargo, hay una diferencia importante en su objetivo y en sus capacidades. El Bitcoin, solo emplea una aplicación concreta de la tecnología *blockchain*. En última instancia, es un sistema electrónico

¹ Actualmente, un *Whitepaper* es un documento informativo que promueve o resalta las características de un producto, una solución o un servicio que ofrece u ofrecerá una empresa.

<https://www.jelpit.com/blog/empresas/marketing-digital/que-es-un-white-paper-para-que-sirve-y-como-elaborar-uno/>

² Vitálik Buterin es un programador y escritor ruso, conocido principalmente por ser el cofundador de Ethereum y el cofundador de Bitcoin Magazine.

de efectivo, que posibilita el pago en línea con Bitcoins. El *blockchain* de Ethereum, rastrea la propiedad de la moneda digital, pero también posibilita la ejecución de códigos de programación de una serie de aplicaciones descentralizadas.

Entre otras diferencias clave, destacan las siguientes:

- Los desarrolladores pueden recaudar fondos para sus propias aplicaciones con Ethereum. Pueden establecer contratos y solicitar garantías a sus miembros.
- Hay un número finito de Bitcoins disponible (se calcula que son unos 21 millones). La emisión de Ethereum, está limitada a 18 millones de unidades al año, lo que equivale al 25% de la oferta inicial. Por tanto, como la emisión absoluta es fija, la inflación relativa desciende año tras año.
- En lugar de minar Bitcoin, los mineros del Ethereum blockchain trabajan para conseguir ethers.
- El coste de las transacciones, se mide de varias formas. Este coste se denomina “gas”. Los costes de las transacciones, dependen del uso del ancho de banda, de los requisitos de almacenamiento y de su complejidad. En el caso del Bitcoin, las transacciones compiten entre ellas en plano de igualdad y están limitadas por el tamaño de los bloques.

1.2.8. Smart Contracts

La idea de los contratos inteligentes es más antigua de lo que podría pensarse. Ya a lo largo de la década de los 90, el jurista, informático y criptógrafo Nick Szabo³, trató ampliamente la tesis de los contratos inteligentes, definiéndolos como un protocolo de transacción

³ Nicholas Szabo es un científico informático, erudito legal y criptógrafo conocido por su investigación en contratos digitales y moneda digital.

computarizado, que ejecuta los términos de un contrato, que sirviera para dar lugar a unas relaciones contractuales donde el incumplimiento contractual fuera costoso para quien lo incumpliera. (Contratos inteligentes: Análisis jurídico desde el marco legal Español, 2020)

Elementos característicos más relevantes de los contratos inteligentes:

- **Naturaleza electrónica:** Se ha destacado que un contrato legal inteligente, se caracteriza por ser un acuerdo redactado, completa o parcialmente, en forma de código informático; por tanto, allí subyace la naturaleza electrónica de los mismos. En virtud de ello, podemos decir que los contratos inteligentes, son una variante de contratos electrónicos, caracterizados por autoejecutar los términos del contrato, en tanto se verifique lo estipulado en el mismo.
- **Carácter autoejecutable:** Desde un punto de vista estricto, los *smart contracts*, se constituyen en un protocolo o código informático, que se encarga de ejecutar de forma automática, los términos de un contrato, en tanto se verifique el cumplimiento de lo estipulado en dicho acuerdo. Podríamos decir que, esta es, sin lugar a duda, la nota más característica de los contratos inteligentes, ya que precisamente este carácter automático y autoejecutable, es el gran atractivo por el que se caracterizan los contratos inteligentes. De hecho, el adjetivo “smart” o “inteligente”, tiene su razón de ser en este carácter autoejecutable, si bien, no pocos han sido los que han llegado a afirmar que no son inteligentes en tanto, de por sí, no tienen capacidad para influir en los términos del propio contrato celebrado por las partes y que únicamente ejecutan lo programado.

1.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS

1.3.1 Criptografía: La Criptografía es una rama de las matemáticas que, al orientarse al mundo de los mensajes digitales, proporciona las herramientas idóneas, para solucionar los problemas relacionados con la autenticidad y la confiabilidad. El problema de la confidencialidad, se vincula comúnmente con técnicas denominadas de "encriptación" y la autenticidad, con técnicas denominadas de "firma digital", aunque la solución de ambos, en realidad, se reduce a la aplicación de procedimientos criptográficos de encriptación y desencriptación.

El uso de técnicas criptográficas, tiene como propósito prevenir algunas faltas de seguridad en un sistema computarizado. La seguridad, en general, se considera como un aspecto de gran importancia en cualquier corporación que trabaje con sistemas computarizados. El hecho de que gran parte de actividades humanas sean cada vez más dependientes de los sistemas computarizados, hace que la seguridad desempeñe una función protagónica. (La Criptografía como elemento de la seguridad informática, 2003).

1.3.2 Billetera virtual: Es un sistema de almacenamiento virtual de diferentes criptomonedas, el cual es utilizado como forma de transacción para el pago mediante este tipo de activos digitales. (GAITÁN LEÓN, 2019).

1.3.3 Moneda virtual: También llamada "Moneda digital", es una representación digital de valor, que puede ser comerciada de manera digital y funciona como un medio de intercambio; y/o una unidad de cuenta; y/o un depósito de valor, pero no tiene estatus de moneda de curso legal (es decir, cuando se presenta a un acreedor, es una oferta válida y legal de pago) en cualquier jurisdicción. No es emitida, ni garantizada por cualquier jurisdicción y cumple con las funciones anteriores sólo por acuerdo dentro de la comunidad de usuarios de la moneda virtual. (GAFI, 2015).

1.3.4 Moneda FIAT: Moneda fiat (también conocido como "moneda real," "dinero real" o "moneda nacional"), que es la moneda de moneda y papel de un país que es designada como su moneda de curso legal; circula; y es habitualmente utilizada y aceptada como un medio de intercambio en el país expedidor. Es distinta al dinero electrónico, que es una representación digital de moneda fiat utilizada para transferir electrónicamente el valor denominado en moneda fiat. Dinero electrónico es un mecanismo de transferencia digital para moneda fiat, es decir, electrónicamente transfiere el valor que tiene la condición de moneda de curso legal. (GAFI, 2015).

1.3.5 NFT: Los NFT (Non-Fungible Tokens), son activos digitales que básicamente son una extensión de esa misma idea. Antes conferíamos valor a bienes tangibles que podíamos tocar y ver (oro, sellos, obras de arte), y ahora lo hacemos cada vez más, a bienes intangibles que sobre todo vemos, pero probablemente no podemos tocar. Las criptodivisas son una aproximación a ese principio, pero los NFT van un poco más allá y aplican ese concepto de reserva de valor, a esos objetos más orientados al coleccionismo. (COLLINS DICTIONARY) define como NFT a un "certificado digital único, registrado en una cadena de bloques, que se utiliza para registrar la propiedad de un activo como una obra de arte o un objeto de colección". Con "cadena de bloques", se refiere a una *blockchain*, es decir, a una tecnología que permite la transferencia de datos digitales de forma codificada y descentralizada, lo que le asigna absoluta seguridad.

Por esta razón, el término *blockchain* siempre ha estado relacionado con el ámbito de las criptomonedas y, ahora, con este tipo de bienes digitales. Las siglas "NFT" aluden en inglés a token no fungible, que se refiere a un activo digital que no podrá consumirse, ni sustituirse. Se registran mediante un contrato inteligente, que les asigna un número único, lo que proporciona tranquilidad a su propietario frente a posibles réplicas. Este registro contiene los datos del propietario y del creador, lo que permite preservar por igual los derechos de autor. En resumen,

un NFT puede ser una imagen, un gráfico, un vídeo, música o cualquier otro contenido de carácter digital sobre el que alguien quiera tener posesión.

1.4. INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa “ELECTROCOM”, inició sus actividades en la ciudad de Iquitos desde el año 2012, bajo el número de RUC de su propietario, el señor Ranfort Soria Ruiz; dedicándose al rubro de Informática y Telecomunicaciones, con la venta al por mayor y menor de equipos informáticos y de conectividad de telecomunicaciones.

Tiene 2 locales. Su local principal en la ciudad de Iquitos y una sucursal en la ciudad de Moyobamba. Es en el local principal de la empresa, donde se realizó la presente investigación, sito en la calle Samanez Ocampo #702 en Iquitos.

Dentro de su división de roles internos, se puede diferenciar al personal administrativo o de gestión, conformado por tres (03) personas, quienes se ocupan de ver los temas relacionados con los proveedores, compras, pago de facturas, así también, los aspectos tributarios y contables, entre otros relacionados. Por otro lado, el personal operativo, conformado por tres (03) personas, quienes se ocupan de la atención a los clientes, las ventas y los despachos de mercaderías.

Figura 1: Mapa ubicación del local ELECTROCOM - Iquitos



Fuente: Google Maps

CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El uso masivo de internet, las redes sociales, el comercio electrónico y de la digitalización de la banca, ha acelerado la transformación digital de las empresas y ha cambiado la forma de “adquirir” de los consumidores.

Ya no es necesario pagar con cheques o dinero físico, hoy en día se realizan transacciones electrónicas, a través de la banca móvil, incluso a través de plataformas como PayPal, en donde puedes asociar una tarjeta de crédito, para realizar pagos o recibir pagos y transferir los fondos a tu cuenta bancaria.

Las criptomonedas como Bitcoin y Ethereum, han jugado un papel importante en la evolución de los medios de pago y transacciones electrónicas, tal es el caso que, a la fecha, se puede pagar por un producto físico o digital usando criptomonedas.

Muchas empresas grandes han adoptado el comercio electrónico hace muchos años, y hoy se encuentran migrando o extendiendo sus plataformas, para poder aceptar pagos mediante criptomonedas. Por su parte, las micro y pequeñas empresas, e inclusive los emprendedores, están adaptándose rápidamente a esta nueva tendencia, poniendo a disposición del consumidor, variedad de productos y servicios, así como también variedad de opciones de medios de pago, más allá de lo tradicional.

La empresa ELECTROCOM, con más de 10 años de operación en la ciudad de Iquitos, ha visto la oportunidad de adoptar nuevas tecnologías, con el objetivo de mejorar la gestión de sus ventas, impulsar su facturación, generar ingresos satisfactorios y asegurar la rentabilidad en la empresa. Para ello, ha creído oportuno implementar una plataforma de comercio electrónico, que acepte criptomonedas como medio de pago alternativo a

los medios de pago tradicionales. De esta manera, facilita a sus clientes habituales, un método de pago seguro y rápido, y para sus clientes potenciales, la novedad de una plataforma de comercio electrónico que acepta criptomonedas como medio de pago.

2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

2.2.1. Problema general

¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico, influyen en la mejora de la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022?

2.2.2. Problemas específicos

- ¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico, impulsan la facturación en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022?
- ¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico, generan ingresos satisfactorios en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022?
- ¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico, aseguran la rentabilidad en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022?

2.3. OBJETIVOS

2.3.1. Objetivo general

Demostrar la mejora en la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022.

2.3.2. Objetivos específicos

- Determinar el número total de facturas procesadas y pagadas en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022.
- Determinar el nivel de crecimiento mensual de las ventas en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022.
- Determinar el nivel de crecimiento del margen neto en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022.

2.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

En el aspecto **teórico**, la investigación sobre la implementación de una plataforma de comercio electrónico permitirá incrementar las ventas de la empresa, ya que no solo se trata de transacciones realizadas por personas, sino también de organizaciones.

En lo **práctico**, se justifica al proponer estrategias que al aplicarse contribuirán a la resolución de un problema; la implementación de un software como plataforma de comercio electrónico, que permite realizar transacciones con criptomonedas, nace de la idea de dar solución a una problemática conocida, que tiene que ver con la transformación digital de las empresas en el Perú.

En el aspecto **legal**, existen normas que regulan el comercio electrónico en el Perú, ya que es uno de los modelos de negocio más usados por los emprendedores a través de los diversos canales digitales por internet. (LINKEA TU ABOGADO, 2020).

Las principales leyes vigentes son:

- Ley Nro. 27291 – Manifestación de Voluntad: concede la utilización de medios electrónicos para manifestar la voluntad en contratos digitales usando firma electrónica en el Perú.
- Ley Nro. 29733 – Protección de Datos Personales y su Reglamento: regula las exigencias legales que debe cumplir una empresa que recibe, recopila, usa, solicita o suministra información sobre una persona natural.
- Ley Nro. 27269 – Firmas y Certificados Digitales: regula la utilización de la firma electrónica dotándola de la misma validez y eficacia jurídica que una firma escrita a mano.

En el tema de las criptomonedas, no existe una regulación específica en el Perú que ampare la oferta y/o promoción de criptomonedas o de tokens, los cuales, no cuentan con el respaldo de entidad gubernamental o supervisor financiero alguno; y, por tanto, las empresas que realizan tales ofertas y/o promociones, no están bajo supervisión. (MEF SMV, 2020).

En el aspecto **metodológico**, la presente investigación se justifica al saber que se propone una estrategia innovadora, segura y confiable para las transacciones de comercio electrónico con medios de pago alternativos, usando criptomonedas, y su apertura a mercados globales.

En lo **económico**, la realización de este proyecto, favorece a la empresa y a sus clientes, al tener un canal adicional para realizar sus compras a través de internet. La plataforma de comercio electrónico, se desarrolló con herramientas de software libre, permitiendo así un ahorro significativo para la empresa, al evitar el pago de licencias privativas comerciales. En este sentido, con una mínima inversión, la empresa podrá obtener ganancias sustanciales y además, una ventaja competitiva real que la ponga por delante de sus pares.

En el aspecto **tecnológico**, la presente investigación se justifica gracias a que las nuevas tecnologías, como *blockchain*, permiten a las empresas un adecuado proceso de cambio organizacional, mediante la adopción de las

mismas, alineadas a los objetivos de cada organización independiente de su tamaño o actividad. Los procesos sufren cambios o transformaciones, que van a permitir a las empresas abrirse a nuevos mercados y tendencias, experimentando de esta forma un real crecimiento dentro del ecosistema digital.

2.5. HIPÓTESIS

2.5.1. Hipótesis general

La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá mejorar la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022.

2.5.2. Hipótesis específicas

- La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá aumentar el número total de facturas procesadas y pagadas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022.
- La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá elevar el nivel de crecimiento mensual de las ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022.
- La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá elevar el nivel de crecimiento del margen neto en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022.

2.6. VARIABLES

2.6.1. Identificación de las variables

- ✓ **Independiente (X):** Plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago.
- ✓ **Dependiente (Y):** Gestión de ventas.

2.6.2. Definición de las variables

La variable independiente (X):

Plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, se define como el sistema de software, que permite las transacciones de ventas de productos y/o servicios, a través de medios de pago digitales o electrónicos, incluyendo soporte para transacciones con criptomonedas. (SOMALO PECIÑA, 2018).

La variable dependiente (Y):

Gestión de Ventas, se define como “el proceso personal o impersonal de ayudar y/o persuadir a un cliente potencial, para que compre un artículo o un servicio o para que actúe favorablemente, sobre una idea que tiene importancia comercial sobre el vendedor” (ACOSTA VÉLIZ, y otros, 2018). Este concepto, tiene una estrecha relación con la administración, ya que implica la unión de varias personas y procesos para un fin común, en este caso la venta.

2.6.3. Operacionalización de las variables

Tabla 01. Operacionalización de variables

Variables	Dimensión	Indicadores	Índices	Escala de medición
Independiente (X): Plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago.	Eficiencia	Nivel promedio de tiempo empleado en procesar una transacción con criptomonedas.	Alto: más de 15 minutos. Medio: entre 5 y 15 minutos. Bajo: menos de 5 minutos	Intervalo
	Efectividad	Nivel promedio de ocurrencia de fallos al procesar una transacción con criptomonedas.	Alto: más de 1 fallo. Medio: 1 fallo. Bajo: ningún fallo.	
	Usabilidad	Porcentaje de éxito al realizar correctamente una transacción con criptomonedas	Alto: más de 95%. Medio: entre 55% y 95%. Bajo: menos de 55%.	
Dependiente (Y): Gestión de ventas	Rendimiento	Número total de facturas procesadas por mes.	Alto: más de 200. Medio: entre 100 y 200. Bajo: menos de 100.	Intervalo
		Número total de facturas pagadas por mes.		
	Desempeño	Porcentaje de crecimiento mensual.	Alto: más de 30%. Medio: entre 15% y 30%. Bajo: menos de 15%.	
	Rentabilidad	Porcentaje del margen neto mensual.		

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

3.1.1. Tipo de investigación

En el presente proyecto, se utilizó el tipo de investigación aplicada, puesto que se hizo uso de tecnologías de información, y se adaptaron conocimientos existentes y adquiridos en la solución práctica de un problema conocido, tal como se ha descrito en la problemática.

3.1.2. Diseño de investigación

La investigación tuvo un diseño pre experimental correlacional transeccional, con pre test y post test, con un solo grupo, ya que se realizaron pruebas antes y después de la implementación de la solución propuesta.

G: O₁ X O₂

Donde:

G: Grupo experimental

O₁: Pre Test

O₂: Post Test

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. Población

La población que se tomó en cuenta para la presente investigación, estuvo conformada por todos los trabajadores de la empresa ELECTROCOM Iquitos, que en total son seis (06) individuos; agrupados en 2 grupos, según sus funciones (personal administrativo o de gestión, y personal operativo (ventas)).

3.2.2. Muestra

La muestra fue de tipo no probabilístico intencional y estuvo conformada por la totalidad de la población, que son 06 individuos.

Si se trabaja con poblaciones bastantes pequeñas menores o iguales a 100 personas, es mucho más factible y recomendable trabajar con toda la población, hacer esto permitirá tener datos más exactos y precisos a diferencia de trabajar con solo una muestra. (HERNANDEZ SAMPIERI, y otros, 1997)

3.3. TÉCNICAS, INSTRUMENTOS Y PROCEDIMIENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.3.1. Técnicas de recolección de datos

- **Encuesta:** es una técnica que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de personas; esto proporciona información sobre las opiniones, actitudes y comportamiento de las personas participantes. Se aplica ante la necesidad de probar una hipótesis o descubrir una solución a un problema.

3.3.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento utilizado fue el cuestionario, y estuvo dirigido a todos los sujetos de muestra con preguntas diferenciadas según el rol de cada encuestado en la empresa (personal administrativo o personal operativo); las preguntas contenidas fueron las mismas para el Pre y Post Test, y se elaboran de acuerdo a las dimensiones vinculadas a las variables, guardando coherencia con el problema, hipótesis y objetivos.

Para el cuestionario de la presente investigación se utilizó la escala de Likert, la cual es una escala de calificación que se utiliza para cuestionar a una persona sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración. Es ideal para medir reacciones, actitudes, comportamientos y opiniones de una persona. (HERNANDEZ SAMPIERI, y otros, 1997).

Para cada pregunta del cuestionario existen 3 alternativas de respuesta, que son: Alto, Medio, Bajo, los puntajes asignados para cada alternativa son:

- Alto = 3
- Medio = 2
- Bajo = 1

3.3.3. Procedimientos de recolección de datos

El procedimiento para la recolección de datos, se hizo de la siguiente manera:

- Elaborar el instrumento de recolección de datos.
- Realizar pruebas de validez y confiabilidad al instrumento de recolección de datos.
- Aplicar la encuesta a la muestra seleccionada.
- Realizar el procesamiento y análisis de los datos obtenidos.
- Interpretar los datos.
- Elaborar la discusión e informe final.
- Sustentar los resultados del informe final.

3.4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

3.4.1. Procesamiento de los datos

El procesamiento de los datos, se realizó a través de la estadística descriptiva, aplicando tablas, cuadros, gráficos y figuras. Los datos se analizaron utilizando un software estadístico especializado.

3.4.2. Análisis de los datos

Para la realización de la inferencia estadística, se aplicó prueba de normalidad. De acuerdo a los resultados, se opta por la utilización de los estadísticos de prueba correspondientes, según sea el caso.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 RESULTADOS

4.1.1 Pruebas de Normalidad

Tabla 02. Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos						
	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Pre Test	42	100,0%	0	0,0%	42	100,0%
Post Test	42	100,0%	0	0,0%	42	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 03. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra			
		Pre Test	Post Test
N		42	42
Parámetros normales ^{a,b}	Media	1,95	1,83
	Desv. Desviación	,764	,621
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,215	,320
	Positivo	,213	,275
	Negativo	-,215	-,320
Estadístico de prueba		,215	,320
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c
<p><i>a. La distribución de prueba es normal.</i></p> <p><i>b. Se calcula a partir de datos.</i></p> <p><i>c. Corrección de significación de Lilliefors.</i></p>			

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 04. Pruebas de Normalidad

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Pre Test	,215	42	,000	,809	42	,000
Post Test	,320	42	,000	,772	42	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración propia

En la presente tabla, se observa que los resultados obtenidos con esta prueba de normalidad, demuestran que la significancia (Sig.) es menor a 0.05, por lo que los datos tienen una distribución no normal, en consecuencia, el estadístico a utilizar es la prueba Z de Wilcoxon.

4.1.2 Contratación de la hipótesis

Planteamiento de las hipótesis:

H0: Hipótesis nula

La implementación de una plataforma de comercio electrónico, con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, no permitirá mejorar la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022.

H1: Hipótesis alterna

La implementación de una plataforma de comercio electrónico, con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá mejorar la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022.

En análisis del nivel de significancia de la hipótesis, se trabajó a través de la prueba de Z de Wilcoxon, por lo que se rechaza la hipótesis alterna.

Tabla 05. Pruebas No Paramétricas – Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

Estadísticos descriptivos					
	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
Pre Test	42	1,95	,764	1	3
Post Test	42	1,83	,621	1	3

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 06. Rangos

Rangos				
		N	Rango promedio	Suma de rangos
Post Test - Pre Test	Rangos negativos	13 ^a	14,77	192,00
	Rangos positivos	12 ^b	11,08	133,00
	Empates	17 ^c		
	Total	42		

a. Post Test < Pre Test
 b. Post Test > Pre Test
 c. Post Test = Pre Test

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 07. Estadísticos de Prueba

Estadísticos de prueba ^a	
	Post Test - Pre Test
Z	-,828 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,408

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon
 b. Se basa en rangos positivos.

Fuente: Elaboración propia.

La significancia (Sig.) igual a 0.408 es mayor a 0.05 lo que nos indica que no existe relación significativa entre la variable independiente y la dependiente.

Tabla 08. Prueba de los signos

Frecuencias		
		N
Post Test - Pre Test	Diferencias negativas ^a	13
	Diferencias positivas ^b	12
	Empates ^c	17
	Total	42
<p>a. <i>Post Test < Pre Test</i></p> <p>b. <i>Post Test > Pre Test</i></p> <p>c. <i>Post Test = Pre Test</i></p>		

Fuente: Elaboración propia.

4.1.3 Estadísticos Descriptivos Kolmogorov-Smirnov

Tabla 09. Pruebas No Paramétricas

Estadísticos descriptivos					
	N	Media	Desv. Desviación	Mínimo	Máximo
Pre Test	42	1,95	,764	1	3
Post Test	42	1,83	,621	1	3

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra			
		Pre Test	Post Test
N		42	42
Parámetros normales ^{a,b}	Media	1,95	1,83
	Desv. Desviación	,764	,621
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,215	,320
	Positivo	,213	,275

	Negativo	-,215	-,320
Estadístico de prueba		,215	,320
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c
<p>a. La distribución de prueba es normal.</p> <p>b. Se calcula a partir de datos.</p> <p>c. Corrección de significación de Lilliefors.</p>			

Fuente: Elaboración propia.

4.1.4 Estadísticos descriptivos – Frecuencias Pre y Post Test

Tabla 11. Frecuencias Pre y Post Test

Estadísticos			
		Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
N	Válido	42	42
	Perdidos	0	0
Media		1,95	1,83
Mediana		2,00	2,00
Moda		2	2
Desv. Desviación		,764	,621
Varianza		,583	,386
Suma		82	77

Fuente: Elaboración propia.

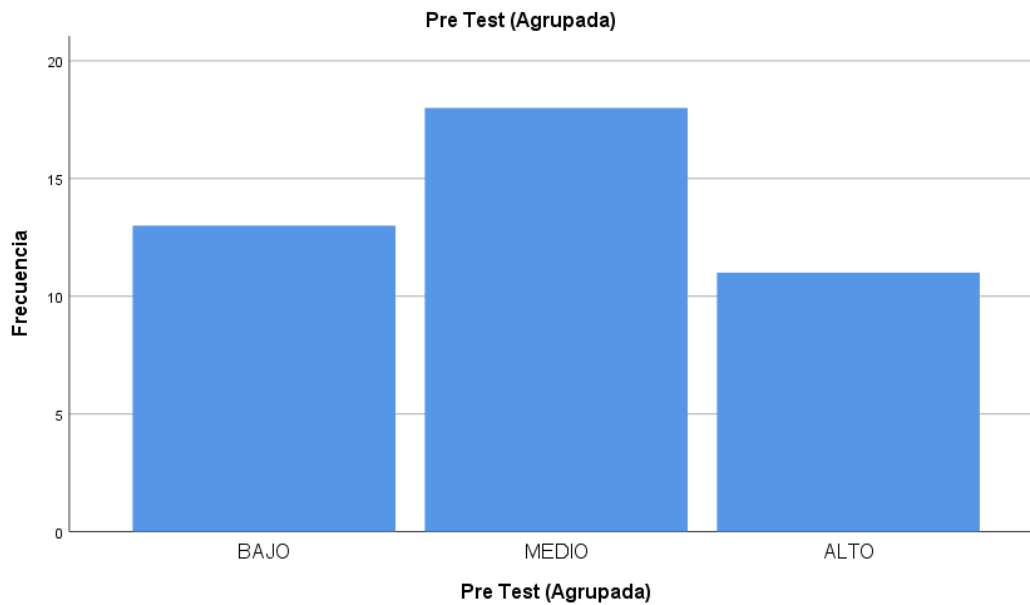
Tabla 12. Frecuencias Pre Test (Agrupada)

Pre Test (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	13	31,0	31,0	31,0
	Medio	18	42,9	42,9	73,8
	Alto	11	26,2	26,2	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Grupo de Estudio = Control

Gráfico 01. Frecuencias Pre Test (Agrupada)



Fuente: Elaboración propia.

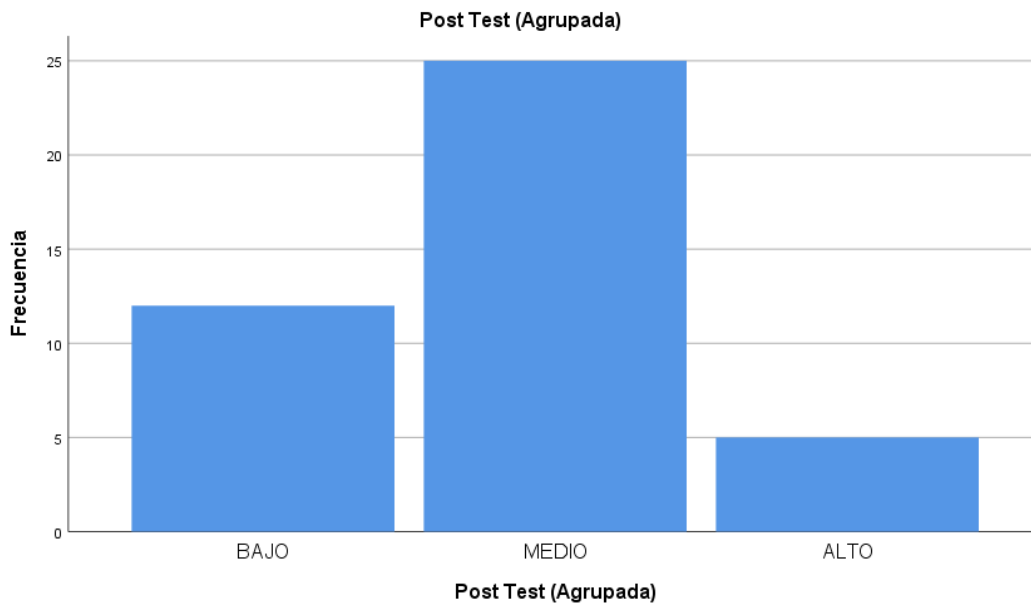
Tabla 13. Frecuencias Post Test (Agrupada)

Post Test (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	12	28,6	28,6	28,6
	Medio	25	59,5	59,5	88,1
	Alto	5	11,9	11,9	100,0
	Total	42	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

Grupo de Estudio = Control

Gráfico 02. Frecuencias Post Test (Agrupada)



Fuente: Elaboración propia.

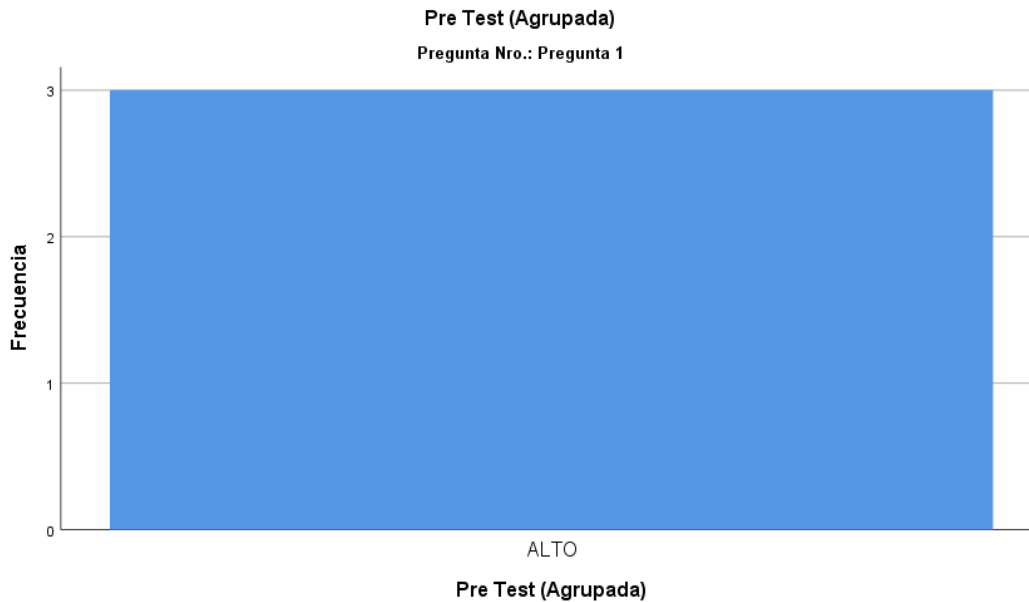
4.1.5 Estadísticos Descriptivos – Frecuencias Pre Test por Pregunta (Agrupada)

Tabla 14: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 1

Pre Test (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	3	100,0	100,0	100,0
a. Pregunta Nro. = Pregunta 1					

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 03. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 1



Fuente: Elaboración propia.

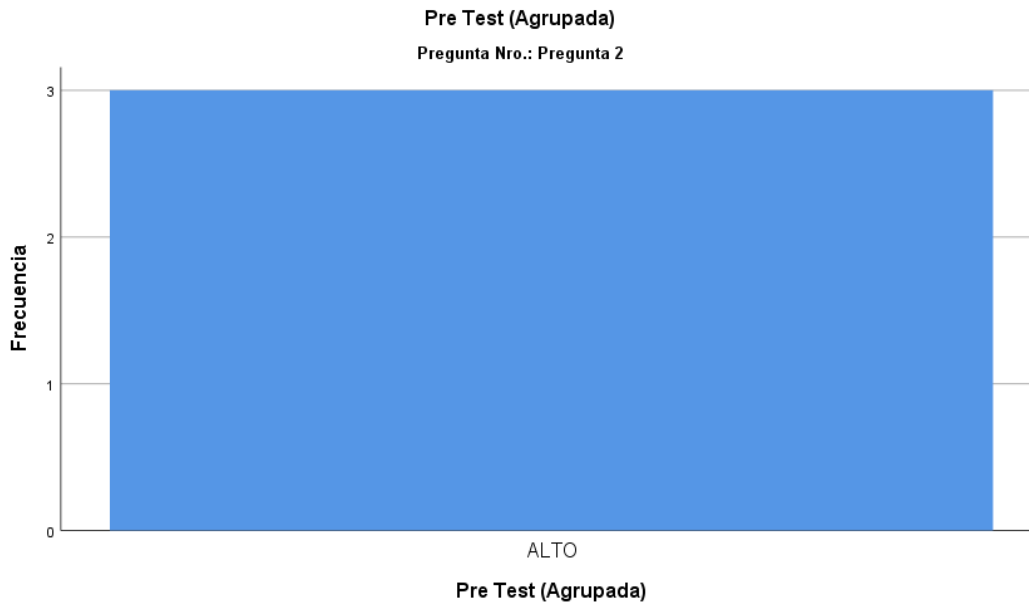
En cuanto al tiempo promedio en procesar una transacción con criptomonedas, en la empresa Electrocom, los encuestados indicaron un 100% como Alto, lo que muestra una dificultad en el procesamiento de ventas usando criptomonedas, tal como lo muestra la Tabla 14 y Gráfico 03.

Tabla 15. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 2

Pre Test (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Alto	3	100,0	100,0	100,0
a. Pregunta Nro. = Pregunta 2					

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 04. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 15 y Gráfico 04, se muestra que, en general, el nivel de tiempo promedio empleado para el procesamiento de transacciones con criptomonedas, presenta un nivel Alto, con un 100%. Este resultado, guarda relación con lo mostrado en la tabla y gráfico anteriores.

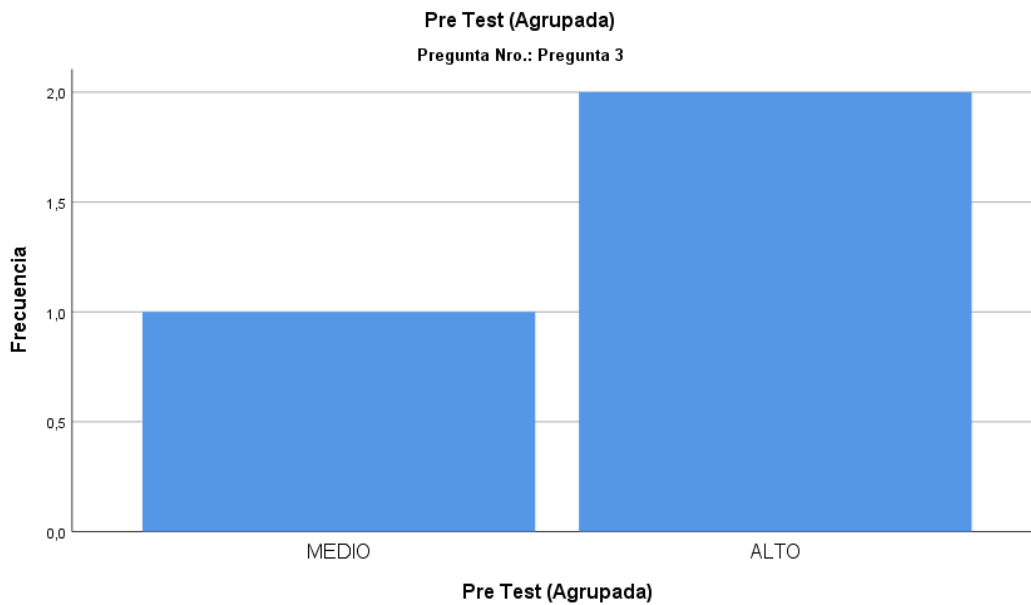
Tabla 16: Pre Test (Agrupada) – Pregunta 3

Pre Test (Agrupada)					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	1	33,3	33,3	33,3
	Alto	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 3

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 05. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 3



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 16 y Gráfico 05, observamos que el 66.7% de los encuestados, calificó como Alto el nivel promedio de errores que le ocurren al trabajador (más de 1 fallo), durante una transacción con criptomonedas. Mientras que el 33.3%, indicó un nivel Medio.

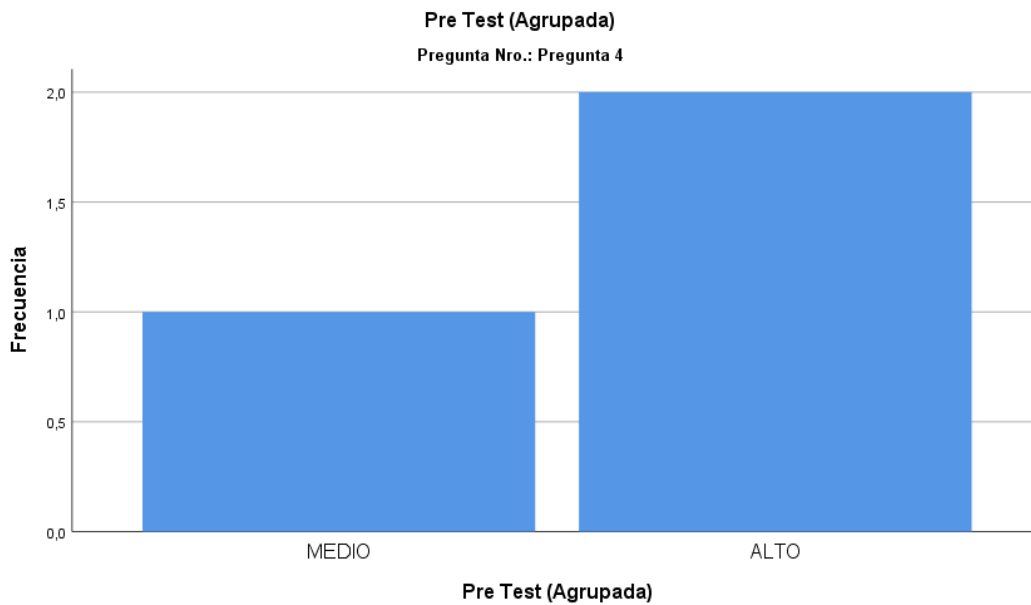
Tabla 17. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 4

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	1	33,3	33,3	33,3
	Alto	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 4

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 06. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 4



Fuente: Elaboración propia.

Cuando evaluamos el nivel promedio de fallos, en general, durante el procesamiento de transacciones con criptomonedas en la empresa, un 66.7% de los encuestados expresan un nivel Alto, mientras que el nivel Medio representa un 33.3%.

Tabla 18. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 5

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	3	100,0	100,0	100,0

a. Pregunta Nro. = Pregunta 5

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 07. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 5



Fuente: Elaboración propia.

Cuando se pide a los encuestados, calificar el nivel promedio de éxito, obtenido por el trabajador, al procesar una transacción con criptomonedas, el 100% indica un nivel Bajo, lo que aún muestra la alta dificultad para este tipo de transacciones.

Tabla 19. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 6

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	3	100,0	100,0	100,0

a. Pregunta Nro. = Pregunta 6

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 8. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 6



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 19 y Gráfico 08, que evalúa el nivel promedio de éxito al realizar una transacción con criptomonedas en la empresa, un 100% de encuestados indica un nivel Bajo, lo que guarda relación con la tabla y gráfico mostrados en la pregunta anterior.

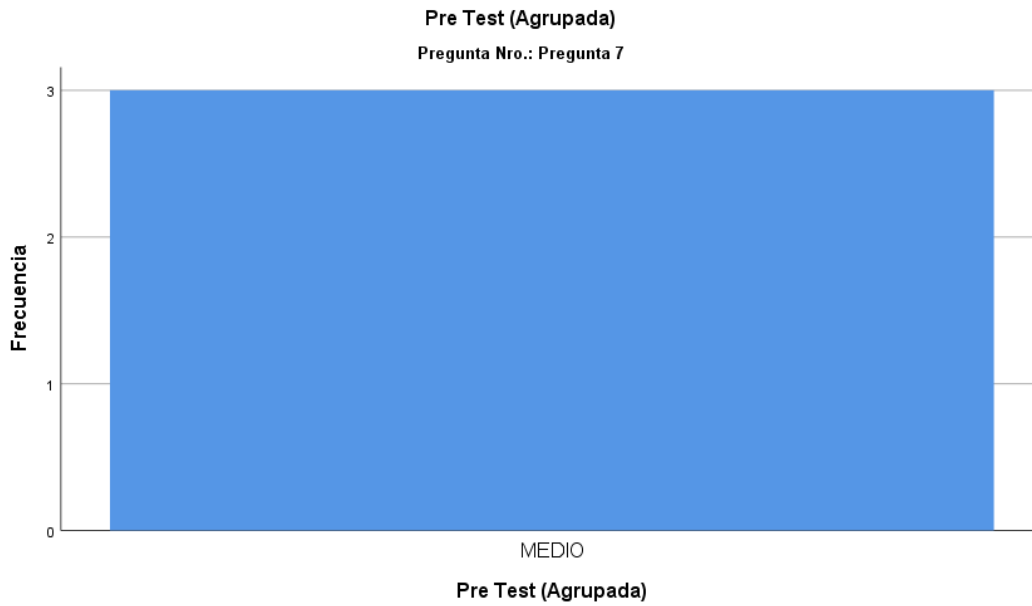
Tabla 20. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 7

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	3	100,0	100,0	100,0

a. Pregunta Nro. = Pregunta 7

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 9. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 7



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al desempeño, la Tabla 20 y Gráfico 09, que evalúa el nivel promedio del total de facturas de ventas procesadas por mes en la empresa Electrocom, un 100% indica un término Medio, lo que muestra el poco uso de este tipo de monedas en las transacciones totales de la empresa.

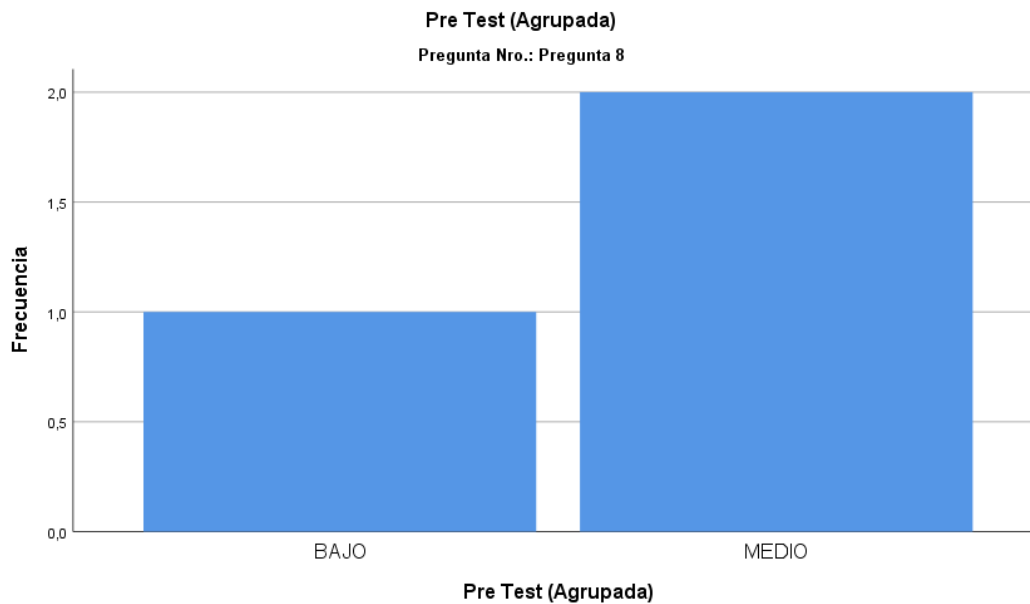
Tabla 21. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 8

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 8

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 10. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 8



Fuente: Elaboración propia.

En el mismo ámbito del desempeño, al evaluar el nivel general del total de facturas de ventas procesadas por mes en la empresa, los encuestados lo indican un 66.7% Medio y un 33.3% Bajo.

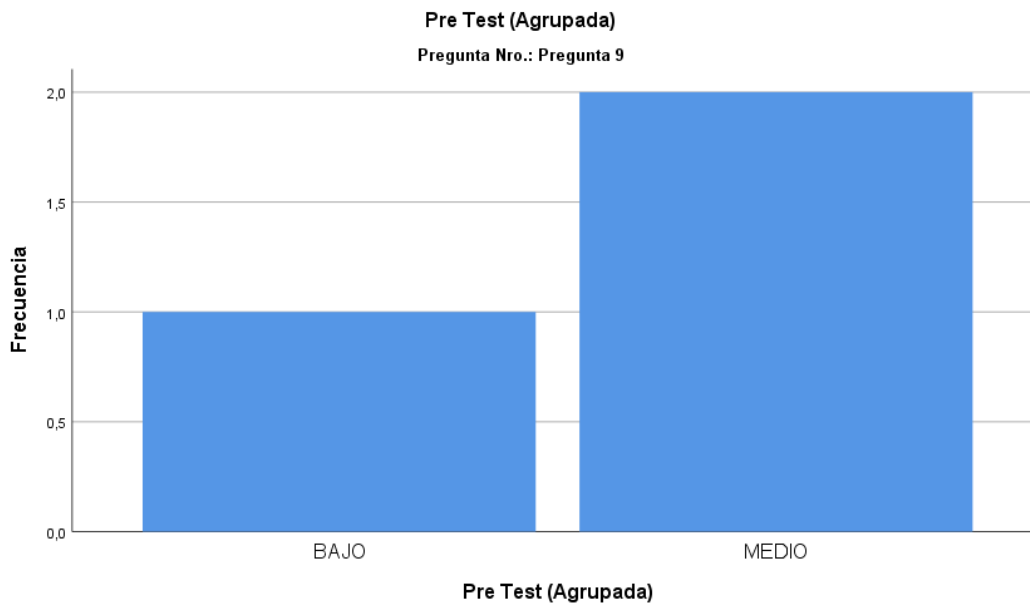
Tabla 22. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 9

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 9

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 11. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 9



Fuente: Elaboración propia.

Siguiendo en la línea del rendimiento, desempeño y rentabilidad, al evaluar el nivel promedio del total de facturas de ventas pagadas por mes, en la empresa Electrocom, un 66.7% se ubica en el nivel Medio y sólo un 33.3%, se ubica en el nivel Bajo.

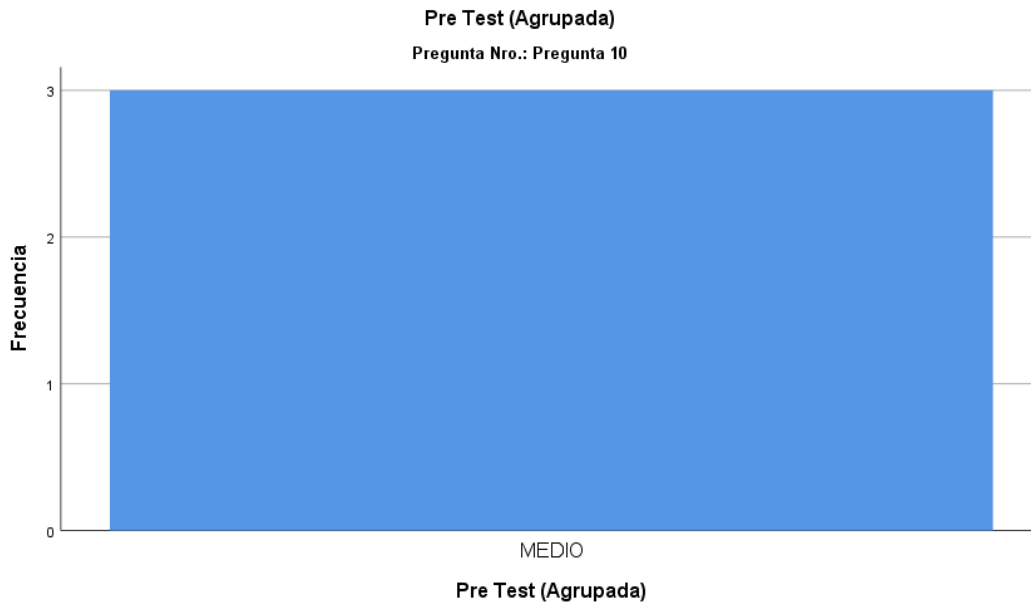
Tabla 23. Pre Test (Agrupada)– Pregunta 10

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	3	100,0	100,0	100,0

a. Pregunta Nro. = Pregunta 10

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 12. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 10



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 23 y Gráfico 12, que califica el nivel promedio, en general, del total de facturas de ventas pagadas por mes en la empresa Electrocom de la ciudad de Iquitos, los encuestados lo ubicaron en un 100%, en el nivel Medio.

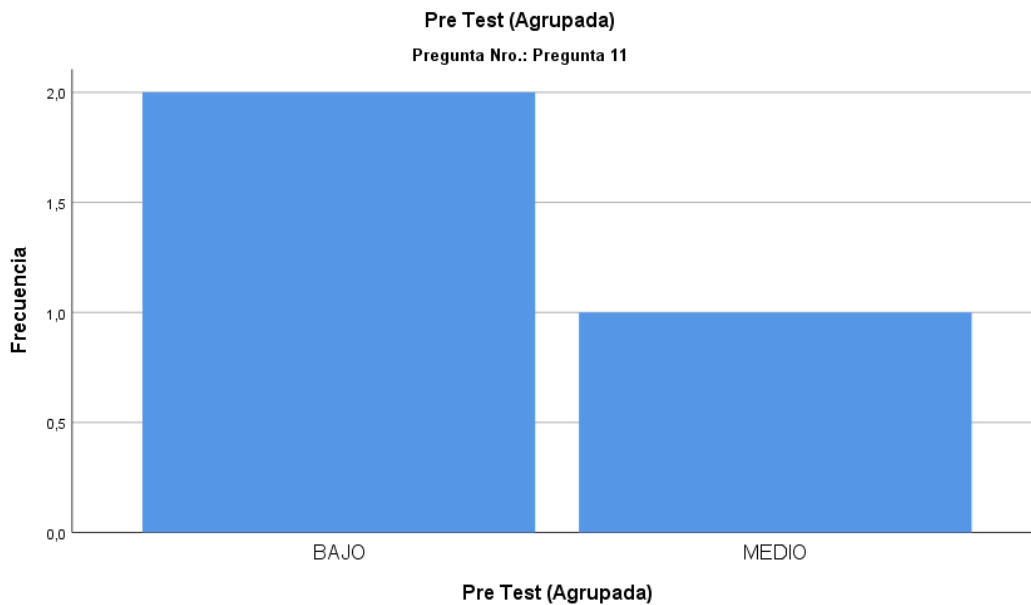
Tabla 24. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 11

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	66,7	66,7	66,7
	MEDIO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 11

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 13. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 11



Fuente: Elaboración propia.

Evaluando nivel promedio de crecimiento mensual de las ventas de la empresa, un 66.7% indicó un nivel Bajo, mientras que un 33.3% de los encuestados, indicó un nivel Medio.

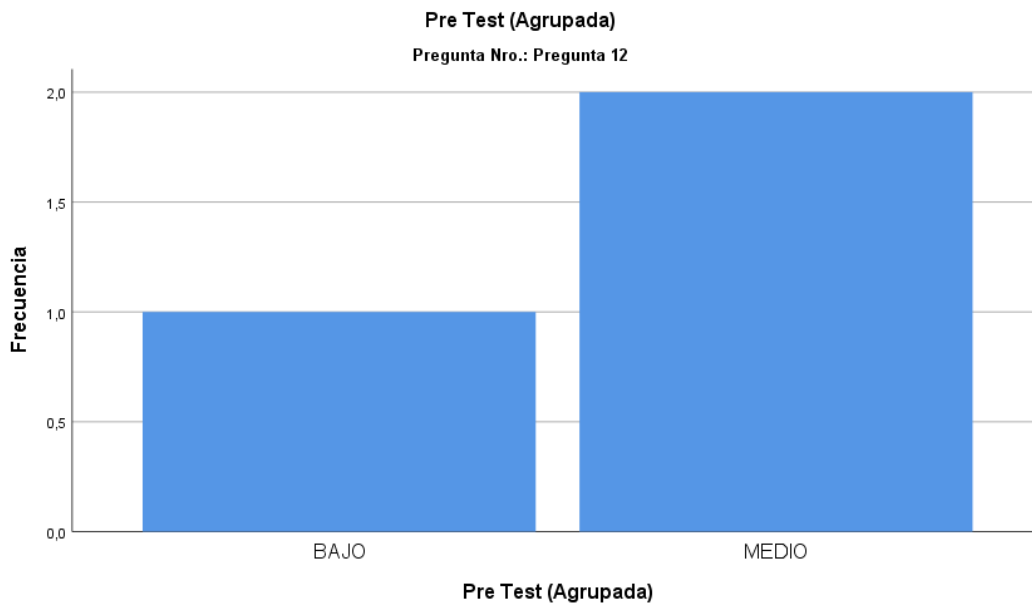
Tabla 25. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 12

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 12

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 14. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 12



Fuente: Elaboración propia.

Ante la pregunta: ¿Cómo califica usted, en general, el nivel promedio de crecimiento mensual de las ventas de la empresa?, en la Tabla 25 y Gráfico 14, los encuestados responden con un 66.7% en el nivel Medio y un 33.3% en el nivel Bajo.

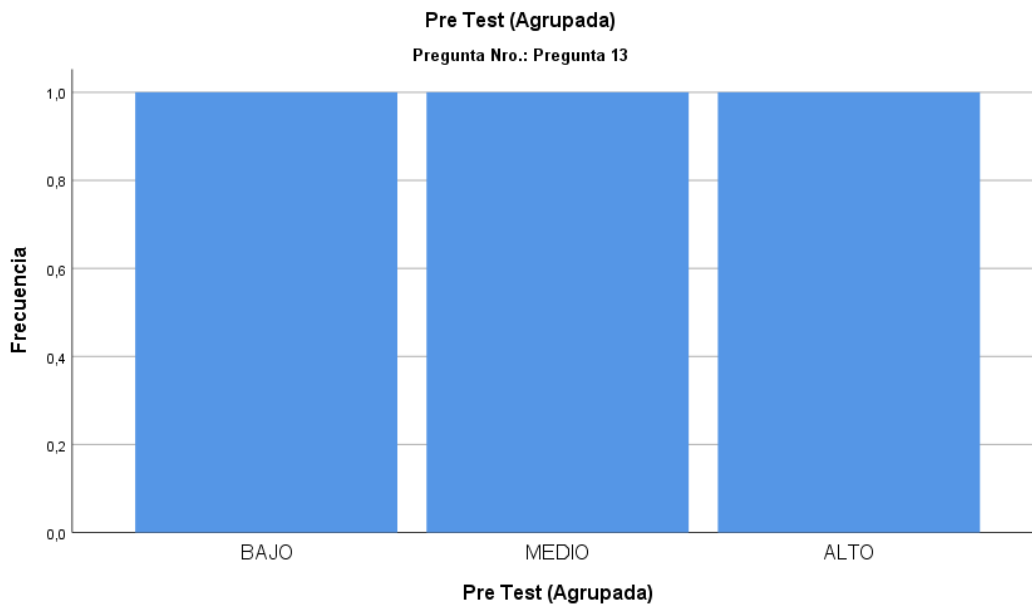
Tabla 26. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 13

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	1	33,3	33,3	66,7
	ALTO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 13

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 15. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 13



Fuente: Elaboración propia.

En la evaluación del nivel promedio del margen neto sobre los ingresos mensuales de la empresa, se muestra un triple empate con 33.3%, en los niveles Alto, Medio y Bajo.

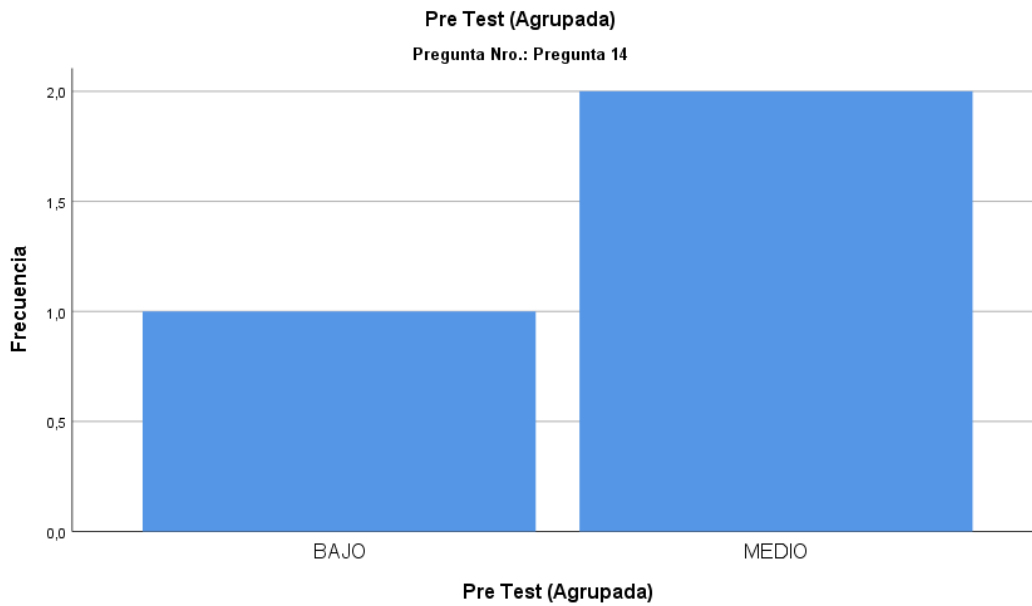
Tabla 27. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 14

Pre Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 14

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 16. Pre Test (Agrupada) – Pregunta 14



Fuente: Elaboración propia.

En línea con la pregunta anterior, cuando se evalúa, en general, el nivel promedio del margen neto sobre los ingresos mensuales de la empresa, los encuestados se ubican en un 66.7% en el nivel Medio y un 33.3%, en el nivel Bajo.

4.1.6 Estadísticos Descriptivos – Frecuencias Post Test por Pregunta (Agrupada)

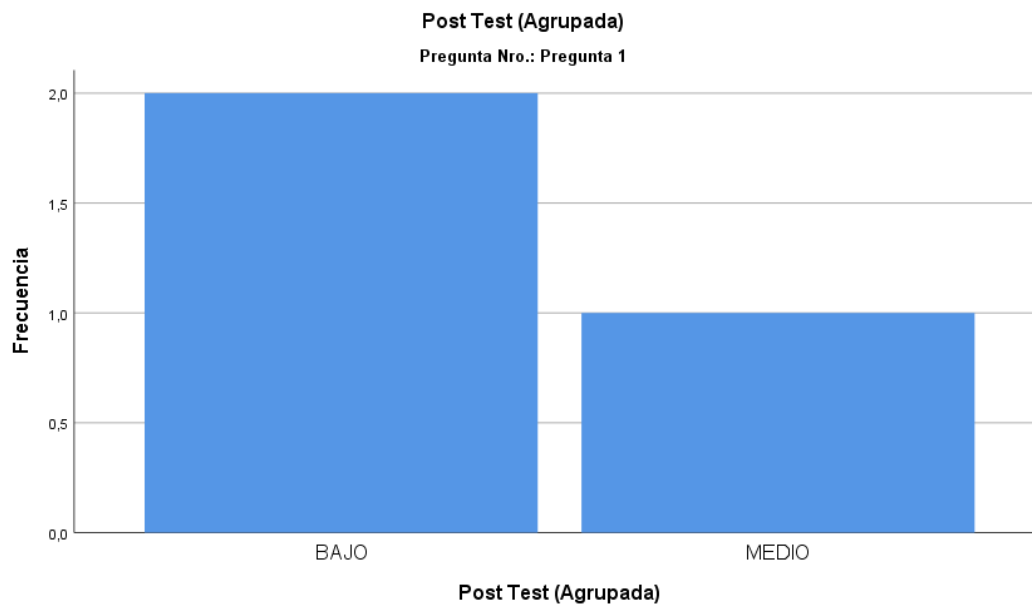
Tabla 28. Post Test (Agrupada) – Pregunta 1

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	66,7	66,7	66,7
	MEDIO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 1

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 17. Post Test (Agrupada) – Pregunta 1



Fuente: Elaboración propia.

Luego de la implementación de una plataforma de comercio electrónico que usa criptomonedas como medio de pago, el nivel promedio de tiempo que le

toma al trabajador atender una transacción, se ubica en un 66.7% en el nivel Bajo y un 33.3% en el nivel Medio.

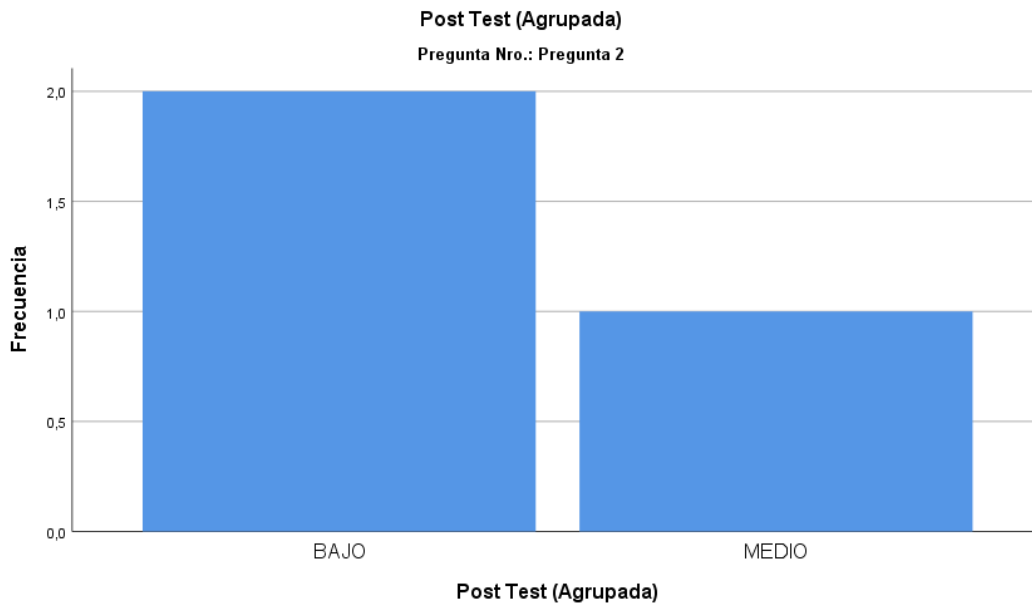
Tabla 29. Post Test (Agrupada) – Pregunta 2

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	66,7	66,7	66,7
	MEDIO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 2

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 18. Post Test (Agrupada) – Pregunta 2



Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 29 y Gráfico 18, que corresponde al nivel promedio de tiempo que le toma al trabajador, procesar una transacción con criptomonedas, los encuestados se ubican en un 66.7% Bajo y un 33.3% Alto.

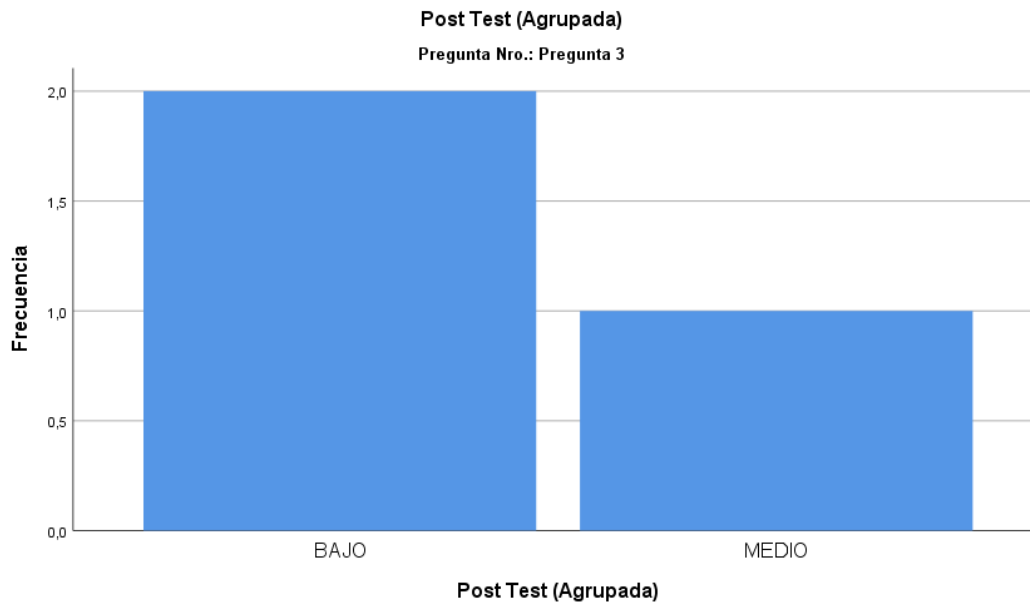
Tabla 30. Post Test (Agrupada) – Pregunta 3

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	66,7	66,7	66,7
	MEDIO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 3

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 19. Post Test (Agrupada) – Pregunta 3



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al nivel promedio de fallos, ocurridos durante una transacción con criptomonedas, en la Tabla 30 y Gráfico 19, los encuestados responden un 66.7% Bajo y 33.3% Medio. Se aprecian menos errores en comparación con la Tabla 16 y Gráfico 07.

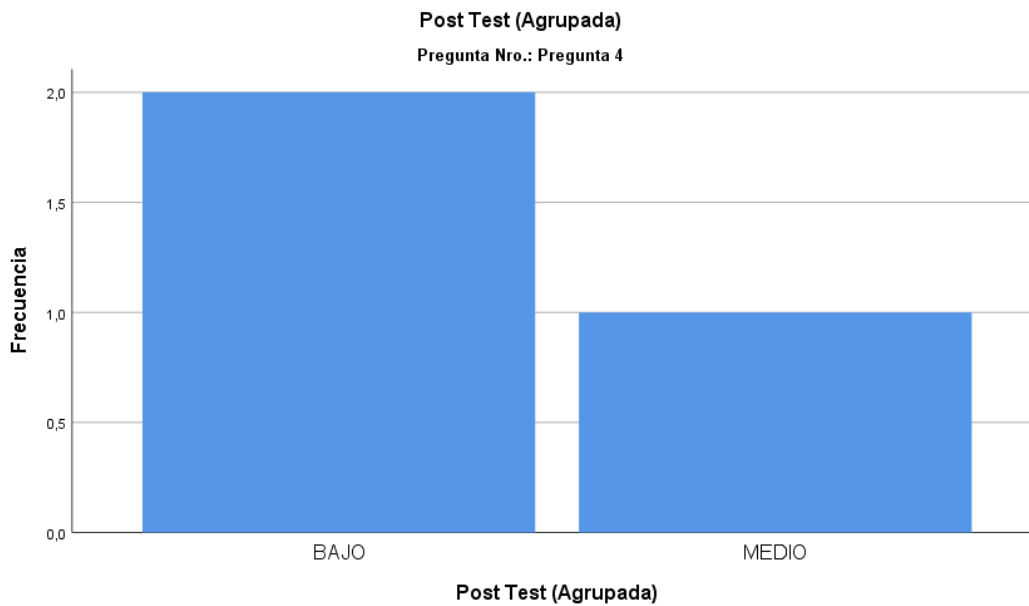
Tabla 31. Post Test (Agrupada) – Pregunta 4

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	2	66,7	66,7	66,7
	MEDIO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 4

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 20. Post Test (Agrupada) – Pregunta 4



Fuente: Elaboración propia.

Al evaluar el nivel promedio de ocurrencia de fallos, en general, durante la transacción con criptomonedas, un 66.7% de los encuestados lo encuentra como Bajo y un 33.3%, lo encuentra en un nivel Medio.

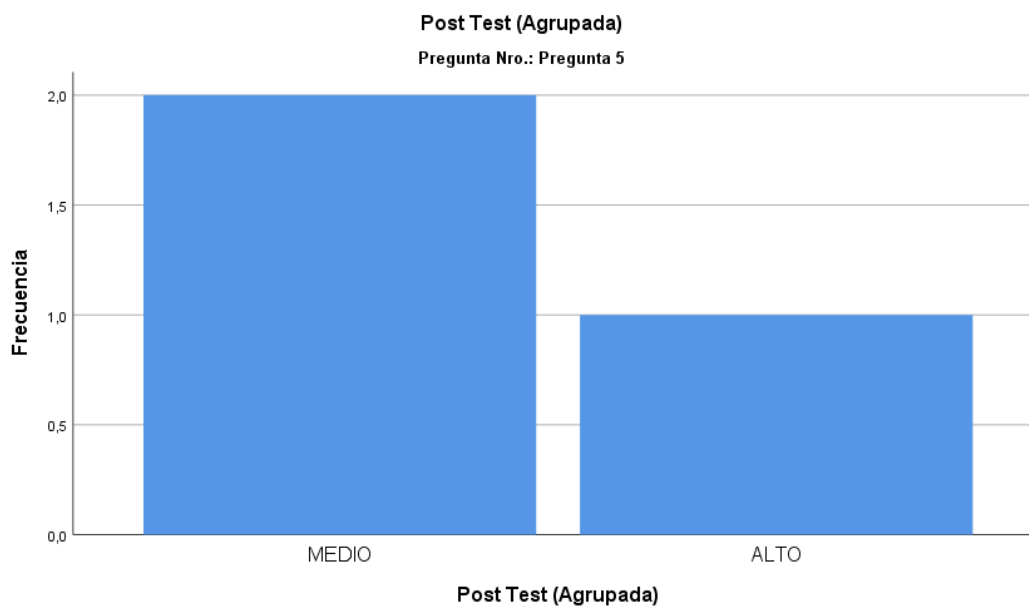
Tabla 32. Post Test (Agrupada) – Pregunta 5

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	2	66,7	66,7	66,7
	ALTO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 5

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 21. Post Test (Agrupada) – Pregunta 5



Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al nivel promedio de éxito, obtenido por el trabajador, al procesar transacciones con criptomonedas, un 66.7% indica un nivel Medio y un 33.3%, indica un nivel Alto. Se aprecian cambios favorables en comparación al pre test.

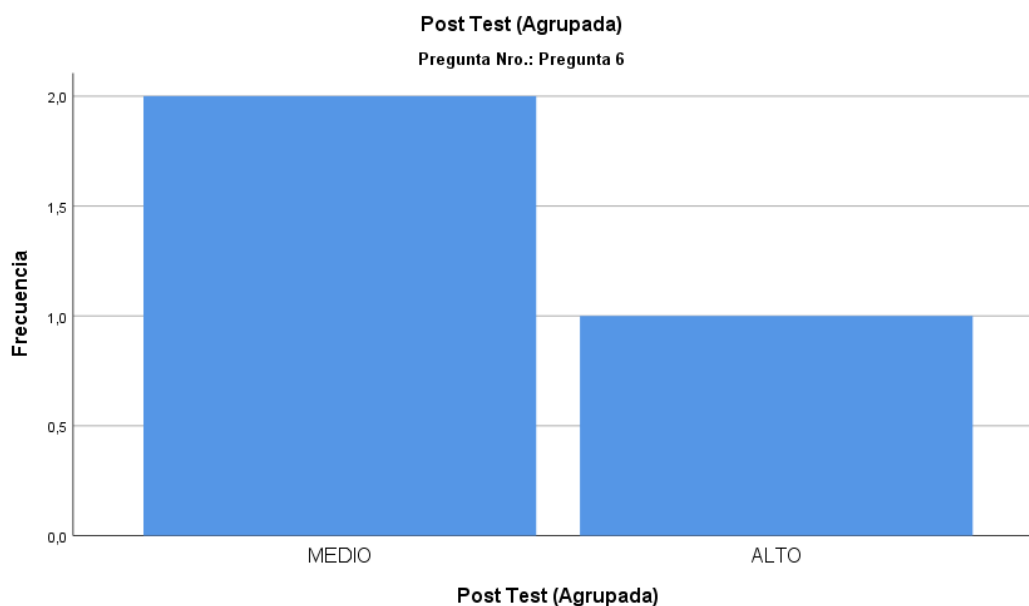
Tabla 33. Post Test (Agrupada) – Pregunta 6

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	2	66,7	66,7	66,7
	ALTO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 6

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 22. Post Test (Agrupada) – Pregunta 6



Fuente: Elaboración propia.

En línea como los resultados del punto anterior, los encuestados consideran que, en general, el nivel promedio de éxito al procesar transacciones con criptomonedas, es de un 66.7% de nivel Medio y un 33.3% lo encuentra como Alto.

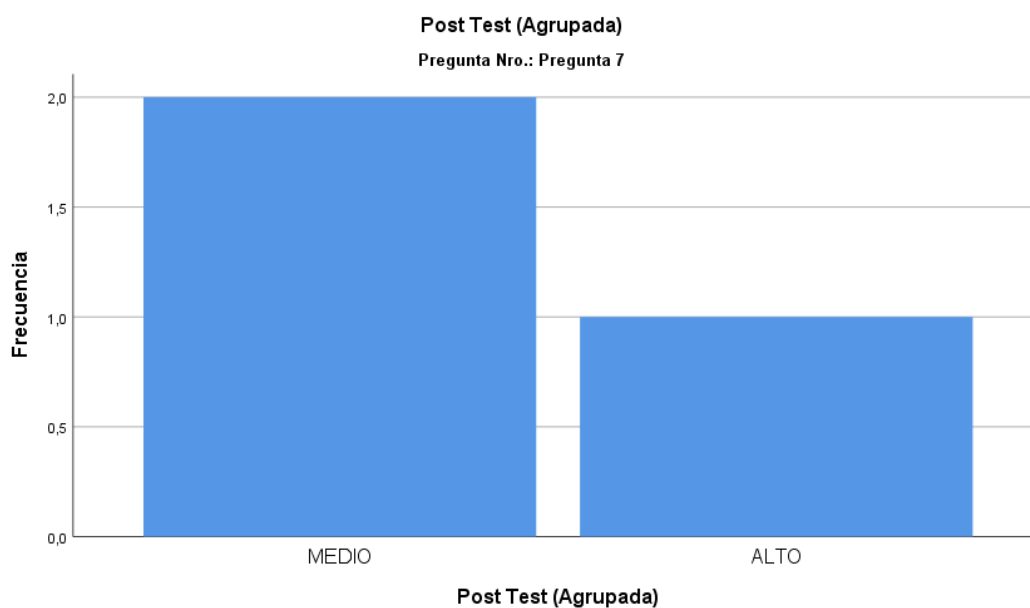
Tabla 34. Post Test (Agrupada) – Pregunta 7

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	2	66,7	66,7	66,7
	ALTO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 7

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 23. Post Test (Agrupada) – Pregunta 7



Fuente: Elaboración propia.

Ante la pregunta: ¿Cuál es el nivel promedio del total de facturas de ventas procesadas por mes?, los encuestados indican un 66.7% Medio y un considerable 33.3%, como lo encuentra Alto.

Tabla 35. Post Test (Agrupada) – Pregunta 8

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	3	100,0	100,0	100,0
a. Pregunta Nro. = Pregunta 8					

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 24. Post Test (Agrupada) – Pregunta 8



Fuente: Elaboración propia.

Al calificar de modo general, el nivel promedio del total de facturas de ventas procesadas por mes, un 100% de los encuestados indican un nivel Medio. Otro resultado favorable de la encuesta.

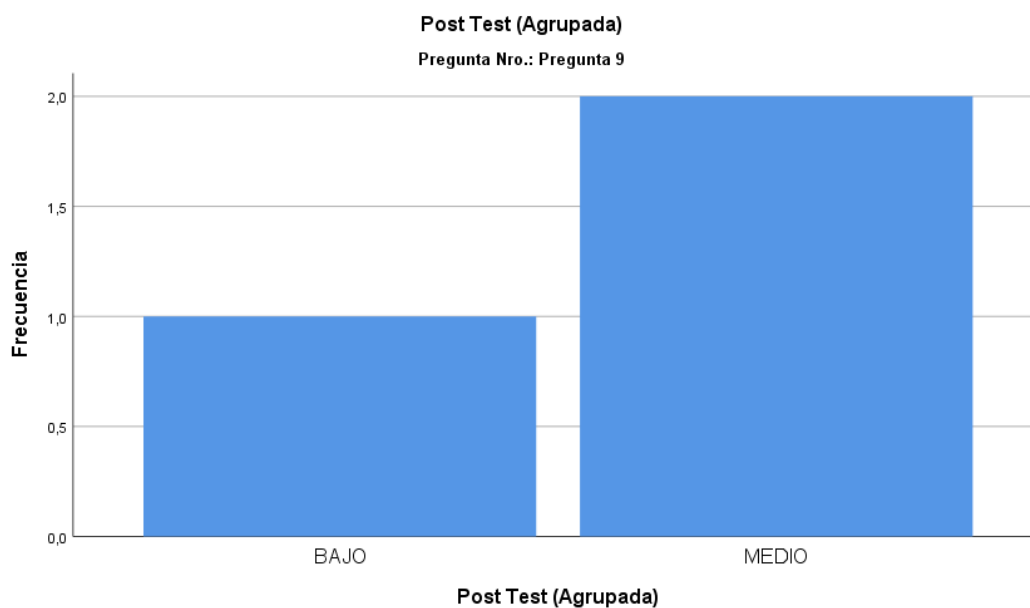
Tabla 36. Post Test (Agrupada) – Pregunta 9

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 9

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 25. Post Test (Agrupada) – Pregunta 9



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 36 y Gráfico 25, se evalúa el nivel promedio del total de facturas de ventas pagadas por mes. Aquí, un 66.7% de los encuestados, lo sitúa en el nivel Medio, mientras que un 33.3%, lo sitúa en el nivel Bajo.

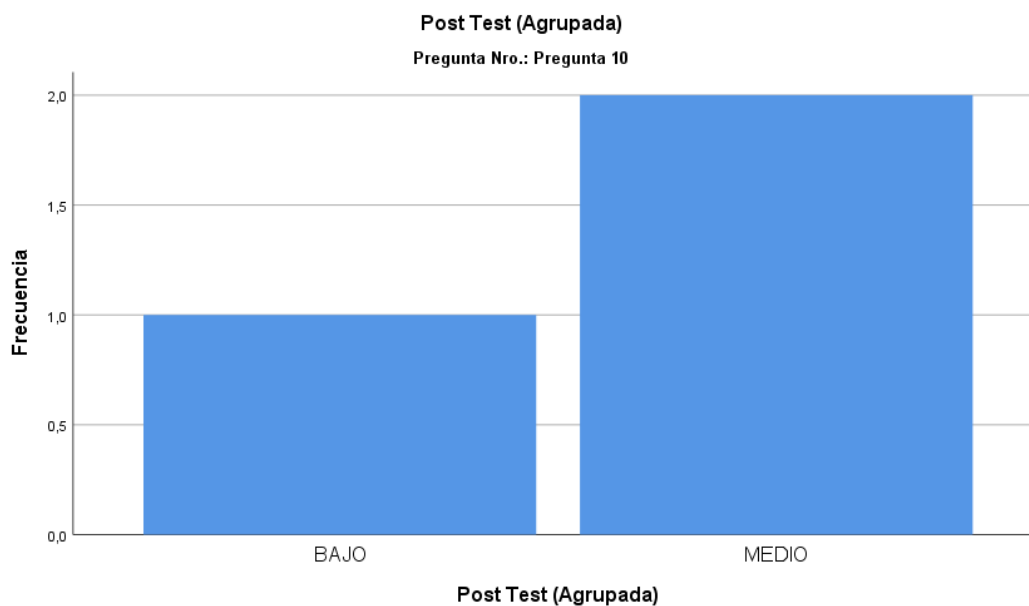
Tabla 37. Post Test (Agrupada) – Pregunta 10

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 10

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 26. Post Test (Agrupada) – Pregunta 10



Fuente: Elaboración propia.

En la Tabla 37 y Gráfico 26, los encuestados indican un 66.7% Medio el nivel promedio general del total de facturas de ventas pagadas por mes, mientras que un 33.3% lo ubican en nivel Bajo.

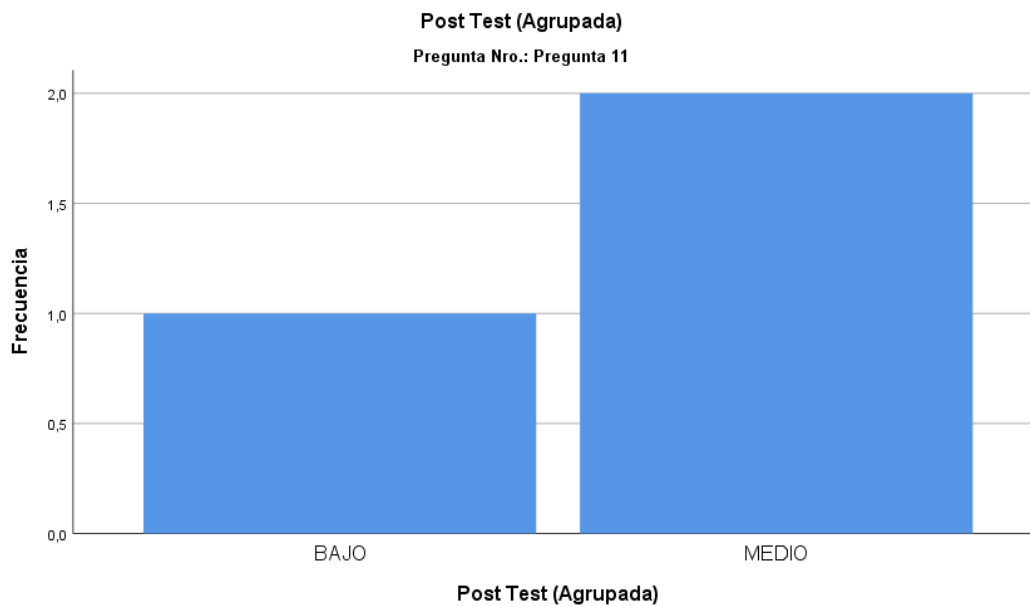
Tabla 38. Post Test (Agrupada) – Pregunta 11

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	2	66,7	66,7	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 11

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 27. Post Test (Agrupada) – Pregunta 11



Fuente: Elaboración propia.

Respecto al nivel promedio del crecimiento mensual de las ventas de la empresa Electrocom, luego de implementada la plataforma en evaluación, un considerable 66.7% de los encuestados lo encuentran Medio, mientras que un 33.3% lo consideran en el nivel Bajo.

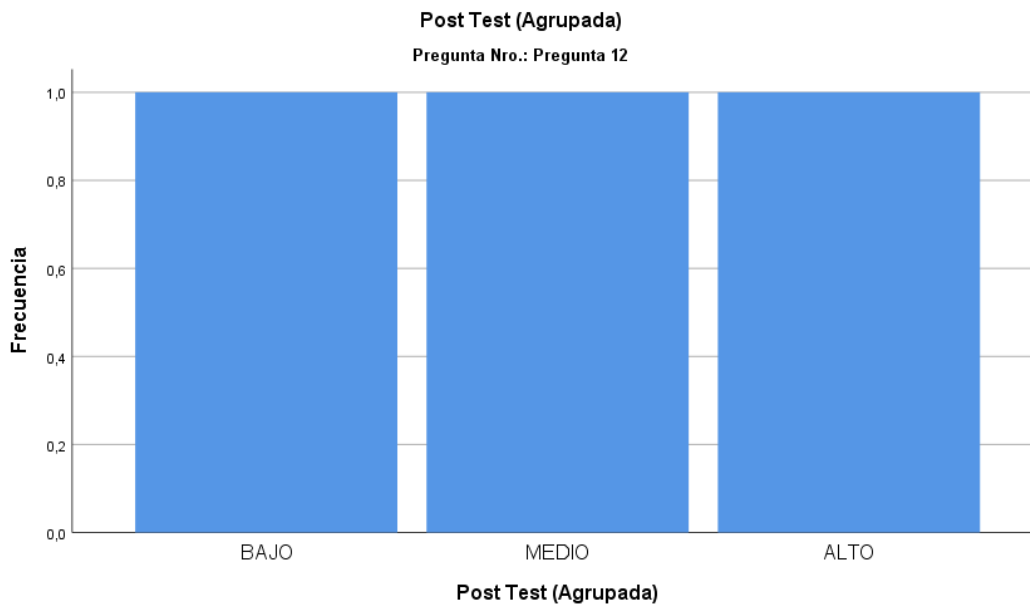
Tabla 39. Post Test (Agrupada) – Pregunta 12

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BAJO	1	33,3	33,3	33,3
	MEDIO	1	33,3	33,3	66,7
	ALTO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 12

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 28. Post Test (Agrupada) – Pregunta 12



Fuente: Elaboración propia.

Mientras tanto, en cuanto al nivel promedio general de crecimiento mensual de las ventas de la empresa Electrocom, encontramos nuevamente un triple resultado similar del 33.3%, en los niveles Alto, Medio y Bajo.

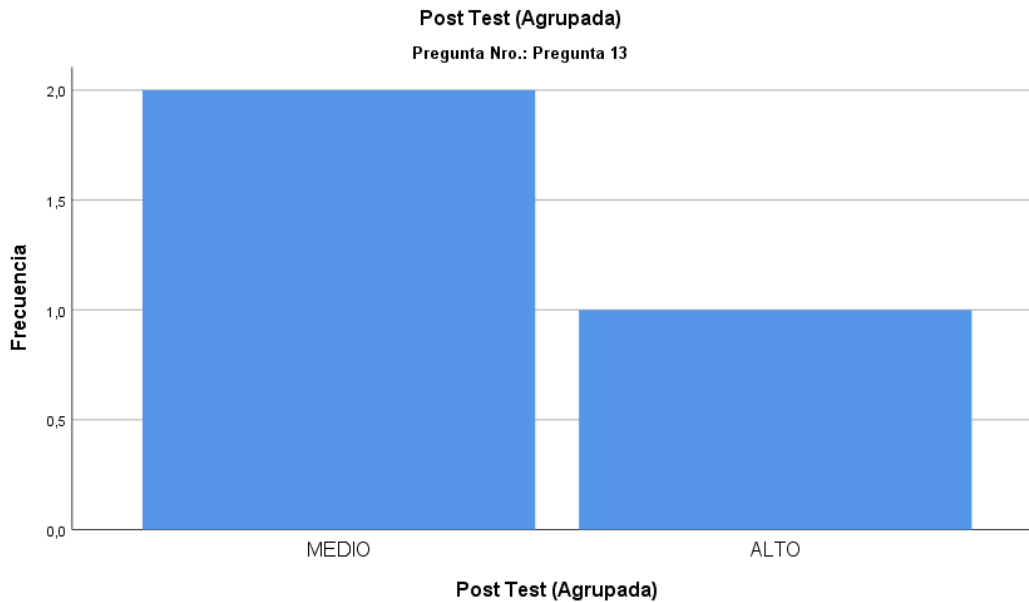
Tabla 40. Post Test (Agrupada) – Pregunta 13

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	2	66,7	66,7	66,7
	ALTO	1	33,3	33,3	100,0
	Total	3	100,0	100,0	

a. Pregunta Nro. = Pregunta 13

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 29. Post Test (Agrupada) – Pregunta 13



Fuente: Elaboración propia.

Respecto al nivel promedio del margen neto sobre los ingresos mensuales de la empresa, un considerable 66.7% de los encuestados lo sitúan en el nivel Medio, mientras que un 33.3% lo sitúan en el nivel Alto.

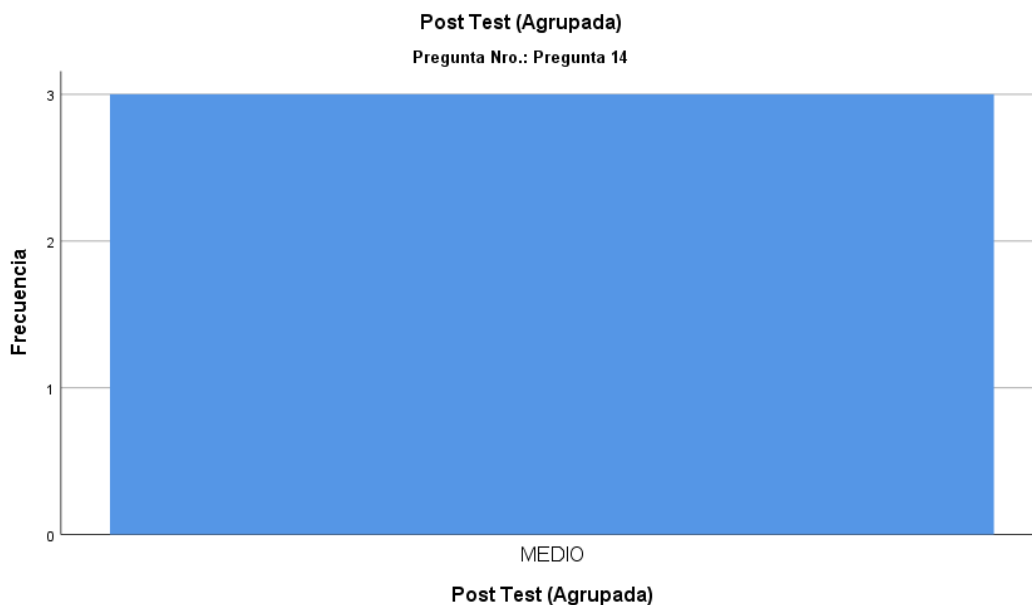
Tabla 41. Post Test (Agrupada) – Pregunta 14

Post Test (Agrupada) ^a					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEDIO	3	100,0	100,0	100,0

a. Pregunta Nro. = Pregunta 14

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 30. Post Test (Agrupada) – Pregunta 14



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en cuanto al el nivel promedio general del margen neto sobre los ingresos mensuales de la empresa, un 100% de los encuestados, lo consideran en el nivel Medio.

4.1.7 Resumen de procesamiento de casos (Pre y Post test)

Tabla 42. Resumen Pregunta 1

Resúmenes de casos ^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		1	ALTO	BAJO
2		2	ALTO	BAJO
3		3	ALTO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 1</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 43. Resumen Pregunta 2

Resúmenes de casos ^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		4	ALTO	BAJO
2		5	ALTO	BAJO
3		6	ALTO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 2</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 44. Resumen Pregunta 3

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		7	MEDIO	BAJO
2		8	ALTO	BAJO
3		9	ALTO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 3</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 45. Resumen Pregunta 4

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		10	MEDIO	BAJO
2		11	ALTO	BAJO
3		12	ALTO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 4</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 46. Resumen Pregunta 5

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		13	BAJO	ALTO
2		14	BAJO	MEDIO
3		15	BAJO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 5</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 47. Resumen Pregunta 6

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		16	BAJO	ALTO
2		17	BAJO	MEDIO
3		18	BAJO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 6</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 48. Resumen Pregunta 7

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		19	MEDIO	MEDIO
2		20	MEDIO	ALTO
3		21	MEDIO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 7</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 49. Resumen Pregunta 8

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		22	BAJO	MEDIO
2		23	MEDIO	MEDIO
3		24	MEDIO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 8</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 50. Resumen Pregunta 9

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		25	BAJO	BAJO
2		26	MEDIO	MEDIO
3		27	MEDIO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 9</i>				
<i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 51. Resumen Pregunta 10

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		28	MEDIO	MEDIO
2		29	MEDIO	MEDIO
3		30	MEDIO	BAJO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 10</i>				
<i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 52. Resumen Pregunta 11

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		31	BAJO	BAJO
2		32	BAJO	MEDIO
3		33	MEDIO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 11</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 53. Resumen Pregunta 12

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		34	BAJO	BAJO
2		35	MEDIO	ALTO
3		36	MEDIO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 12</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 54. Resumen Pregunta 13

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		37	BAJO	MEDIO
2		38	MEDIO	MEDIO
3		39	ALTO	ALTO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 13</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 55. Resumen Pregunta 14

Resúmenes de casos^{a,b}				
		Número del caso	Pre Test (Agrupada)	Post Test (Agrupada)
1		40	BAJO	MEDIO
2		41	MEDIO	MEDIO
3		42	MEDIO	MEDIO
Total	N		3	3
<i>a. Pregunta Nro. = Pregunta 14</i> <i>b. Limitado a los primeros 100 casos.</i>				

Fuente: Elaboración propia.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 DISCUSIÓN

Las grandes transformaciones del mundo comercial, están presentando innovaciones tecnológicas, que facilitan el libre intercambio de bienes, productos y servicios. En el pasado están quedando los sistemas tradicionales de pago con dinero físico, por novedosos sistemas de pago con monedas digitales o criptomonedas.

Estos avances comerciales y tecnológicos, deben ser aprovechados por las empresas y consumidores, para garantizar un intercambio comercial más seguro y económico. Una de esas innovaciones, está representada por las criptomonedas. De hecho, grandes empresas multinacionales, como Paypal o Mastercard, ya han empezado a utilizarlas implementando los pagos con criptomonedas en sus plataformas digitales.

En el Perú, si bien aún la penetración de estas divisas, es baja, su potencial de crecimiento, representa una oportunidad para miles de empresas y consumidores.

En esta investigación, buscamos demostrar que ese potencial ya es una realidad, aprovechando su uso en diferentes comercios, negocios o empresas.

La población tomada en cuenta para esta investigación, representó al 100% de los trabajadores la empresa Electrocom - Iquitos (06 personas), lo que nos conduce a la obtención de resultados confiables.

En relación con la investigación de (MENDOZA TELLO, 2019), en su tesis titulada, **“INNOVACIÓN DISRUPTIVA DE LAS CRIPTOMONEDAS PARA LA SOCIEDAD Y EL COMERCIO ELECTRÓNICO”**, concluye que, las criptomonedas proveen tres características disruptivas: funcionalidad radical, nueva forma de propiedad y estándares técnicos discontinuos. Las ventajas de las criptomonedas, proporcionan las pautas para la creación de nuevos

modelos de negocios. Es decir, contribuyen a la transformación digital de las empresas, tal contraste se aprecia en la Tabla 24 y Gráfico 13 con la Tabla 38 y Gráfico 27, donde este nuevo modelo de negocios usando criptomonedas, han logrado incrementar el volumen de ventas procesadas por mes en la empresa Electrocom.

Según (ROSERO PAREDES, 2017), en su tesis titulada **“Uso de criptomonedas como medio de pago de las PYMES exportadoras”**, concluye que, la propuesta sobre el uso de las criptomonedas como medio de pago, no garantiza el éxito de una empresa a nivel internacional, ni local. Esta, es solo una herramienta más que la globalización provee y que forma parte de la innovación tecnológica, la misma que es uno de los tantos factores que una empresa requiere, para no solo posicionarse sino también para mantenerse y extenderse en los mercados. Si bien no garantiza el éxito, sí brinda oportunidades complementarias, para el crecimiento de la empresa. En Tabla 36 y Gráfico 25, se muestra que la facturación mensual de la empresa Electrocom, se ha mantenido en un nivel medio con relación a lo mostrado en la Tabla 22 y Gráfico 11.

Según la investigación de (MAIZA NÚÑEZ, y otros, 2014), en su tesis titulada: **“Estudio de factibilidad del uso de monedas virtuales como medio de pago en las transacciones para potenciar la actividad económica del Ecuador en el ámbito internacional”**, concluye que, el conocimiento de las monedas virtuales hoy en día, ha sido de mayor tendencia gracias al actual y concurrente uso a nivel global. Según datos de las encuestas realizadas en esa tesis, el 66% de empresarios tienen conocimientos sobre las monedas virtuales que se emplean en los negocios internacionales. Los empresarios, están dispuestos a utilizar plataformas de comunidades digitales, cuyo medio de pago sean monedas virtuales, beneficiando sus actividades económicas, al incrementar sus ventas hacia mercados internacionales.

En discrepancia con la tesis anterior, el incremento de las ventas en el mercado local, tal como se manifiesta en la Tabla 37 y Gráfico 26, donde el 66.7% de los encuestados indican en un nivel MEDIO y 33.3% indican un nivel BAJO, para el incremento de las facturas pagadas por mes, usando criptomonedas, difiere del 100% mostrado en la Tabla 23 y Gráfico 12, que posiciona en un nivel MEDIO a este incremento.

(CAINICELA VILLALOBOS, 2019), en su tesis titulada: **“Evaluación del Bitcoin como medio de pago electrónico y su impacto financiero y tributario en los establecimientos comerciales de Lima Metropolitana, año 2019”**, concluye que, el Bitcoin como medio de pago electrónico, impacta financieramente y tributariamente en los establecimientos comerciales de Lima Metropolitana. Esta conclusión, guarda relación con los resultados de la Tabla 38 y Gráfico 27, a diferencia de la Tabla 24 y Gráfico 13, de nuestra investigación, donde los encuestados manifestaron un incremento positivo en las ventas de la empresa, gracias a la implementación de la plataforma de pagos con criptomonedas.

Según (GRASSA FIGUEROA, 2018), en su tesis titulada: **“Análisis del dinero electrónico como medio de pago alternativo e instrumento para la inclusión financiera”**, concluye que, el dinero electrónico facilita la inclusión financiera en el Perú. Se ha verificado que una adecuada cultura de información, influye positivamente en el proceso de inclusión financiera en el Perú, considerando que los sectores de menores recursos, puedan acceder a un celular desde donde podrán tener la información a la mano, reduciendo barreras como la ubicación geográfica y, con ello, los altos costos asociados a los servicios financieros. Es decir, con el uso de dinero electrónico, aquellas personas que no pueden acceder a productos bancarios o financieros, pueden adentrarse en el mundo del comercio electrónico, sin necesidad de avales o evaluaciones crediticias. Eso se ve apenas reflejado en un incremento de las ventas y los ingresos de la empresa Electrocom, debido al mayor uso que le dan las personas al dinero físico sobre el dinero digital, tal como se aprecia en

la comparación entre la Tabla 27 y Gráfico 16, donde el 66.7% de los encuestados indicaron un nivel MEDIO y 33.3% indicaron un nivel BAJO en relación al incremento de los ingresos mensuales de la empresa; contra la Tabla 41 y Gráfico 30, donde el 100% de los encuestados manifiestan un incremento en los ingresos mensuales de la empresa.

A mayor inclusión financiera, mayores ingresos para las empresas.

5.2 CONCLUSIONES

A medida que se incrementa la popularidad del dinero digital, frente al dinero físico, las empresas deben ir adaptando sus sistemas, para acoplarse a la moda y a las nuevas metodologías de pago. El uso de criptomonedas, representa una gran oportunidad para incrementar los ingresos de las empresas, sobre todo después de la gran crisis provocada por la pandemia del 2020.

En lo que concierne a esta investigación, para adaptarse a esos nuevos vientos tecnológicos y comerciales, se implementó una plataforma de comercio electrónico, que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, para tratar de incrementar el volumen de ventas de la empresa en evaluación.

En línea con el desarrollo de esta investigación, hemos llegado a las siguientes conclusiones:

- a. La implementación de una plataforma de comercio electrónico, que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, incrementó, en escasa medida, el número de facturas procesadas y pagadas en la empresa ELECTROCOM, comparando los resultados pre y post test, a las preguntas 7, 8 y 10 de nuestra encuesta.
- b. La implementación de una plataforma de comercio electrónico, que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, incrementó, en escasa medida, el nivel de crecimiento mensual en las ventas, de la empresa ELECTROCOM, comparando los resultados pre y post test, a las preguntas 11 y 12 de nuestra encuesta.
- c. Se incrementó, en escasa medida, el nivel de crecimiento del margen neto sobre los ingresos mensuales en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que usa criptomonedas como medio de pago, comparando los resultados pre y post test, a las preguntas 13 y 14 de nuestra encuesta.

5.3 RECOMENDACIONES

Del análisis de la investigación realizada, podemos proponer las siguientes recomendaciones:

- Estudiar la parte jurídica y tributaria, concerniente a los activos digitales y criptomonedas en el Perú, ya que aún está en un estado incipiente, pero que, en el corto plazo puede cambiar de forma repentina y tener un impacto posiblemente perjudicial, afectando así su adopción como tecnología disruptiva dentro de las empresas peruanas.
- La capacitación al personal, sobre el uso de esta plataforma, debe ser periódica, no sólo para el correcto procesamiento de transacciones, sino también para brindar una buena información a los clientes, para absolver sus dudas, respecto a este nuevo método de pago.
- La parte administrativa de la empresa, debe estudiar el tema de criptomonedas de manera constante, para la correcta toma de decisiones, así se evitarán pérdidas considerables en el negocio.
- Realizar campañas informativas, de manera local, sobre los beneficios del uso de criptomonedas como medio de pago, para disminuir la desconfianza de las personas e incrementar el número de clientes en la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACOSTA VÉLIZ, MARJORIE, y otros. 2018. *La Administración de Ventas*. ALICANTE, ESPAÑA : 3CIENCIAS, 2018. 9788494825729.

ATME MENDOZA, MARCOS MARTIN y GAMARRA FLORES, DANITZA DE LAS NIEVES. 2020. *Las criptomonedas como medio de pago y su influencia en el comercio electrónico*. LIMA, PERÚ : UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ, 2020.

Blockchain y mercados financieros: aspectos generales del impacto regulatorio de la aplicación de la tecnología blockchain en los mercados de crédito de América Latina. **CORREDOR HIGUERA, JORGE ARMANDO y DÍAZ GUZMÁN, DAVID. 2018.** 81, LIMA, PERÚ : Derecho PUCP, 2018.

CAINICELA VILLALOBOS, GIANELLA. 2019. *Evaluación del Bitcoin como medio de pago electrónico y su impacto financiero y tributario en los establecimientos comerciales de Lima Metropolitana*. LIMA, PERÚ : UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS, 2019.

COLLINS DICTIONARY. COLLINS DICTIONARY. [En línea] [Citado el: 12 de 03 de 2022.] <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/nft>.

Contratos inteligentes: Análisis jurídico desde el marco legal Español. **FETSYAK, IHOR. 2020.** RIOJA, ESPAÑA : UNIVERSIDAD DE LA RIOJA, 2020. 1695-078X.

Criptomonedas, economía y derecho. **BARROILHET DÍEZ, AGUSTIN. 2019.** 1, SANTIAGO DE CHILE, CHILE : Revista chilena de derecho y tecnología, 2019, Vol. 8.

ECONOMIPEDIA. 2020. ECONOMIPEDIA. [En línea] 2020. [Citado el: 07 de 03 de 2022.] <https://economipedia.com/definiciones/medios-de-pago.html>.

El Bitcoin: una revisión de las ventajas y desventajas de las transacciones comerciales con dinero virtual. **RODAS PORTILLO, ANTONIO y NÚÑEZ GILL, SERGIO ARIEL. 2021.** 6, CIUDAD DE MÉXICO, MÉXICO : CIENCIA LATINA REVISTA CIENTÍFICA MULTIDISCIPLINAR, 2021, Vol. 5.

ESIC BUSINESS & MARKETING SCHOOL. 2018. ESIC. [En línea] 09 de 2018. [Citado el: 11 de 03 de 2022.] <https://www.esic.edu/rethink/tecnologia/la-moneda-ethereum-el-ether-para-que-se-diseno-y-como-se-gestiona>.

GAFI. 2015. GRUPO DE ACCIÓN FINANCIERA INTERNACIONAL. [En línea] 2015. [Citado el: 22 de 02 de 2022.] <https://www.fatf-gafi.org/media/fatf/documents/Directrices-para-enfoque-basada-en-riesgo-Monedas-virtuales.pdf>.

GAITÁN LEÓN, GABRIEL. 2019. COMUNIDAD CONTABLE. [En línea] 22 de 04 de 2019. [Citado el: 24 de 02 de 2022.] <https://www.comunidadcontable.com/BancoMedios/Documentos%20PDF/criptoactivos.pdf>.

GRASSA FIGUEROA, DIANA FABIOLA. 2018. *Análisis del dinero electrónico como medio de pago alternativo e instrumento para la inclusión financiera*. LIMA, PERÚ : UNIVERSIDAD INCA GARCILAZO DE LA VEGA, 2018.

HERNANDEZ SAMPIERI, ROBERTO, FERNANDEZ COLLADO, CARLOS y BAPTISTA LUCIO, PILAR. 1997. *Metodología de la Investigación*. México : Mc Graw-Hill, 1997.

KERIN, ROGER, HARTLEY, STEVEN y RUDELIUS, WILLIAM. 2012. *Marketing: The Core*. USA : McGraw-Hill Higher Education, 2012.

La Criptografía como elemento de la seguridad informática. **MARRERO TRAVIESO, YRAN. 2003.** 6, LA HABANA, CUBA : ACIMED, 2003, Vol. 11.

LINKEA TU ABOGADO. 2020. LINKEA TU ABOGADO. [En línea] 10 de 08 de 2020. [Citado el: 05 de 04 de 2022.] <https://linkeatuabogado.com/cuales-son-las-normas-que-regulan-el-ecommerce-o-comercio-electronico/>.

MAIZA NÚÑEZ, KAREN PRISCILA y MORÁN NIETO, CHRISTIAN ALBERTO. 2014. *Estudio de factibilidad del uso de monedas virtuales como medio de pago en las transacciones para potenciar la actividad económica del Ecuador en el ámbito internacional*. GUAYAQUIL, ECUADOR : UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL, 2014.

MARTIN, PEDRO. 2018. *Teletrabajo y comercio electrónico*. MADRID, ESPAÑA : MINISTERIO DE EDUCACIÓN DE ESPAÑA, 2018.

MEF SMV. 2020. SMV.GOB.PE. [En línea] 2020. [Citado el: 05 de 04 de 2022.] https://www.smv.gob.pe/Uploads/Comunicado_Criptomonedas_ICO.pdf.

MENDOZA TELLO, JULIO CÉSAR. 2019. *Innovación disruptiva de las criptomonedas para la sociedad y el comercio electrónico*. ALICANTE, ESPAÑA : UNIVERSIDAD DE ALICANTE, 2019.

ROSETO PAREDES, KATHERINE DENNISSE. 2017. *Uso de criptomonedas como medio de pago de las PYMES exportadoras*. GUAYAQUIL, ECUADOR : UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, 2017.

SOMALO PEÑERA, IGNACIO. 2018. *El comercio electrónico*. MADRID, ESPAÑA : Alfaomega, 2018.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia.

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos.

Anexo 03: Capturas de pantalla de la plataforma de comercio electrónico.

Anexo 01: Matriz de consistencia

“CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA ‘ELECTROCOM’, IQUITOS - 2022”

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Dimensiones e Indicadores	Índices	Metodología
<p>Problema general:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico influyen en la mejora de la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022? <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico impulsan la facturación en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022? ¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico generan ingresos satisfactorios en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022? 	<p>Objetivo general:</p> <ul style="list-style-type: none"> Demostrar la mejora en la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022. <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar el número total de facturas procesadas en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022. Determinar el nivel de crecimiento mensual de las ventas en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta 	<p>Hipótesis general:</p> <ul style="list-style-type: none"> La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá mejorar la gestión de ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022. <p>Hipótesis específicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá aumentar el número total de facturas procesadas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022. La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá elevar el nivel de crecimiento mensual de 	<p>Independiente (X): Plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago.</p>	<p>Eficiencia</p> <ul style="list-style-type: none"> Nivel promedio de tiempo empleado en procesar una transacción con criptomonedas. <p>Efectividad</p> <ul style="list-style-type: none"> Nivel promedio de ocurrencia de fallos al procesar una transacción con criptomonedas. <p>Usabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> Porcentaje de éxito al realizar correctamente una transacción con criptomonedas. 	<p>Alto: más de 15 minutos. Medio: entre 5 y 15 minutos. Bajo: menos de 5 minutos</p> <p>Alto: más de 1 fallo. Medio: 1 fallo. Bajo: ningún fallo.</p> <p>Alto: más de 95%. Medio: entre 55% y 95%. Bajo: menos de 55%.</p>	<p>Tipo de investigación: Aplicada. Diseño de investigación: Pre experimental correlacional transeccional, con pre test y post test de un solo grupo.</p> <p>G: O1 X O2 Donde: G: Grupo experimental O1: Pre Test O2: Post Test</p> <p>Población: La población a tomar en cuenta para la presente investigación estará conformada por todos los trabajadores de la empresa ELECTROCOM Iquitos, que en total son 6 individuos.</p> <p>Muestra: La muestra será de tipo no probabilístico</p>
			<p>Dependiente (Y): Gestión de Ventas</p>	<p>Rendimiento</p> <ul style="list-style-type: none"> Número total de facturas procesadas por mes. Número total de facturas pagadas por mes. 	<p>Alto: más de 200. Medio: entre 100 y 200. Bajo: menos de 100.</p>	

<ul style="list-style-type: none"> ¿De qué manera las criptomonedas como medio de pago en transacciones de comercio electrónico aseguran la rentabilidad en la empresa ELECTROCOM, Iquitos - 2022? 	<p>transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> Determinar el nivel de crecimiento del margen neto en la empresa ELECTROCOM, mediante la implementación de una plataforma de comercio electrónico que acepta transacciones con criptomonedas como medio de pago, Iquitos – 2022. 	<p>las ventas en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022.</p> <ul style="list-style-type: none"> La implementación de una plataforma de comercio electrónico con soporte para transacciones con criptomonedas como medio de pago, permitirá elevar el nivel de crecimiento del margen neto en la empresa ELECTROCOM, Iquitos – 2022. 		<p>Desempeño - Porcentaje de crecimiento mensual.</p>	<p>Alto: más de 30%. Medio: entre 15% y 30%. Bajo: menos de 15%.</p>	<p>intencional y estará conformada por la totalidad de la población, que son 6 individuos.</p>
				<p>Rentabilidad - Porcentaje del margen neto mensual.</p>		

Anexo 02: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO “A”

Aplicado al personal operativo de la empresa (personal de ventas).

I. PRESENTACIÓN

El presente cuestionario forma parte del proyecto de investigación titulado: “CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA ‘ELECTROCOM’, IQUITOS - 2022”.

II. INSTRUCCIONES

Antes de proceder a responder las preguntas del cuestionario debe leer las siguientes instrucciones:

- ✓ Lea cada una de las preguntas y responda de acuerdo a lo que considere pertinente.
- ✓ Debe responder a todas las preguntas del cuestionario.
- ✓ Podrá solicitar aclaración cuando encuentre alguna dificultad en las preguntas.
- ✓ La información proporcionada será de carácter confidencial.
- ✓ No existen preguntas correctas ni incorrectas.
- ✓ Marque con un aspa (X) solamente una de las alternativas para cada pregunta.
- ✓ La duración aproximada para el llenado del cuestionario será de 15 minutos.

CUESTIONARIO “A”: Aplicado al personal operativo de la empresa (personal de ventas).

Variable independiente: PLATAFORMA DE COMERCIO ELECTRÓNICO CON SOPORTE PARA TRANSACCIONES CON CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO.

Dimensiones: EFICIENCIA, EFECTIVIDAD Y USABILIDAD.

Pregunta 01: ¿Cuál es el nivel promedio de tiempo que emplea usted en procesar una transacción con criptomonedas?

Alto (más de 15 minutos) **Medio** (entre 5 y 15 minutos) **Bajo** (menos de 5 minutos)

Pregunta 02: ¿Cómo califica usted el nivel promedio de tiempo empleado, en general, en procesar una transacción con criptomonedas?

Alto **Medio** **Bajo**

Pregunta 03: ¿Cuál es el nivel promedio de fallos, que le ocurren a usted, durante el procesamiento de una transacción con criptomonedas?

Alto (más de 1 fallo) **Medio** (1 fallo) **Bajo** (ningún fallo)

Pregunta 04: ¿Cómo califica usted el nivel promedio de fallos, en general, que ocurren durante el procesamiento de una transacción con criptomonedas?

Alto **Medio** **Bajo**

Pregunta 05: ¿Cuál es el nivel promedio de éxito, obtenido por usted, al realizar correctamente una transacción con criptomonedas?

Alto (más de 95%) **Medio** (entre 55% y 95%) **Bajo** (menos 55%)

Pregunta 06: ¿Cómo califica usted, en general, el nivel promedio de éxito al realizar correctamente una transacción con criptomonedas?

Alto

Medio

Bajo

CUESTIONARIO “B”

Aplicado al personal administrativo o de gestión de la empresa.

III. PRESENTACIÓN

El presente cuestionario forma parte del proyecto de investigación titulado: “CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO EN TRANSACCIONES DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU INFLUENCIA EN LA GESTIÓN DE VENTAS EN LA EMPRESA ‘ELECTROCOM’, IQUITOS - 2022”.

IV. INSTRUCCIONES

Antes de proceder a responder las preguntas del cuestionario debe leer las siguientes instrucciones:

- ✓ Lea cada una de las preguntas y responda de acuerdo a lo que considere pertinente.
- ✓ Debe responder a todas las preguntas del cuestionario.
- ✓ Podrá solicitar aclaración cuando encuentre alguna dificultad en las preguntas.
- ✓ La información proporcionada será de carácter confidencial.
- ✓ No existen preguntas correctas ni incorrectas.
- ✓ Marque con un aspa (X) solamente una de las alternativas para cada pregunta.
- ✓ La duración aproximada para el llenado del cuestionario será de 15 minutos.

CUESTIONARIO “B”: Aplicado al personal administrativo o de gestión de la empresa.

Variable dependiente: GESTIÓN DE VENTAS

Dimensiones: RENDIMIENTO, DESEMPEÑO Y RENTABILIDAD.

Pregunta 07: ¿Cuál es el nivel promedio del total de facturas de ventas procesadas por mes?

Alto (más de 200 facturas)

Medio (entre 100 y 200 facturas)

Bajo (menos de 100 facturas)

Pregunta 08: ¿Cómo califica usted, en general, el nivel promedio del total de facturas de ventas procesadas por mes?

Alto

Medio

Bajo

Pregunta 09: ¿Cuál es el nivel promedio del total de facturas de ventas pagadas por mes?

Alto (más de 200 facturas)

Medio (entre 100 y 200 facturas)

Bajo (menos de 100 facturas)

Pregunta 10: ¿Cómo califica usted, en general, el nivel promedio del total de facturas de ventas pagadas por mes?

Alto

Medio

Bajo

Pregunta 11: ¿Cuál es el nivel promedio de crecimiento mensual de las ventas de la empresa?

Alto (más de 30%)

Medio (entre 15% y 30%)

Bajo (menos 15%)

Pregunta 12: ¿Cómo califica usted, en general, el nivel promedio de crecimiento mensual de las ventas de la empresa?

Alto

Medio

Bajo

Pregunta 13: ¿Cuál es el nivel promedio del margen neto sobre los ingresos mensuales de la empresa?

Alto (más de 30%)

Medio (entre 15% y 30%)

Bajo (menos 15%)

Pregunta 14: ¿Cómo califica usted, en general, el nivel promedio del margen neto sobre los ingresos mensuales de la empresa?

Alto

Medio

Bajo

Anexo 03: Capturas de pantalla de la plataforma de comercio electrónico



SIGUENOS



Tienda

Orden por defecto ▼ Mostrando 1-6 de 13 resultados

1 2 3 ▶

Tienda

Orden por defecto ▼ Mostrando 1-6 de 13 resultados

1 2 3 ▶



Antena Omnidireccional

¡OFERTA!

electrocom.com/producto/antena-omnidireccional/



Cable UTP CAT 6 DIXON

\$ 298.00

[Añadir al carrito](#)



Cable UTP CAT 6 DIXON LSZH

\$ 590.00

[Añadir al carrito](#)

- Pagina inicial de la tienda virtual

SIGUENOS



Tienda

Orden por defecto ▼

Mostrando 1-6 de 13 resultados

1 2 3 ▶



Antena Omnidireccional

OFERTA

👉 \$ 280.00

Añadir al carrito



Cable UTP CAT 6 DIXON

\$ 298.00

Añadir al carrito



Cable UTP CAT 6 DIXON LSZH

\$ 500.00

Añadir al carrito



- [Catálogo de productos](#)

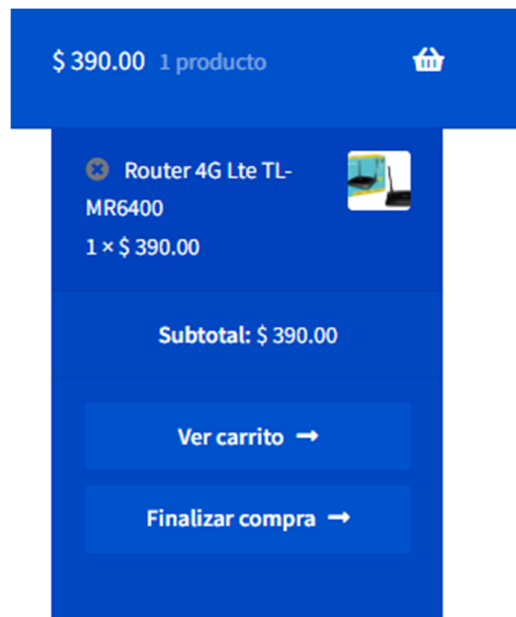


Router 4G Lte TL-MR6400

\$ 390.00

[Añadir al carrito](#)

- Elección de un producto a través del botón “Añadir al carrito”



- Visualización de mini carrito de compras



Router 4G Lte TL-MR6400

\$ 390.00

1

Añadir al carrito

Categoría: [Router](#)



Descripción >

Descripción

Valoraciones (0)

Router 4G Lte Inalámbrico 300mbps TL-MR6400 Apac

- Visualización del detalle y descripción del producto seleccionado

Carrito

Producto	Precio	Cantidad	Subtotal
 Router 4G Lte TL-MR6400	\$ 390.00	1	\$ 390.00

Actualizar carrito

- Visualización del carrito de compras

Total del carrito

Subtotal	\$ 390.00
Total	\$ 390.00

Finalizar compra →

- Visualización del total del carrito de compras y botón de finalización de compra

electrocomiquitos.com/finalizar-compra/

Finalizar compra

Detalles de facturación

Nombre: Apellidos:

Nombre de la empresa (opcional)

País / Región:

Tu pedido

Producto	Subtotal
Router 4G Lte TL-MR6400 × 1	\$ 390.00
Subtotal	\$ 390.00
Total	\$ 390.00

- Pantalla de finalización de compra, ingreso de datos del cliente y resumen de pago.

Dirección de la calle: Jr. Tacna 525


Apartamento, habitación, etc. (opcional)

Población: Iquitos


Región / Provincia: Loreto

Código postal: 16001


Teléfono: 999524871

- Transferencia bancaria directa
- Pagos por cheque
- Contra reembolso
- Bitcoin y otras Criptomonedas 


Paga con Bitcoin y otras Criptomonedas

- Débito o crédito 
- PayPal

- Datos del cliente y elección del método de pago

- Transferencia bancaria directa
- Pagos por cheque
- Contra reembolso
- Bitcoin y otras Criptomonedas 

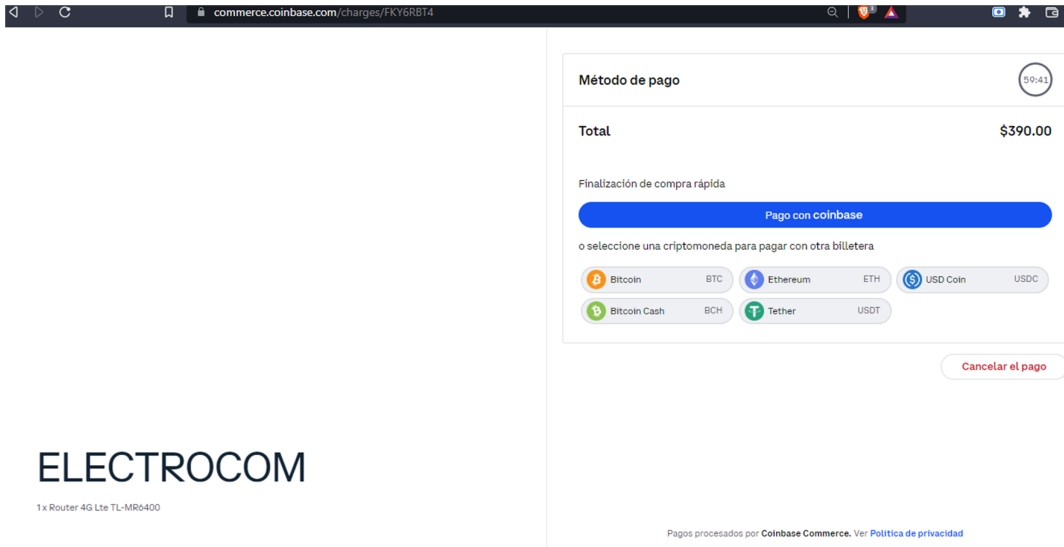
Paga con Bitcoin y otras Criptomonedas

- Débito o crédito 
- PayPal

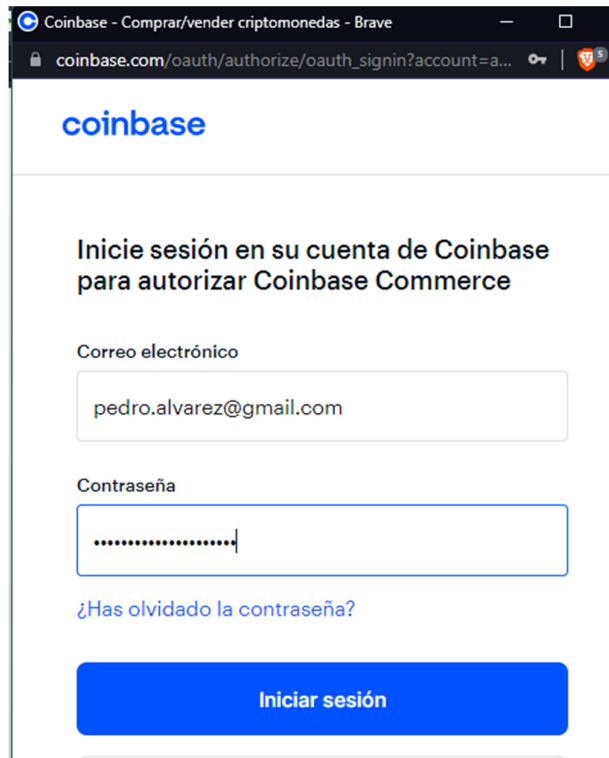
He leído y estoy de acuerdo con los [términos y condiciones](#) de la web.

Proceed to Coinbase

- Elección del método de pago, para pago con Criptomonedas se procede a la pasarela administrada por Coinbase.com



- Página de Coinbase.com para el cobro con criptomonedas, del comercio ELECTROCOM. Opciones del cliente(usuario) para elegir pago con Billetera digital de Coinbase o con otra billetera digital.




- En el caso de pago con billetera de Coinbase, se pide al cliente (usuario), iniciar sesión con sus credenciales de Coinbase.

Enviar pago

Abre tu billetera de criptomonedas y escanea el código QR. También puedes copiar la dirección de BTC que aparece a continuación para hacer un pago.

56:01



Dirección BTC	Copiar
3NPBCbzuXYyzaAJFZAkeiirDAAETq3RrU	
Monto total	Copiar
0.01839699 BTC	

[Volver](#)

[Cancelar el pago](#)

- En el caso de pago con billetera externa a Coinbase, se pide al cliente (usuario), escanear un código QR desde la app de su billetera digital de criptomonedas para proceder al pago.