



Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas Escuela Profesional de Administración de Empresas

Influencia del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las bodegas y tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025

Tesis presentada por:

Garcia Chirinos, Diego Alejandro

ORCID: 0009-0009-1043-6223

para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Asesor:

Dr. Ugarte Concha, Ángel Roland

ORCID: 0000-0003-0459-6211

Arequipa – Perú

2026

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 17 de Junio del 2026

Dictamen: 016812-C-EPAE-2026

Visto el borrador del expediente 016812, presentado por:

2019810081 - GARCIA CHIRINOS DIEGO ALEJANDRO

Titulado:

**INFLUENCIA DEL USO DE LA BILLETERA DIGITAL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN LAS
BODEGAS Y TIENDAS POR CONVENIENCIA DE AREQUIPA METROPOLITANA 2025**

Nuestro dictamen es:

APROBADO

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

LICENCIADO (A) EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**41635889 - LEWIS ZUÑIGA PATRICIO FEDERICO
DICTAMINADOR**



**70861840 - CARDENAS NUÑEZ BETH EVELYN
DICTAMINADOR**



**45350869 - PINTO HURTADO ALONZO
DICTAMINADOR**



INFLUENCIA DEL USO DE LA BILLETERA DIGITAL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN LAS BODEGA POR CONVENIENCIA DE AREQUIPA METROPOLITANA 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

4%

FUENTES DE INTERNET

3%

PUBLICACIONES

1%

TRABAJOS DEL ESTUD

FUENTES PRIMARIAS

1

[idoc.pub](#)

Fuente de Internet

2

[revfinypolecon.ucatolica.edu.co](#)

Fuente de Internet

3

Submitted to Universidad Católica de Santa María

Trabajo del estudiante

4

[api-repositorio.unapiquitos.edu.pe](#)

Fuente de Internet

Excluir citas

Excluir bibliografía

Apagado

Apagado

Excluir coincidencias

< 1%

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis a mis padres Renzo y Jessica, quienes con su sacrificio, apoyo y fe en mí hicieron posible lograr cumplir este sueño anhelado, sé que ha sido un camino difícil, pero gracias a ustedes por ayudarme a no rendirme.

A mi hermano Santiago, por su presencia y su manera de ser, que este logro también te sirva de inspiración a que uno debe seguir hasta el final para lograr lo que uno se propone.

A mis abuelos “Lobo” y Eva, quienes, con su cariño y apoyo, fue posible cumplir esta meta, siempre les estaré agradecido.

A mi abuelo Pastor, por su apoyo constante y perseverante que ha tenido conmigo a través de este largo camino, siempre agradeceré tu apoyo y la preocupación que tuviste para lograr este objetivo.

Y de manera muy especial, a mi abuela Bersa, que desde el cielo me sigues guiando y apoyando con el recuerdo de tu cariño que siempre llevo presente.

Esta tesis no es solo un logro mío, sino también de ustedes.

AGRADECIMIENTOS

Agradecer a la Universidad Católica de Santa María, por darme la oportunidad de lograr obtener el conocimiento que me ayudara a crecer personal como profesionalmente.

A los docentes que, a través de los años, me han brindado sus conocimientos y enseñanzas que me ayudaran en el mundo profesional.

A mis padres por darme la oportunidad de estudiar en la universidad y lograr tener formación profesional.



RESUMEN

Este estudio evalúa la influencia del uso de la billetera digital en la inclusión financiera de las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana en 2025. Bajo un diseño cuantitativo, no experimental y transversal, se encuestó a 200 responsables de establecimientos. Se operacionalizó el uso de la billetera digital mediante tres dimensiones: facilidad de uso, confianza y seguridad, y aspectos comerciales derivados del uso; y se evaluó la inclusión financiera a través de los componentes de acceso, uso, calidad y bienestar. Los resultados indican que el uso global de la billetera digital tiene un efecto positivo y estadísticamente significativo sobre la inclusión financiera. Asimismo, también se comprobó que cada una de las dimensiones medidas influye de manera positiva y significativa: mayor facilidad de uso, mayor confianza y seguridad, así como mejores beneficios comerciales se relacionan con mayores niveles de inclusión. El perfil demográfico mostró predominio de mujeres, nivel educativo secundario o técnico, y alta disponibilidad de conectividad, lo que configura un contexto favorable para la adopción digital en el ámbito metropolitano de Arequipa. Se concluye que la simplificación de interfaces, el fortalecimiento de los mecanismos de confianza y la vinculación de los pagos electrónicos con incentivos comerciales constituyen estrategias clave para ampliar la inclusión financiera en el comercio minorista urbano.

Palabras clave: billetera digital, inclusión financiera, micro comercio.

ABSTRACT

This study evaluates the influence of digital wallet usage on financial inclusion among convenience stores in the Arequipa Metropolitan Area in 2025. Using a quantitative, nonexperimental, cross-sectional design and surveying 200 store operators, the research operationalized digital wallet usage via three dimensions: complexity (ease of use), trust and security, and sales aspects; and assessed inclusion through access, usage, quality, and wellbeing in formal financial services. Findings indicate that overall digital wallet usage has a positive and statistically significant effect on financial inclusion. Each dimension likewise exhibits a positive and significant influence: increased ease of use, greater trust and security, and stronger commercial benefits correspond to higher levels of inclusion. Demographic profiling revealed a majority of female operators, secondary or technical education levels, and sufficient connectivity, suggesting a favorable context for digital adoption. The conclusion emphasizes that simplifying interfaces, strengthening trust mechanisms, and aligning digital payments with commercial incentives are essential strategies to enhance financial inclusion in micro-retail settings.

Keywords: digital wallet, financial inclusion, micro-commerce.

ÍNDICE

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCIÓN 1

CAPÍTULO I 4

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO 4

1.1. Descripción del problema 4

1.2. Interrogantes 7

1.2.1. Interrogante general 7

1.2.2. Interrogantes específicas 7

1.3. Objetivos de Investigación 8

1.3.1. Objetivo general 8

1.3.2. Objetivos específicos 8

1.4. Justificación de la investigación 8

1.4.1. Justificación académica 8

1.4.2. Justificación económica 9

1.4.3. Justificación social 9

1.4.4. Justificación práctica 10

1.4.5. Justificación metodológica 11

1.5. Limitaciones de la investigación 11

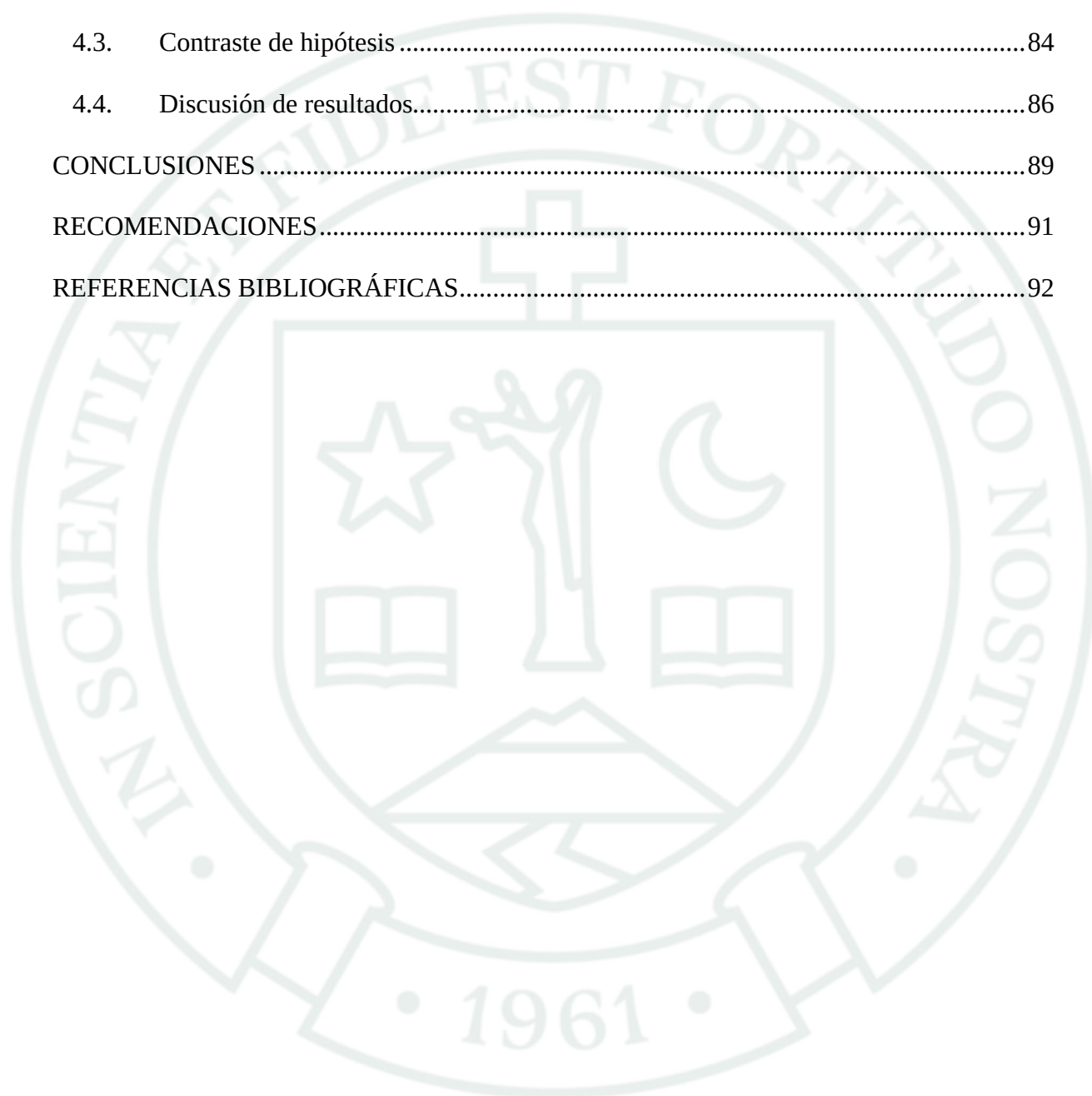
CAPÍTULO II 13

2. MARCO TEÓRICO 13

2.1. Marco Conceptual 13

2.1.1.	Concepto de billeteras digitales	13
2.1.2.	Concepto de inclusión financiera.....	17
2.2.	Operacionalización de las variables.....	22
2.2.1.	Matriz de operacionalización.....	22
2.2.2.	Matriz de Consistencia.....	23
2.3.	Antecedentes.....	24
2.3.1.	Antecedentes Internacionales.....	24
2.3.2.	Antecedentes Nacionales.....	25
2.3.3.	Antecedentes Locales.....	27
2.4.	Hipótesis	28
2.4.1.	Hipótesis general.....	28
2.4.2.	Hipótesis específicas.....	28
CAPÍTULO III.....		29
3.	PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....	29
3.1.	Tipo, enfoque, diseño y nivel de investigación.....	29
3.1.1.	Tipo de investigación.....	29
3.1.2.	Enfoque de investigación.....	29
3.1.3.	Diseño de investigación	29
3.1.4.	Nivel de investigación.....	30
3.2.	Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos.....	30
3.3.	Delimitación geográfica y temporal.....	31
3.4.	Campo, área, línea y sub línea de investigación	32
3.5.	Población y diseño muestral	32
3.6.	Estrategias de recolección de datos.....	33
3.7.	Procesamiento y análisis de datos.....	35

CAPÍTULO IV.....	38
4. RESULTADOS.....	38
4.1. Análisis descriptivo.....	39
4.2. Análisis inferencial	76
4.3. Contraste de hipótesis	84
4.4. Discusión de resultados.....	86
CONCLUSIONES	89
RECOMENDACIONES.....	91
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	92



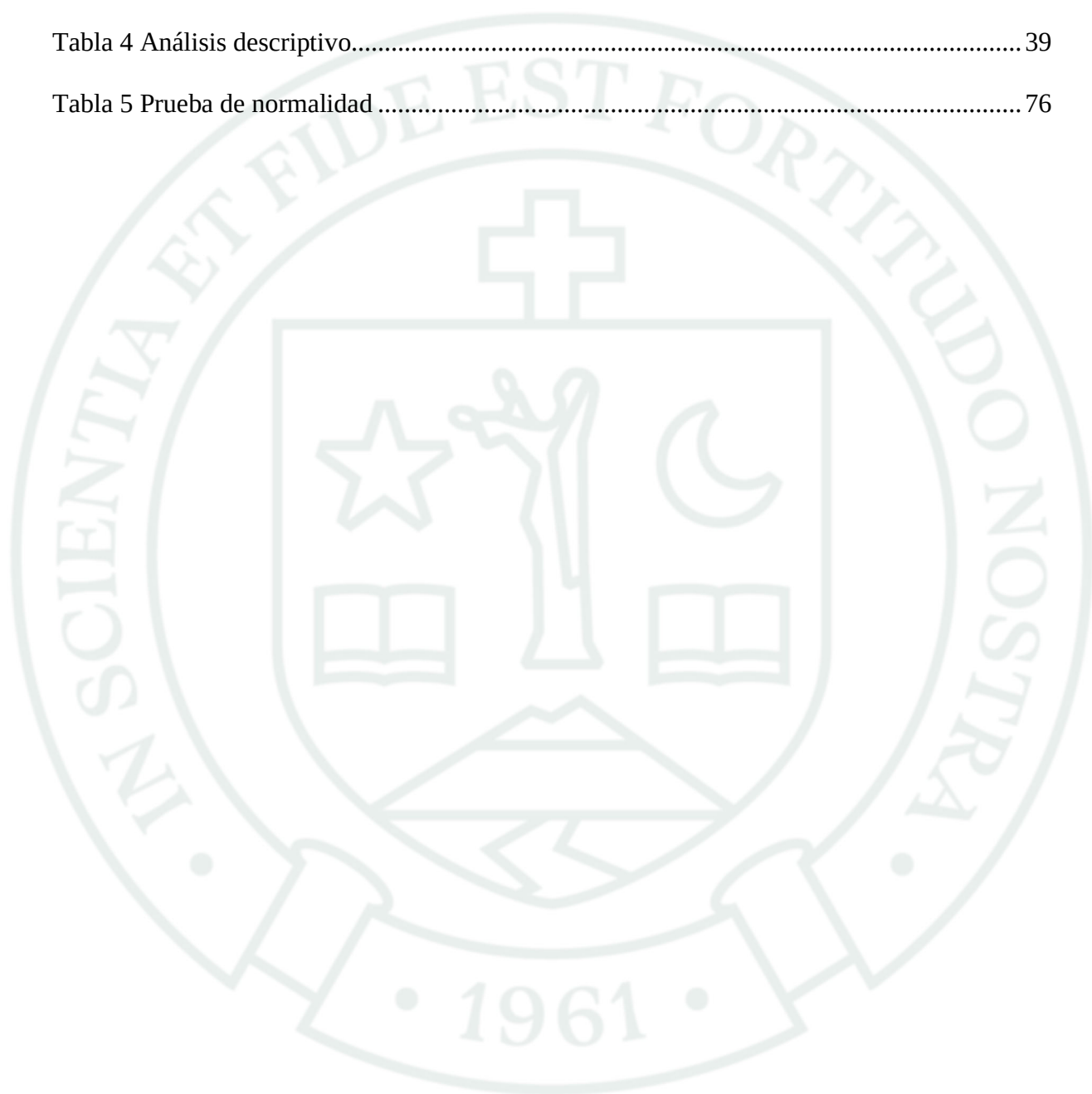
ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Evolución de la bancarización y del uso de pagos digitales en el Perú.....	5
Figura 2 Nivel de bancarización por departamento en el Perú, 2022	6
Figura 3 Distribución de distrito	41
Figura 4 Máximo nivel educativo alcanzado del responsable de la bodega	42
Figura 5 Distribución por género del responsable	43
Figura 6 Distribución por grupos de edad.....	44
Figura 7 Tiempo a cargo del negocio	45
Figura 8 Nivel de alfabetización digital del responsable	46
Figura 9 Tiempo a cargo del negocio	47
Figura 10 Tenencia del local.....	48
Figura 11 Número de trabajadores.....	49
Figura 12 Disponibilidad de smartphone para cobros	50
Figura 13 Acceso a Internet en el local.....	51
Figura 14 Facturación promedio mensual.....	52
Figura 15 Horario de atención principal	53
Figura 16 Distribución de respuestas sobre la percepción de confianza y seguridad.....	54
Figura 17 Percepción sobre la complejidad de uso de la billetera digital.....	55
Figura 18 Distribución de respuestas sobre aspectos de ventas.....	56
Figura 19 Distribución de respuestas sobre la percepción de uso de billeteras digitales	57
Figura 20 Distribución de respuestas sobre bienestar asociado a la inclusión financiera	58
Figura 21 Preferencia de uso de la billetera digital frente a otros medios de pago	59
Figura 22 Distribución de respuestas sobre calidad percibida en productos financieros	60
Figura 23 Percepción de IF Acceso en escala 1 a 5.....	61
Figura 24 Distribución de respuestas sobre inclusión financiera.....	62

Figura 25 Billetera digital – Confianza y seguridad por distrito	63
Figura 26 Billetera digital – Complejidad por distrito.....	64
Figura 27 Billetera digital – Aspectos de ventas por distrito.....	65
Figura 28 Billetera digital – Puntuación global por distrito	66
Figura 29 Inclusión financiera – Acceso por distrito.....	67
Figura 30 Inclusión financiera – Uso por distrito	68
Figura 31 Inclusión financiera – Calidad por distrito	69
Figura 32 Promedio global de inclusión financiera por distrito	70
Figura 33 Inclusión financiera – Puntuación global por distrito.....	71
Figura 34 Variables globales por género	72
Figura 35 Dimensiones de billetera digital por género	73
Figura 36 Dimensiones de inclusión financiera por género.....	74
Figura 37 Variables globales por distrito.....	75
Figura 38 Billetera digital global por rango de facturación	76
Figura 39 Influencia entre complejidad de la billetera e inclusión financiera	78
Figura 40 Influencia entre ventas del uso de billetera digital e inclusión financiera.....	79
Figura 41 Influencia entre confianzas y seguridad e inclusión financiera.....	80
Figura 42 Influencia global entre uso de billetera digital e inclusión financiera.....	82
Figura 43 Asociación entre dimensiones de percepción.....	83

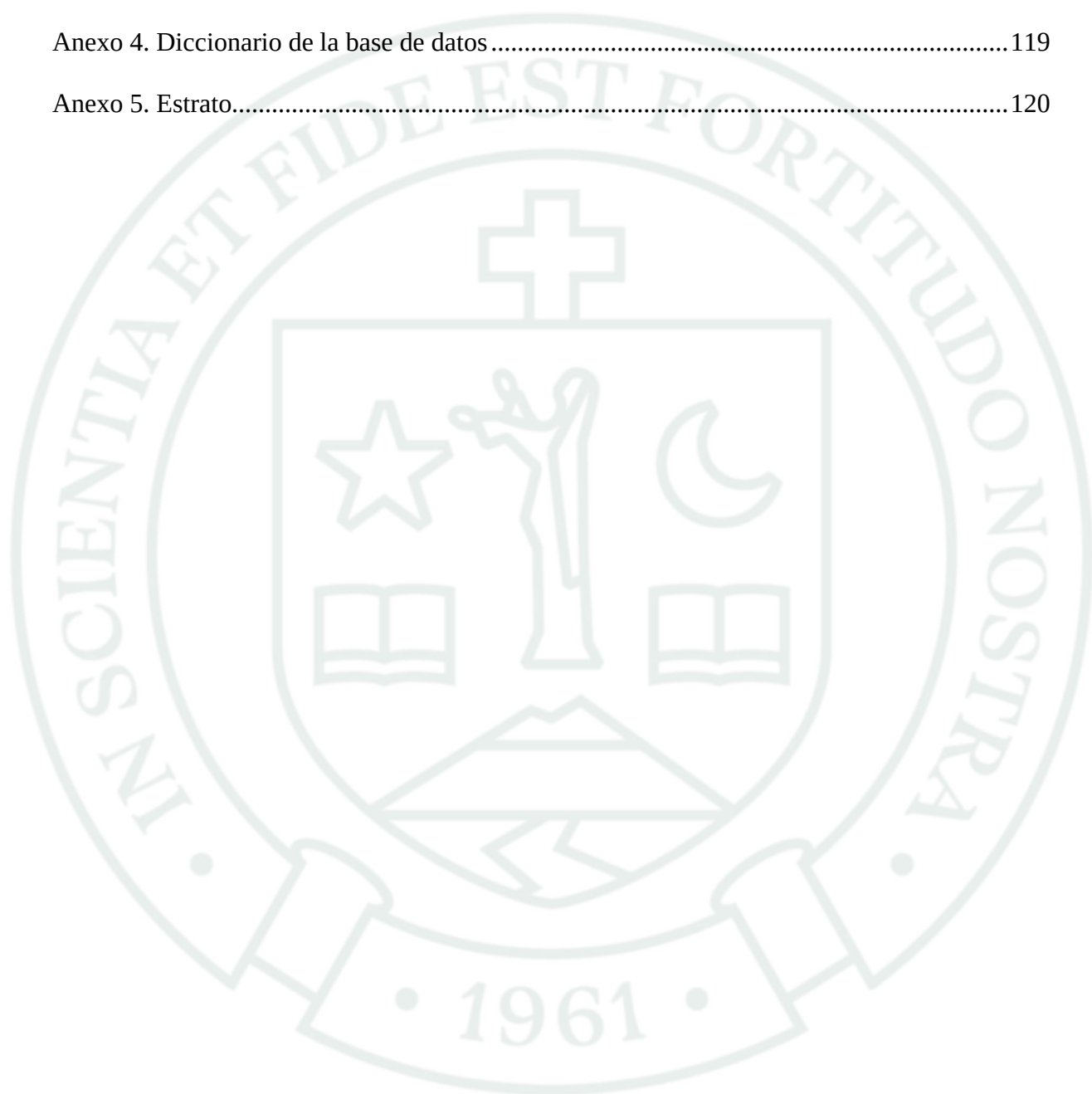
ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz de Operacionalización de Variables.....	22
Tabla 2 Matriz de Consistencia.....	23
Tabla 3 Criterios de la población.....	32
Tabla 4 Análisis descriptivo.....	39
Tabla 5 Prueba de normalidad.....	76



ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Fichas técnicas de las encuestas	99
Anexo 2. Base de datos según filtro de SUNAT	106
Anexo 3. Link Base de Datos Arequipa:	118
Anexo 4. Diccionario de la base de datos	119
Anexo 5. Estrato.....	120



INTRODUCCIÓN

La transformación digital de los medios de pago ha modificado de manera progresiva la dinámica comercial en los entornos urbanos, especialmente en aquellos espacios donde predominan las transacciones rápidas, frecuentes y de bajo monto. En este contexto, las tiendas por conveniencia cumplen una función relevante dentro de la actividad económica local, debido a que constituyen establecimientos de proximidad que atienden necesidades inmediatas de consumo y mantienen una interacción constante con los usuarios. En Arequipa Metropolitana, esta realidad adquiere particular importancia, puesto que el uso de billeteras digitales se ha incorporado de forma creciente a las prácticas cotidianas de compra y cobro, generando nuevas exigencias para los pequeños negocios en términos de adaptación tecnológica, organización operativa y vinculación con los servicios financieros formales.

A pesar de dicho avance, la incorporación de medios de pago digitales no necesariamente garantiza, por sí sola, una mejora integral en la situación financiera de los comercios. En muchos casos, la aceptación de billeteras digitales convive con limitaciones vinculadas al acceso a productos financieros, al uso continuo de herramientas formales, a la calidad de los servicios recibidos y a la percepción de bienestar económico derivada de su utilización. Esta situación plantea una necesidad concreta de análisis, pues no basta con constatar que una tecnología se encuentra disponible o que ha sido adoptada parcialmente; resulta necesario determinar en qué medida dicha herramienta se relaciona con procesos más amplios de inclusión financiera dentro de unidades comerciales de pequeña escala.

Bajo esa lógica, la presente investigación se orienta a examinar la influencia del uso de la billetera digital en la inclusión financiera de las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana durante el año 2025. El interés central del estudio radica en comprender si el empleo de este medio de pago representa únicamente una alternativa operativa para efectuar cobros con mayor rapidez o si, además, contribuye a fortalecer el acceso, el uso, la calidad y el

bienestar financiero de los negocios evaluados. De esta manera, la investigación no se limita a describir la presencia de una herramienta tecnológica en el comercio minorista, sino que busca establecer su alcance dentro de una problemática económica y administrativa de mayor amplitud.

Para desarrollar dicho propósito, el estudio aborda el uso de billetera digital a partir de componentes que resultan decisivos en la experiencia del comerciante. Entre ellos se consideran la facilidad de uso o complejidad operativa, la confianza y seguridad percibidas, y los aspectos de ventas asociados a la utilización del medio de pago. Estas dimensiones permiten evaluar si la adopción del sistema responde a criterios de simplicidad, respaldo y utilidad comercial. A su vez, la inclusión financiera es examinada desde una perspectiva multidimensional que comprende el acceso a servicios financieros, su utilización efectiva, la calidad percibida y el bienestar vinculado a la gestión económica del negocio. Esta estructura analítica permite establecer una relación más precisa entre el comportamiento tecnológico del comerciante y sus condiciones de integración financiera.

La relevancia del estudio también se sustenta en su utilidad práctica. En el ámbito comercial, los resultados permitirán identificar si la billetera digital constituye un recurso que favorece no solo la atención al cliente y la agilidad en las operaciones, sino también una mejor organización de los ingresos, una mayor trazabilidad de las ventas y una interacción más cercana con mecanismos financieros formales. En el ámbito de gestión, los hallazgos podrán aportar evidencia para la toma de decisiones relacionadas con capacitación, fortalecimiento de la confianza digital, mejora de procesos de cobro y promoción de estrategias que faciliten una adopción tecnológica más efectiva en pequeños establecimientos urbanos.

En cuanto a su organización, el trabajo se encuentra estructurado en cuatro capítulos. El Capítulo I desarrolla el planteamiento del problema, los objetivos, las hipótesis, la justificación y la delimitación de la investigación, estableciendo el sustento general que orienta

el estudio. El Capítulo II presenta el marco teórico y la operacionalización de variables, precisando los enfoques conceptuales, las dimensiones analizadas y los indicadores que sirven de base para la construcción del instrumento. El Capítulo III expone la metodología, incluyendo el enfoque cuantitativo, el diseño no experimental de corte transversal, la población y muestra de estudio, así como las técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos. Finalmente, el Capítulo IV contiene la presentación e interpretación de los resultados, la discusión de los hallazgos, y el desarrollo de las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

En conjunto, la investigación busca aportar una comprensión más clara sobre el papel que cumplen las billeteras digitales en la realidad comercial de Arequipa Metropolitana, considerando que su expansión no debe evaluarse únicamente por su presencia en el mercado, sino por su capacidad para contribuir de manera concreta a procesos de inclusión financiera en negocios de proximidad. Desde esta perspectiva, el estudio se inscribe en una problemática actual y pertinente, cuya comprensión puede resultar útil tanto para el ámbito académico como para la gestión del comercio minorista local.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1.1. Descripción del problema

A escala internacional, los pagos digitales han dejado de constituir un mecanismo complementario para convertirse en un componente central del intercambio comercial. Worldpay (2025) informó que las billeteras digitales concentraron el 66 por ciento del valor del comercio electrónico mundial y el 38 por ciento del gasto presencial en 2024, lo que evidenció la consolidación de este medio de pago en transacciones cotidianas. Esta expansión respondió no solo al impulso observado durante la pandemia, sino también a la reducción de fricciones operativas, a la mayor interoperabilidad entre plataformas y a la mejora progresiva de las aplicaciones móviles utilizadas por consumidores y comercios.

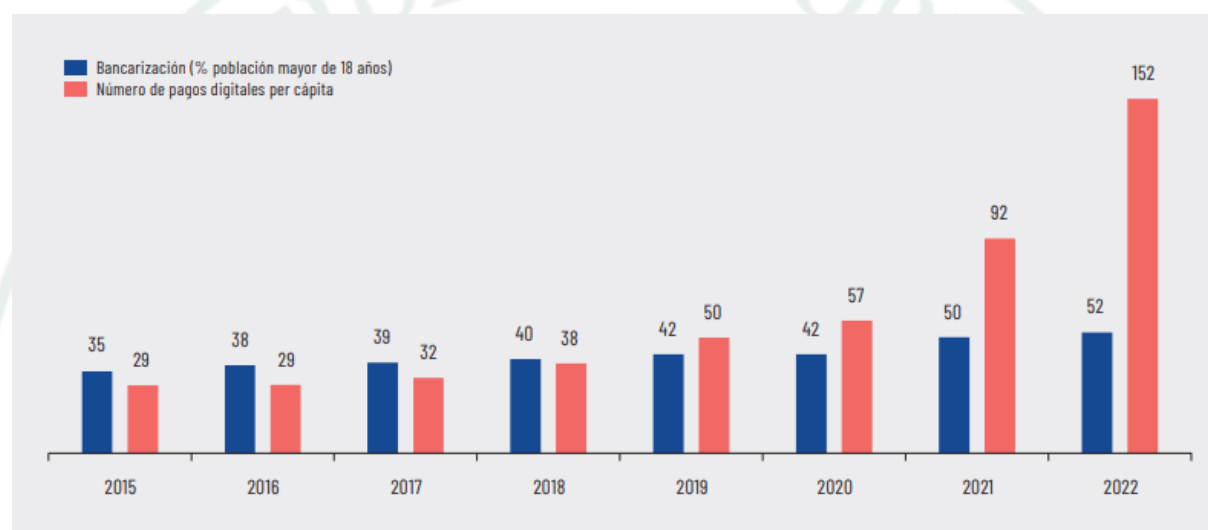
En América Latina, el caso peruano destacó por la rapidez con que se difundieron los servicios financieros digitales. Robles et al. (2024) señalaron que el Perú pasó de 50 pagos digitales por adulto en 2019 a 334 en 2024, ubicándose entre los países de mayor dinamismo de la región. En el mismo documento se reportó que, hacia 2024, alrededor del 60 por ciento de los pagos minoristas ya se realizaban mediante billeteras digitales, superando a los pagos efectuados con tarjetas de débito y crédito. Estos resultados permitieron reconocer que la billetera digital ya no representa una práctica marginal, sino una modalidad de pago cada vez más integrada a la rutina económica del país.

Sin embargo, la expansión del pago digital no implica, por sí sola, una inclusión financiera plena. Robles et al. (2024) mostraron que, en 2023, solo el 55 por ciento de la población adulta peruana poseía una cuenta de ahorros, y que esta tenencia era mayor entre quienes contaban con empleo formal que entre quienes se desenvolvían en condiciones de informalidad. Esta diferencia adquirió especial relevancia para las bodegas y pequeños comercios, debido a que muchos participan de flujos monetarios frecuentes, pero no

necesariamente consolidan trayectorias sostenidas de acceso, uso y aprovechamiento de servicios financieros formales. En consecuencia, el crecimiento del uso de billeteras digitales todavía convive con brechas asociadas al acceso efectivo, al uso continuo y a la calidad del vínculo con el sistema financiero.

Figura 1

Evolución de la bancarización y del uso de pagos digitales en el Perú

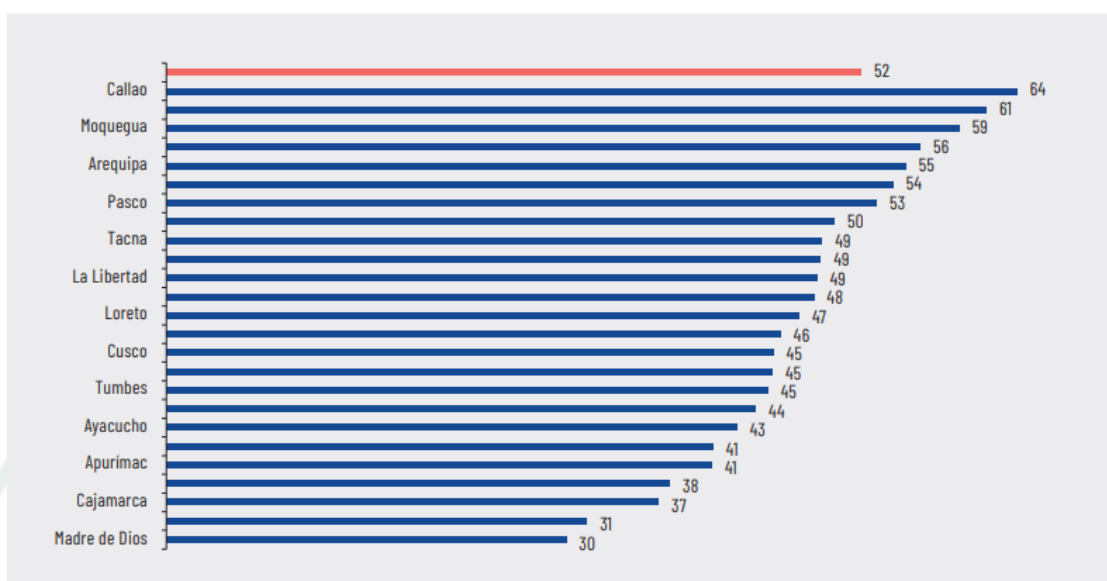


Nota. Adaptado de “Evolución de la bancarización y uso de pagos digitales”, por M. Vega & A. Andía, 2024.

Desde la perspectiva de la microempresa, la literatura reciente indicó que la digitalización financiera puede generar ventajas operativas concretas. Johri et al. (2024), al analizar microempresas con datos del World Bank Enterprises Survey, encontraron que el acceso a internet, el nivel educativo del propietario y la experiencia del gestor favorecen la inclusión financiera digital, y que las unidades que usan finanzas digitales perciben menos obstáculos para el funcionamiento del negocio. Este hallazgo permitió sostener que la billetera digital puede operar como una puerta de entrada hacia prácticas más formales de gestión financiera, particularmente en negocios de pequeña escala que requieren liquidez inmediata, registro de cobros y menor dependencia del efectivo.

Figura 2

Nivel de bancarización por departamento en el Perú, 2022



Nota. Adaptado de “Bancarización por departamento en 2022”, por M. Vega & A. Andía, 2024.

No obstante, la permanencia en el uso de estos instrumentos depende de condiciones específicas que exceden la sola disponibilidad tecnológica. Mohd et al. (2024) identificaron, en comerciantes, que la expectativa de esfuerzo, los efectos de red y la satisfacción incrementan la intención de continuidad en el uso de billeteras digitales, mientras que la atención al cliente y el conocimiento del servicio mejoran la percepción de utilidad y facilidad. De manera complementaria, Nugroho y Paramita (2024) demostraron que el riesgo percibido afecta negativamente la continuidad de uso cuando deteriora la confianza, por lo que recomendaron priorizar acciones orientadas a reducir el riesgo y fortalecer la confianza en pequeños negocios. En esa línea, la facilidad de uso, la confianza y seguridad, y los beneficios comerciales percibidos se configuran como dimensiones críticas para comprender la adopción y permanencia del uso de billeteras digitales en las bodegas.

En Arequipa Metropolitana, este escenario adquirirá mayor relevancia debido a que las bodegas operan en un entorno competitivo, con ventas frecuentes de bajo monto y con consumidores que demandan medios de pago rápidos, simples y confiables. No obstante,

aunque el contexto nacional muestra una expansión acelerada de las billeteras digitales, todavía no se dispone de suficiente evidencia aplicada que permita establecer de qué manera el uso de este instrumento se vincula con la inclusión financiera de estos negocios en dimensiones como acceso, uso, calidad y bienestar. A partir de la evidencia reciente, se infiere que la sola aceptación de billeteras digitales no garantizará, por sí misma, una inserción financiera más profunda, ya que esta dependerá de la combinación entre usabilidad, percepción de seguridad, aprovechamiento comercial y articulación con otros servicios financieros formales.

En ese marco, el problema de investigación se centrará en determinar si el uso de la billetera digital contribuirá realmente a fortalecer la inclusión financiera en las bodegas de Arequipa Metropolitana durante 2025. La pertinencia del estudio radicará en que permitirá establecer, con evidencia empírica, si un mayor nivel de simplicidad operativa, confianza y seguridad, y ventajas percibidas en ventas se asociará con mejores condiciones de acceso, uso, calidad y bienestar financiero. De este modo, la investigación buscará cubrir un vacío aplicado en el ámbito local y aportar criterios útiles para comerciantes, entidades financieras y desarrolladores de soluciones de pago digital orientadas al pequeño comercio.

1.2. Interrogantes

1.2.1. Interrogante general

¿Cómo influye el uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025?

1.2.2. Interrogantes específicas

¿Cómo influye la complejidad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025?

¿Qué influencia tiene el nivel de confianza y seguridad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025?

¿Cuál es la influencia de los aspectos de ventas del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025?

1.3. Objetivos de Investigación

1.3.1. Objetivo general

Evaluar la influencia del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

1.3.2. Objetivos específicos

Determinar la influencia de la complejidad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

Analizar la influencia del nivel de confianza y seguridad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

Identificar la influencia de los aspectos de ventas del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

1.4. Justificación de la investigación

1.4.1. Justificación académica

La presente investigación analiza el uso de las billeteras digitales en las bodegas de Arequipa Metropolitana, Arequipa, con la finalidad de comprender su vinculación con la inclusión financiera de pequeños comercios. Su relevancia académica radica en que amplía la evidencia empírica local sobre medios de pago digitales en unidades económicas de pequeña escala, ámbito en el que aún existe limitada producción aplicada al contexto regional. En ese sentido, el estudio contribuye a una mejor comprensión del papel que cumplen las herramientas de pago digital en los procesos de acceso, uso y aprovechamiento de servicios financieros por parte de comerciantes minoristas.

Asimismo, los resultados tendrán relevancia académica ya que servirán como insumo para futuras investigaciones y serán de utilidad para las entidades financieras y desarrolladores

de aplicaciones, permitiendo así identificar el nivel de aceptación de las billeteras digitales, los beneficios percibidos y las limitaciones en su uso, además de evidenciar la necesidad de posibles mejoras en la interfaz y en los mecanismos de seguridad, con el objetivo de fomentar una mayor confianza y masificación de estas herramientas en el mercado local.

1.4.2. Justificación económica

Desde el enfoque económico, la presente investigación tendrá una contribución significativa, ya que analizará los efectos que genera el uso de billeteras digitales en la inclusión financiera en las bodegas del distrito de Arequipa Metropolitana, ya que al tratarse de una herramienta tecnológica accesible y adaptable a las necesidades de los pequeños negocios, permitirá comprender de qué manera influye en la inclusión financiera de las bodegas, reflejándose en el incremento de ventas, la reducción de gastos operativos y la mejora en la gestión financiera.

Actualmente, existe una creciente digitalización, la cual avanza de manera acelerada y se convierte en un factor determinante para la competitividad de los negocios; en este escenario, la adopción de billeteras digitales representa no solo un medio de pago moderno, sino también una oportunidad para fortalecer la sostenibilidad económica de las microempresas, evidenciando cómo su implementación puede impulsar el desarrollo económico local y contribuir al crecimiento del sector microeconómico en la región.

1.4.3. Justificación social

La investigación presenta relevancia social porque examina una herramienta tecnológica que puede favorecer la vinculación de pequeños comerciantes con mecanismos financieros más formales y accesibles. En contextos donde persisten barreras para la bancarización tradicional, el uso de billeteras digitales puede facilitar transacciones más ágiles, seguras y registrables, fortaleciendo la participación de las bodegas en dinámicas económicas más integradas y funcionales.

Las bodegas representan una de las principales fuentes de sustento económico para numerosas familias, al estar estratégicamente ubicadas en las comunidades y ofrecer productos de primera necesidad de manera inmediata; en este sentido, la presente investigación aportará desde el ámbito social al analizar cómo el uso de las billeteras digitales puede fortalecer la seguridad de los ingresos de los bodegueros, al reducir el manejo de efectivo y, con ello, los riesgos asociados como robos, pérdidas o fraudes.

Asimismo, el estudio contribuirá a comprender cómo estas herramientas digitales promueven la inclusión financiera en sectores tradicionalmente menos bancarizados, al facilitar el acceso a servicios financieros formales y fomentar la confianza en los medios de pago digitales; de esta manera, la investigación busca evidenciar cómo la adopción de billeteras digitales en las bodegas no solo favorece la modernización y digitalización de los negocios, sino también dar a conocer su rol en el sostenimiento de las economías locales y en la mejora de la calidad de vida de sus propietarios y clientes.

1.4.4. Justificación práctica

Desde el plano práctico, el estudio permitirá identificar qué dimensiones del uso de las billeteras digitales muestran mayor asociación con la inclusión financiera de las bodegas evaluadas. Esta evidencia podrá orientar decisiones relacionadas con la capacitación de comerciantes, la promoción del pago digital, la simplificación de procesos de cobro y el fortalecimiento de la confianza en los medios de pago electrónicos.

La experiencia vivida durante la pandemia evidenció la necesidad de contar con medios de pago sin contacto, lo que aceleró la aceptación de las billeteras digitales entre comerciantes y consumidores; no obstante, esta tendencia se mantiene en la actualidad, demostrando que su uso no es sólo una alternativa temporal, sino una práctica que se ha consolidado como parte de la modernización del comercio local.

En el caso de las bodegas, la implementación de billeteras digitales se vuelve necesario, dado que no sólo optimiza la gestión del negocio, sino que también responde a las nuevas demandas del mercado y a los hábitos de consumo de los clientes, quienes valoran la rapidez, seguridad y comodidad que ofrecen estas herramientas.

1.4.5. Justificación metodológica

La investigación presenta utilidad metodológica porque aplica un instrumento estructurado para medir dos variables de creciente importancia en el comercio minorista: uso de billeteras digitales e inclusión financiera. Asimismo, articula resultados descriptivos e inferenciales, permitiendo valorar no solo la distribución de respuestas, sino también la significancia de las relaciones observadas entre dimensiones e indicadores.

Para el desarrollo de la investigación se optará por un enfoque cuantitativo, dado que este permite obtener datos medibles y objetivos que facilitan entender el uso de las billeteras digitales y su influencia en la inclusión financiera de las bodegas del distrito de Arequipa Metropolitana; contando para tal fin, con un instrumento que será la encuesta, la cual permitirá recopilar información directa de los comerciantes respecto a sus percepciones, experiencias y resultados obtenidos tras la implementación de las billeteras digitales. Con los resultados obtenidos, se podrá identificar si el uso de estas herramientas genera una inclusión financiera positiva, negativa o neutral en los negocios, además de cuantificar el nivel de aceptación y confianza que tienen los usuarios en dichas aplicaciones; de esta manera, la metodología seleccionada garantiza la validez y confiabilidad de los datos, permitiendo respaldar las estimaciones planteadas en las hipótesis y obtener conclusiones sólidas que aporten a la comunidad científica.

1.5. Limitaciones de la investigación

La principal limitación de la investigación radica en la disposición de los encuestados para responder la encuesta, ya que podría existir desconfianza al momento de brindar

información relacionada con las variables del estudio; por tanto, para mitigar este riesgo, se realizará una adecuada presentación tanto del investigador, Diego García, como de los objetivos y alcances de la investigación, transmitiendo transparencia y seriedad; de esta manera, se busca generar confianza en los propietarios de las bodegas y asegurar su participación en la aplicación de los instrumentos, garantizando la validez y calidad de los datos recopilados.



CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Conceptual

2.1.1. *Concepto de billeteras digitales*

Las billeteras digitales constituyen aplicaciones o funcionalidades tecnológicas que permiten almacenar instrumentos de pago, realizar transferencias, efectuar cobros y concretar transacciones mediante dispositivos móviles o plataformas digitales. Su relevancia actual no radica solo en la sustitución parcial del efectivo, sino en su capacidad para integrar procesos de pago rápidos, interoperables y de bajo costo en contextos comerciales cotidianos. En el caso peruano, su expansión ha sido particularmente visible en operaciones minoristas, donde este tipo de herramientas ha superado a otros instrumentos en número de transacciones y se ha consolidado como una vía de digitalización de pequeños negocios (Robles et al., 2024).

Desde una perspectiva funcional, la billetera digital no debe entenderse únicamente como un medio de pago, sino como una puerta de entrada a servicios financieros digitales más amplios, tales como transferencias entre personas, pagos a comercios, acumulación de historial transaccional y vinculación con productos de ahorro o financiamiento. Vlaicu (2025) sostuvo que los pagos digitales y las billeteras representan un mecanismo concreto para ampliar la participación financiera de segmentos previamente sub-atendidos, especialmente cuando se articulan con marcos de interoperabilidad y confianza institucional.

2.1.1.1. Sustento teórico del uso de billeteras digitales. Para el análisis de esta variable resultó pertinente adoptar como base principal el Modelo de Aceptación Tecnológica en su versión extendida, debido a que permite explicar el uso de la billetera digital a partir de la facilidad de uso percibida y la utilidad percibida, incorporando además componentes contemporáneos como la confianza y la seguridad. Belmonte et al. (2024) evidenciaron que la facilidad de uso, la utilidad, la confianza, la seguridad y la influencia social incidieron

significativamente en la intención de adopción de billeteras digitales, destacándose la confianza como un predictor de especial relevancia.

En el caso de los comercios minoristas, la explicación teórica requiere complementarse con enfoques de continuidad de uso, debido a que el problema no es solo adoptar una tecnología, sino mantenerla como práctica habitual de cobro y gestión comercial. Mohd et al. (2024) señalaron que la continuidad de uso de las billeteras digitales en comerciantes depende también de factores operativos y relacionales, tales como la atención al usuario, la conciencia del servicio y las externalidades de red. En consecuencia, el empleo del TAM extendido resulta consistente con la presente investigación, porque permite vincular la complejidad percibida, la confianza y los efectos comerciales con la decisión de uso sostenido del medio de pago digital (Mohd et al., 2024).

2.1.1.2. Importancia de las billeteras digitales en los pequeños comercios. En los pequeños comercios, las billeteras digitales adquieren importancia porque reducen la dependencia del efectivo, agilizan el cobro, disminuyen fricciones en la atención y amplían las opciones de pago para clientes con hábitos de consumo digital. En el contexto peruano, la interoperabilidad, el crecimiento del internet móvil y la reducción de costos transaccionales han favorecido su expansión, aunque su aprovechamiento todavía depende de habilidades digitales, confianza y condiciones de conectividad (Robles et al., 2024).

A nivel de gestión comercial, la billetera digital también puede fortalecer la competitividad de la bodega al facilitar compras rápidas, reducir pérdidas de ventas por falta de vuelto y mejorar la percepción de modernidad del negocio. La literatura reciente sobre comerciantes muestra que la permanencia en el uso de e-wallets no se sostiene solo por moda tecnológica, sino porque los comercios perciben beneficios operativos y una integración más fluida con las expectativas de sus clientes (Mohd et al., 2024).

2.1.1.3. Barreras y limitaciones en el uso de billeteras digitales. Pese a su avance, la adopción de billeteras digitales enfrenta barreras persistentes. Entre las más relevantes se encuentran la limitada alfabetización digital, la escasa educación financiera, la desconfianza en los entornos digitales, las preocupaciones por fraude o mal uso de datos y las restricciones de conectividad. En el caso peruano, Robles et al. (2024) identificaron que la confianza en los productos digitales, las habilidades digitales y la alfabetización financiera constituyen factores decisivos para la adopción de servicios financieros digitales.

Además, la evidencia internacional indica que la preocupación por la seguridad y la privacidad influye directamente en la intención de uso de las e-wallets, especialmente en entornos donde el sistema financiero aún presenta brechas de confianza. En esa línea, Belmonte et al. (2024) mostraron que la seguridad y la confianza son determinantes significativos de la adopción. De modo similar, estudios recientes en contextos emergentes han reforzado que la percepción de seguridad condiciona la disposición a seguir utilizando pagos móviles (Belmonte et al., 2024).

2.1.1.4. Dimensiones de la variable billetera digital. En la presente investigación, la variable uso de billeteras digitales se comprende a partir de tres dimensiones: complejidad, confianza y seguridad, y aspectos de ventas. Esta delimitación resulta metodológicamente pertinente porque integra el componente tecnológico, el componente de riesgo percibido y el componente de utilidad comercial, lo que permite una lectura más cercana al contexto real de las bodegas. El sustento empírico reciente muestra que la adopción y continuidad de las e-wallets suelen depender de la combinación entre facilidad de uso, confianza en la plataforma y beneficios concretos para el usuario o el comercio (Belmonte et al., 2024).

2.1.1.4.1. Complejidad. La dimensión complejidad alude al grado de dificultad o facilidad percibida para aprender, comprender y utilizar la billetera digital durante las operaciones comerciales diarias. En términos teóricos, se aproxima al constructo facilidad de

uso percibida del TAM. Cuando el sistema es intuitivo, requiere pocos pasos y presenta una interacción clara, el comerciante reduce su resistencia al uso y mejora su disposición a incorporarlo en la rutina del negocio. La literatura reciente confirma que la facilidad de uso constituye un factor significativo en la intención de adopción de las e-wallets (Belmonte et al., 2024).

En el contexto de bodegas y pequeños negocios, esta dimensión es especialmente importante porque los procesos de cobro deben ser rápidos, simples y compatibles con actividades simultáneas de atención, control de stock y trato al cliente. Por ello, una mayor percepción de sencillez operativa no solo favorece la adopción inicial, sino también la continuidad del uso y la reducción de errores en la transacción (Mohd et al., 2024).

2.1.1.4.2. Confianza y seguridad. La dimensión confianza y seguridad comprende la percepción de resguardo de la información, protección frente a fraudes, confiabilidad en el procesamiento de pagos y respaldo ante incidencias. En los medios de pago digitales, la confianza representa un mecanismo psicológico clave para reducir la incertidumbre y legitimar el uso repetido del sistema. Belmonte et al. (2024) identificaron que la confianza fue uno de los predictores más relevantes de la intención de adoptar billeteras digitales, incluso por encima de otros atributos de valor percibido.

En términos aplicados, la seguridad percibida adquiere especial peso en micro comercios, donde una sola experiencia negativa puede generar rechazo prolongado al canal digital. La evidencia reciente ha resaltado que las preocupaciones por privacidad, fraude y protección de datos siguen siendo factores centrales para explicar la intención de uso y la permanencia en plataformas de pago móvil, por lo que esta dimensión no solo expresa una percepción técnica, sino también una condición para la confianza comercial y financiera del usuario (Belmonte et al., 2024; Taher, 2022).

2.1.1.4.3. Aspectos de ventas. La dimensión aspectos de ventas se refiere a la percepción de que la billetera digital contribuye al desempeño comercial del negocio mediante mayor rapidez en el cobro, mejor atención, incremento de la recurrencia de clientes y adaptación a nuevas preferencias de pago. Esta dimensión recoge la utilidad práctica del medio de pago desde la lógica del pequeño comerciante, donde la tecnología se valora en la medida en que resuelve problemas operativos y favorece la dinámica de ventas. Mohd et al. (2024) sostuvieron que la continuidad de uso de e-wallets en comerciantes está asociada a beneficios percibidos que trascienden lo estrictamente transaccional.

Asimismo, la expansión de pagos digitales en Perú ha sido favorecida por la interoperabilidad y por la creciente preferencia de los consumidores por medios rápidos y accesibles, lo que convierte a la billetera digital en un recurso con impacto potencial sobre la competitividad del punto de venta. En tal sentido, esta dimensión permite capturar la traducción comercial del uso tecnológico, aspecto que resulta coherente con el entorno de bodegas urbanas de Arequipa Metropolitana (Robles et al., 2024).

2.1.2. Concepto de inclusión financiera

La inclusión financiera se entiende como la posibilidad real de que personas y pequeños negocios accedan, utilicen y aprovechen servicios financieros formales adecuados, seguros y útiles para su actividad económica. En la literatura reciente, ya no se la concibe únicamente como tenencia de una cuenta o acceso básico, sino como un proceso multidimensional que involucra acceso efectivo, uso frecuente, calidad del servicio y resultados de bienestar. Kamble et al. (2024) demostraron que la inclusión financiera constituye un determinante relevante del bienestar financiero, especialmente cuando se acompaña de alfabetización digital financiera.

En el contexto de transformación digital, la inclusión financiera también implica la capacidad de integrarse a servicios operados mediante plataformas digitales, billeteras, banca móvil y mecanismos interoperables. Vlaicu (2025) señaló que los pagos digitales y las

herramientas Fintech amplían oportunidades de participación económica, pero su efecto inclusivo depende de que los usuarios logren utilizar estos servicios de manera efectiva y segura.

2.1.2.1. Importancia de la inclusión financiera. La inclusión financiera es importante porque fortalece la capacidad de los hogares y pequeños negocios para administrar liquidez, ahorrar, realizar pagos, enfrentar contingencias y vincularse con el sistema económico formal. Desde una perspectiva aplicada, su importancia se incrementa en unidades económicas de baja escala, como las bodegas, donde la relación entre flujo de efectivo, acceso a canales de pago y manejo financiero cotidiano es directa. Kamble et al. (2024) encontraron que la inclusión financiera se asocia positivamente con el bienestar financiero, lo que refuerza su valor no solo como meta bancaria, sino como condición de estabilidad económica.

En el caso peruano, la importancia de la inclusión financiera se vincula además con la necesidad de cerrar brechas de acceso y uso de servicios digitales. Robles et al. (2024) advirtieron que, aunque el país ha experimentado un crecimiento notable en pagos digitales, persisten limitaciones relacionadas con habilidades, confianza, conectividad y uso efectivo, lo que impide que la expansión tecnológica se traduzca automáticamente en inclusión financiera efectiva.

2.1.2.2. Factores que condicionan la inclusión financiera. La literatura reciente muestra que la inclusión financiera depende de factores de oferta y de demanda. Entre los primeros destacan la infraestructura digital, la interoperabilidad, la disponibilidad de productos y la seguridad del ecosistema. Entre los segundos sobresalen la educación financiera, las habilidades digitales, la confianza, el nivel de ingresos y la percepción de utilidad de los servicios. En Perú, Robles et al. (2024) identificaron que el ingreso, la educación, la

localización, la alfabetización financiera y las habilidades digitales influyen en la adopción de servicios financieros digitales.

A ello se suma la alfabetización financiera digital, que en los últimos años ha pasado a ser un elemento explicativo central. Choung et al. (2023) evidenciaron que la alfabetización financiera digital se relaciona con un mayor bienestar financiero y con una mejor capacidad para protegerse frente al fraude digital. De manera complementaria, Kamble et al. (2024) señalaron que la inclusión financiera y la alfabetización digital financiera operan conjuntamente en la mejora del bienestar financiero.

2.1.2.3. Barreras para la inclusión financiera. Entre las principales barreras para la inclusión financiera destacan la informalidad económica, la escasa confianza en el sistema, los costos de acceso, la limitada educación financiera y las brechas digitales. Estas restricciones son más intensas en poblaciones y negocios con menor exposición tecnológica o con baja interacción previa con servicios financieros formales. Vlaicu (2025) destacó que la inclusión por vía digital enfrenta obstáculos tecnológicos, económicos, informativos y conductuales, por lo que el simple despliegue de una solución Fintech no garantiza su aprovechamiento efectivo.

En el caso peruano, la brecha entre potencial acceso y uso efectivo sigue siendo visible. Robles et al. (2024) estimaron una amplia demanda potencial de servicios financieros digitales, pero señalaron que muchos adultos no logran utilizarlos por falta de habilidades digitales, alfabetización financiera o confianza en los productos digitales. Esta evidencia resulta particularmente pertinente para el estudio de bodegueros, quienes requieren soluciones simples, confiables y funcionales para que la inclusión financiera se materialice en la práctica cotidiana.

2.1.2.4. Relación entre billeteras digitales e inclusión financiera. La relación entre billeteras digitales e inclusión financiera se sustenta en que estas herramientas reducen costos de transacción, facilitan pagos cotidianos, generan historial de operaciones y acercan a los

usuarios a servicios formales sin exigir procesos bancarios complejos. Por ello, las billeteras digitales pueden actuar como mecanismos de entrada al sistema financiero, especialmente en pequeños negocios y segmentos tradicionalmente excluidos. Vlaicu (2025) sostuvo que los pagos digitales constituyen una vía concreta para ampliar el acceso y la participación financiera.

Sin embargo, esta relación no es automática. La evidencia reciente sugiere que el efecto inclusivo de las billeteras digitales depende de la facilidad de uso, la seguridad percibida, la confianza y las habilidades del usuario. En el caso peruano, Robles et al. (2024) mostraron que la adopción de servicios financieros digitales depende en gran medida de competencias digitales y financieras, así como de la confianza en los productos. En consecuencia, la presente investigación asume que una mejor valoración de la billetera digital en complejidad, confianza y utilidad comercial tenderá a asociarse con mejores niveles de inclusión financiera.

2.1.2.5. Dimensiones de la inclusión financiera. Para esta investigación, la inclusión financiera se organiza en cuatro dimensiones: acceso, uso, calidad y bienestar. Esta delimitación permite superar una visión restringida centrada solo en la tenencia de un servicio, y orienta el análisis hacia el aprovechamiento real y los resultados económicos percibidos. La literatura reciente ha insistido en que la inclusión financiera debe evaluarse como un fenómeno multidimensional, conectado tanto con condiciones de entrada al sistema como con efectos concretos sobre la vida económica de los usuarios (Kamble et al., 2024).

2.1.2.5.1. Acceso. La dimensión acceso hace referencia a la posibilidad de vincularse con servicios financieros formales, ya sea mediante cuentas, medios de pago, plataformas móviles o infraestructura digital disponible. Supone la existencia de condiciones materiales y tecnológicas que permitan al comerciante entrar al sistema y operar dentro de él. En el caso peruano, el acceso está estrechamente relacionado con la disponibilidad de internet móvil, la

interoperabilidad y la presencia de soluciones digitales adaptadas al usuario minorista (Robles et al., 2024).

2.1.2.5.2. Uso. La dimensión uso se refiere a la frecuencia, continuidad y diversidad con que el comerciante emplea servicios financieros formales en sus actividades cotidianas. No basta con disponer de una herramienta; es necesario que esta sea utilizada de manera regular para pagos, cobros, transferencias o ahorro. La literatura reciente subraya que la verdadera inclusión financiera exige pasar del acceso pasivo al uso efectivo, sostenido y funcional, especialmente en entornos digitales (Kamble et al., 2024).

2.1.2.5.3. Calidad. La dimensión calidad alude al grado en que los servicios financieros formales resultan adecuados, seguros, confiables, oportunos y útiles para las necesidades del comerciante. Desde una lectura contemporánea, la inclusión financiera no se agota en el acceso ni en el uso, sino que requiere servicios que funcionen bien, generen confianza, sean comprensibles y respondan a la realidad operativa del usuario. A partir de la literatura reciente, esta investigación entiende la calidad como la adecuación práctica del servicio financiero digital, vinculada con confiabilidad operativa, seguridad y experiencia de uso (Vlaicu, 2025).

2.1.2.5.4. Bienestar. La dimensión bienestar se refiere a los resultados económicos percibidos que pueden derivarse de una mejor inclusión financiera, tales como mayor control del dinero, mejor liquidez, capacidad de ahorro y sensación de estabilidad económica. Kamble et al. (2024) encontraron que la inclusión financiera tiene un efecto positivo sobre el bienestar financiero. De manera complementaria, Choung et al. (2023) mostraron que la alfabetización financiera digital contribuye al bienestar al mejorar la capacidad de uso seguro y eficaz de los

servicios digitales. En el caso de pequeños comercios, esta dimensión permite conectar la inclusión financiera con efectos prácticos observables en la gestión del negocio.

2.2. Operacionalización de las variables

2.2.1. Matriz de operacionalización

Se presenta a continuación la matriz de operacionalización de variables. Cabe destacar que las dimensiones e indicadores se medirán con la encuesta adjunta en el Anexo 1.

Tabla 1.

Matriz de Operacionalización de Variables

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Billeteras Digitales	Complejidad	Facilidad de uso	1
		Simplicidad operativa	2
		Preferencia de uso	3
	Nivel de confianza y seguridad	Confianza	4
		Soluciones oportunas	5
		Seguridad	6
	Aspectos de ventas	Incremento de ventas	7
		Uso continuo	8
		Preferencia de clientes	9
Inclusión Financiera	Acceso financiero	Disponibilidad de medios digitales de cobro	10
		Acceso a servicios financieros vinculados	11
		Posibilidad de recibir pagos digitales	12
	Uso financiero	Ajuste a necesidades	13
		Favorecimiento	14
	Calidad percibida	Productos de ahorro	15
		Seguridad de productos	16
	Bienestar financiero	Ingresos percibidos del negocio	17
		Liquidez para la reposición de mercadería	18
		Capacidad de ahorro	19

2.2.2. Matriz de Consistencia

De igual forma, se presenta la matriz de consistencia:

Tabla 2

Matriz de Consistencia

Título: Influencia del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025				
Interrogantes	Objetivos	Hipótesis	Metodología	
Interrogante general ¿Cómo influye el uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025?	Objetivo general Evaluar la influencia del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.	Hipótesis general El uso de la billetera digital influye de forma positiva y significativa en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.	Método: Cuantitativo Tipo Básico Nivel: Explicativo Diseño: No experimental	
Interrogantes específicas ¿Cómo influye la complejidad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025? ¿Qué influencia tiene el nivel de confianza y seguridad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025? ¿Cuál es la influencia de los aspectos de ventas del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025?	Objetivos específicos Determinar la influencia de la complejidad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025. Analizar la influencia del nivel de confianza y seguridad de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025. Identificar la influencia de los aspectos de ventas del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.	Hipótesis específicas La complejidad de la billetera digital influye de forma positiva y significativa en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025. El nivel de confianza y seguridad de la billetera digital influyen de forma positiva y significativa en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025. Los aspectos de ventas del uso de la billetera digital influyen de forma positiva y significativa en la en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.		

2.3. Antecedentes

2.3.1. Antecedentes Internacionales.

Contreras et al. (2024) desarrollaron una investigación orientada a analizar el impacto de las billeteras digitales en las tiendas de barrio y panaderías del sector El Prado en Barranquilla; considerando para tal fin, un enfoque cuantitativo y diseño no experimental, aplicando encuestas a 10 establecimientos, midiendo el nivel de uso, la satisfacción y los efectos en las ventas. Los resultados evidenciaron que, aunque la mayoría de negocios reportó una adopción creciente de las billeteras digitales y mejoras en la agilidad de sus transacciones, persistieron barreras asociadas al desconocimiento tecnológico y a la desconfianza en la seguridad, lo que restringe su integración plena, concluyendo que las billeteras digitales favorecen la inclusión financiera y optimizan las operaciones, pero para lograr una adopción más amplia es imprescindible impulsar programas de capacitación digital, fortalecer la confianza en la seguridad y ofrecer incentivos que motiven a los comerciantes a migrar desde el uso del efectivo.

Salman et al. (2024) realizaron una investigación en zonas rurales de Pakistán con el objetivo de analizar la influencia del uso de billeteras digitales, la inclusión financiera y el empoderamiento económico, considerando además el papel moderador de la alfabetización financiera y el desarrollo de infraestructura, adoptando para tal fin un enfoque cuantitativo, aplicando un cuestionario en línea a 476 participantes del distrito de Dera Ghazi Khan. Los resultados mostraron que el uso y control de las billeteras digitales tienen un impacto positivo en la inclusión financiera, mientras que la alfabetización financiera no cumplió un rol moderador significativo en dicha relación, evidenciándose también que el desarrollo de infraestructura potencia la inclusión financiera derivada del uso de billeteras digitales, aunque modera negativamente el impacto sobre el empoderamiento económico, sugiriendo que la infraestructura digital disponible condiciona los beneficios económicos reales, concluyendo así

que las billeteras digitales pueden ampliar el acceso financiero en áreas rurales, pero su eficacia económica depende tanto de la calidad de la infraestructura tecnológica como del contexto socioeducativo de los usuarios.

Ajouz y Abuamria (2021) llevaron a cabo una investigación cuyo propósito fue determinar si el uso de los pagos móviles contribuye a la inclusión financiera y, en consecuencia, al empoderamiento económico de las mujeres palestinas, aplicando un enfoque cuantitativo, aplicando 147 cuestionarios basados en la teoría del comportamiento planificado y un modelo reflexivo para medir la inclusión financiera. Los hallazgos demostraron que el incremento en un 1% en el uso de pagos móviles genera un aumento del 0.449% en la inclusión financiera de las mujeres, evidenciando una relación directa y significativa, concluyendo que los pagos móviles son un instrumento eficaz para mejorar el acceso a servicios financieros en poblaciones femeninas tradicionalmente excluidas, fortaleciendo su autonomía económica, su productividad y su participación en la economía formal.

2.3.2. Antecedentes Nacionales.

Chavarría (2025) desarrolló un estudio con el propósito de identificar la relación entre el uso del dinero electrónico y la inclusión financiera en Lima Metropolitana durante el 2023, bajo un enfoque cuantitativo, descriptivo-correlacional y con un diseño no experimental, aplicando encuestas virtuales a ciudadanos de los 43 distritos de la capital. Los resultados mostraron que el 78,53% de los participantes manifestó aceptar el dinero electrónico frente a un 21,53% que lo rechazó, principalmente por inseguridad y limitaciones tecnológicas; además, se evidenció que los jóvenes de 18 a 24 años tenían mayor conocimiento frente a personas de 30 años a más, quienes presentaban menor familiaridad; además, respecto a la inclusión financiera, se obtuvo un 75,03% de aceptación y un 24,97% de rechazo, debido a factores como costos, confianza y calidad en el sistema; asimismo, mediante la prueba de Spearman se observó una correlación positiva moderada, concluyendo que el dinero

electrónico es una herramienta que permite fortalecer los planes de inclusión financiera en Lima Metropolitana.

Campos y Ramos (2024) llevaron a cabo una investigación cuyo fin fue analizar la relación entre el uso de la banca digital y la inclusión financiera en la provincia de Lima durante el 2023, bajo un enfoque cuantitativo, correlacional, no experimental, utilizando como instrumento un cuestionario de 18 ítems aplicados bajo escala tipo Likert, donde las dimensiones evaluadas para la banca digital fueron la usabilidad, accesibilidad y seguridad, mientras que para la inclusión financiera se consideraron la formalidad y la educación financiera. Los resultados obtenidos mediante el análisis estadístico en SPSS arrojaron un coeficiente de Spearman de $r = 0.478$, lo que demuestra una correlación positiva moderada entre las variables, evidenciando que una mayor accesibilidad y uso de la banca digital se asocia con un incremento en la inclusión financiera, concluyendo que la banca digital contribuye significativamente a ampliar el acceso y participación en los servicios financieros en Lima.

Quispe y Sayco (2023) evaluaron la vinculación entre billeteras digitales e inclusión financiera en clientes del sector financiero de Arequipa 2024–2025, con el objetivo de establecer si el uso de estas herramientas se asocia con una mayor incorporación al sistema; para ello, aplicaron una metodología de enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, no experimental, transversal, con alcance descriptivo - correlacional, utilizando una encuesta a 408 usuarios y un cuestionario basado en los modelos de Singha y Credicorp. En cuanto a resultados, la correlación de Spearman arrojó $r = 0.322$ con 99% de confianza, evidenciando una asociación positiva débil y significativa entre las variables, por lo que se aceptó la hipótesis alternativa, concluyendo que las billeteras digitales se relacionan con la inclusión financiera de los clientes, aunque de forma débil, por lo que se infiere que factores como educación financiera, conectividad a internet, confianza en el sistema y marco regulatorio podrían ejercer una influencia mayor.

2.3.3. Antecedentes Locales.

Condori (2025) llevó a cabo un estudio cuyo propósito fue determinar la relación entre el dinero móvil y la inclusión financiera en la generación X del distrito de José Luis Bustamante y Rivero, Arequipa, durante el año 2024, bajo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y de alcance correlacional, aplicando encuestas a una muestra de 380 personas de entre 40 y 59 años. Los datos fueron analizados mediante estadística descriptiva e inferencial, obteniéndose una correlación de Spearman de $\rho = 0.158$, lo cual evidencia una correlación positiva muy débil entre las variables, concluyendo que, aunque existe una relación favorable entre el uso del dinero móvil y la inclusión financiera, esta es limitada debido a la resistencia al cambio tecnológico que caracteriza a gran parte de esta generación, lo que dificulta su adaptación a las herramientas digitales que ofrecen las entidades financieras.

Hurtado y Montoya (2023) llevaron a cabo una investigación cuyo objetivo fue analizar los factores de la transformación digital y su impacto económico-social en los usuarios de un banco privado en Arequipa, bajo un diseño no experimental, de nivel explicativo, aplicando como técnicas la observación documental y la encuesta, con un muestreo no probabilístico por conveniencia a 204 usuarios digitales del BBVA. Los resultados mostraron que el 90% de los encuestados prefiere emplear los canales digitales frente a las oficinas físicas, puesto que ello les permite ahorrar en transporte y disminuir emisiones contaminantes, mientras que el 94% manifestó conocer la aplicación Plin, reflejando un nivel positivo de cultura digital, concluyendo que la transformación digital genera efectos favorables tanto en el ámbito económico como en el social, reforzando la importancia de la innovación tecnológica en la experiencia bancaria.

Coyla (2022) desarrolló un estudio cuyo propósito fue analizar la relación entre las variables sociodemográficas y las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores de Arequipa durante la pandemia, contando con una muestra de 384 personas, a quienes se

aplicó una ficha de datos sociodemográficos y una escala de actitudes hacia las billeteras digitales, con adecuados niveles de validez y confiabilidad. Los hallazgos precisaron que Yape y Plin fueron las aplicaciones de mayor preferencia, además de que factores como tener un negocio, el uso previo de billeteras digitales, el nivel socioeconómico, el grado de instrucción y el número de aplicaciones instaladas se asociaron positiva y significativamente con la frecuencia de uso, concluyendo en una asociación significativa entre determinadas variables sociodemográficas y la adopción de billeteras digitales, confirmando que la experiencia previa y las condiciones socioeconómicas influyen en la aceptación de estos medios de pago.

2.4. Hipótesis

2.4.1. Hipótesis general

El uso de la billetera digital influye de forma positiva y significativa en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

2.4.2. Hipótesis específicas

La complejidad de la billetera digital influye de forma positiva y significativa en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

El nivel de confianza y seguridad de la billetera digital influyen de forma positiva y significativa en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

Los aspectos de ventas del uso de la billetera digital influyen de forma positiva y significativa en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

CAPÍTULO III

3. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

3.1. Tipo, enfoque, diseño y nivel de investigación

3.1.1. *Tipo de investigación*

La presente investigación es de tipo básica o pura, ya que busca generar conocimiento teórico sobre la influencia del uso de las billeteras digitales en la inclusión financiera de las bodegas del distrito de Arequipa Metropolitana, sin perseguir un fin inmediato de aplicación práctica, sino orientado a la comprensión y análisis de la realidad estudiada, apoyado esto en la teoría de Ñaupas et al. (2018), quienes indican que la investigación básica tiene como propósito ampliar los marcos teóricos existentes y contribuir al conocimiento científico mediante la explicación de fenómenos.

3.1.2. *Enfoque de investigación*

El estudio se desarrollará bajo el enfoque cuantitativo, dado que se fundamenta en la recolección y análisis de datos numéricos obtenidos a través de encuestas aplicadas a los propietarios de bodegas, permitiendo así explicar la influencia de la variable independiente en la dependiente, obteniendo resultados objetivos y medibles; de igual forma, ello se sustenta en la teoría de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) que precisa que, el enfoque cuantitativo se caracteriza por su estructura secuencial, probatoria y objetiva, lo cual permite contrastar hipótesis y responder a las preguntas de investigación planteadas.

3.1.3. *Diseño de investigación*

El diseño es no experimental, debido a que las variables no serán manipuladas intencionalmente por el investigador, sino observadas en su contexto natural., limitándose el estudio a analizar la influencia entre las variables tal como se manifiestan en la realidad, sin alterar sus condiciones, considerando también la teoría de Hernández-Sampieri y Mendoza (2018), que precisa que los diseños no experimentales se emplean cuando el objetivo es estudiar

fenómenos tal como ocurren en su contexto, describiendo relaciones y explicaciones sin intervención directa.

3.1.4. Nivel de investigación

El nivel de la investigación es correlacional-explicativo, considerándose el correlacional porque busca identificar la relación o grado de asociación entre las variables de estudio, en este caso, el uso de las billeteras digitales y la inclusión financiera en las bodegas del distrito de Arequipa Metropolitana, dado que de acuerdo con Gallardo (2017) este tipo de estudios permite medir las variables de manera independiente y, posteriormente, analizar estadísticamente sus vínculos, con el fin de determinar cómo se relacionan entre sí y predecir posibles comportamientos de una variable en función de los valores que adopta la otra.

Asimismo, es explicativo porque pretende ir más allá de la relación entre variables, analizando las razones por las cuales se producen los fenómenos y bajo qué condiciones se manifiestan, dado que de acuerdo con Gallardo (2017), este nivel busca establecer conexiones de causa-efecto, lo que posibilita comprender cómo y por qué el uso de las billeteras digitales influye en la inclusión financiera de los pequeños negocios, aportando un conocimiento más profundo sobre el impacto de la digitalización en el sector.

3.2. Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos

La técnica de recolección de datos que se empleará en la investigación será la encuesta, por su utilidad en obtener información cuantificable directamente de los propietarios de las bodegas del distrito de Arequipa Metropolitana, permitiendo así esta técnica conocer de manera objetiva las percepciones, experiencias y resultados vinculados al uso de las billeteras digitales y la inclusión financiera.

El instrumento de recolección será un cuestionario estructurado, elaborado a partir de las variables, dimensiones e indicadores definidos en la matriz de consistencia, estando estructura por preguntas cerradas, organizadas en una escala tipo Likert, lo cual facilitará medir

la percepción de los encuestados respecto a la facilidad de uso, confianza, seguridad e impacto económico de las billeteras digitales en sus negocios.

Respecto a las fuentes de recolección de datos, se utilizarán:

- Fuentes primarias: La información obtenida directamente de los propietarios de bodegas mediante la aplicación del cuestionario.
- Fuentes secundarias: Se tomarán investigaciones previas, artículos académicos, documentos institucionales y literatura sobre inclusión financiera y billeteras digitales.

Cabe destacar que la adecuada selección de técnicas, instrumentos y fuentes de información es importante para garantizar la confiabilidad y validez de los datos recolectados, ya que la correcta delimitación de la población y la muestra es la base que asegura conclusiones sólidas y aplicables a la realidad estudiada (Vizcaíno et al., 2023); por ende, los instrumentos pasarán por el respectivo proceso de confiabilidad a través de Alfa de Cronbach y de validación mediante juicio de expertos.

La confiabilidad del instrumento se determinó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, calculado a partir de la prueba piloto aplicada antes del trabajo de campo definitivo. La validez de contenido se estableció mediante juicio de expertos, quienes evaluaron la claridad, pertinencia y coherencia de los ítems respecto de las variables de estudio. Asimismo, en el análisis inferencial se reportó el nivel de significancia estadística de las pruebas aplicadas, criterio que permitió decidir la aceptación o rechazo de las hipótesis con un nivel de confianza del 95 por ciento.

3.3. Delimitación geográfica y temporal

La investigación se delimita geográficamente al distrito de Arequipa Metropolitana, en la ciudad de Arequipa – Perú, considerando a las bodegas como unidades de análisis, por ser

uno de los principales tipos de negocios de proximidad que han incorporado el uso de billeteras digitales como medio de pago.

En cuanto a la delimitación temporal, el estudio se desarrollará durante el año 2025, periodo en el cual se recopilará la información a través de la aplicación de encuestas a los propietarios de bodegas, analizando así la situación actual del impacto de las billeteras digitales en la inclusión financiera de dichos negocios.

3.4. Campo, área, línea y sub línea de investigación

- Campo: Ciencias Económico-Administrativas.
- Área de investigación: Administración de Empresas.
- Línea de investigación: Finanzas.
- Sub línea de investigación: Inclusión financiera y billeteras digitales.

3.5. Población y diseño muestral

La investigación empleó una técnica de muestreo por cuotas con estratificación operativa por distrito. La distribución de la muestra consideró el peso relativo de la población y el número de negocios en cada distrito, con la finalidad de lograr una representación territorial equilibrada dentro de las 200 bodegas incluidas en el estudio. La selección de las unidades se efectuó considerando el cumplimiento de los criterios de inclusión y la accesibilidad de los comerciantes durante el trabajo de campo.

Tabla 3

Criterios de la población

Distrito	Población	Negocios	Peso población	Peso negocios	Peso compuesto	n_h compuesto	n_h negocios
ALTO SELVA ALEGRE AREQUIPA (CERCADO) CAYMA	85870	3300	0.096440561	0.068079137	0.076587564	15	14
CERRO COLORADO	55437	12383	0.062261271	0.255461803	0.197501644	39	51
	91935	3320	0.103252159	0.068491738	0.078919864	16	14
	197954	7198	0.222322053	0.148495038	0.170643143	34	30

JACOBO HUNTER	50164	2126	0.056339167	0.04385946 8	0.0476033 78	10	9
JOSE LUIS BUSTAMAN TE Y RIVERO	81829	5901	0.091902115	0.12173787 5	0.1127871 47	23	24
MARIANO MELGAR	59918	2781	0.06729388	0.05737214 5	0.0603486 66	12	11
MIRAFLORE S	60589	3435	0.06804748	0.07086419 2	0.0700191 79	14	14
PAUCARPAT A	131346	5401	0.147514637	0.11142285 4	0.1222503 89	24	22
SOCABAYA	75351	2628	0.084626676	0.05421574 9	0.0633390 27	13	11
Totales	890393	48473					200

Parámetros de asignación:

Tamaño muestral total (n) 200

Peso para negocios en el compuesto (alpha) 0.7

Notas

$w_h = \alpha * (\text{Negocios}_h / \Sigma \text{Negocios}) + (1 - \alpha) * (\text{Población}_h / \Sigma \text{Población})$.

Se aplica el método de restos mayores para asegurar que la suma sea n.

3.6. Estrategias de recolección de datos

Para la recolección de datos se empleó como estrategia principal la aplicación de encuestas estructuradas dirigidas a los propietarios de las bodegas de Arequipa Metropolitana, Arequipa. El instrumento fue diseñado en función de las variables de estudio, correspondientes al uso de billeteras digitales y la inclusión financiera, considerando sus respectivas dimensiones e indicadores previamente establecidos en la matriz de operacionalización. La aplicación de las encuestas se realizó de manera presencial, lo que permitió establecer contacto directo con los encuestados, explicar el propósito de la investigación y verificar que cada participante comprendiera adecuadamente el contenido de los ítems antes de emitir sus respuestas.

Antes de la aplicación definitiva del instrumento, se desarrolló una prueba piloto en un grupo reducido de bodegas con características similares a las de la población objetivo. Esta fase permitió evaluar la claridad, coherencia, pertinencia y comprensión de los ítems, a fin de

identificar posibles dificultades en la formulación de las preguntas y efectuar los ajustes necesarios. Asimismo, la consistencia interna del cuestionario fue evaluada mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, mientras que la validez de contenido fue sustentada a través del juicio de expertos, quienes revisaron la correspondencia entre los ítems, las dimensiones y las variables investigadas. Con ello, se buscó garantizar que el instrumento reuniera condiciones adecuadas de confiabilidad y validez para su aplicación en campo.

Durante el trabajo de campo se cuidó la presentación formal del investigador, así como la explicación clara de los objetivos del estudio y de la finalidad estrictamente académica de la información solicitada. Esta estrategia favoreció la generación de confianza en los participantes y contribuyó a que la participación se desarrollara de manera voluntaria. De igual forma, se aseguró la confidencialidad de la información recolectada, precisándose que los datos serían utilizados únicamente con fines de investigación y que no se revelaría la identidad de los encuestados, observándose de ese modo los criterios éticos correspondientes.

Una vez concluida la aplicación de las encuestas, la información recolectada fue revisada, depurada, codificada y tabulada en una base de datos elaborada para su posterior procesamiento estadístico. Posteriormente, los datos fueron ingresados al software SPSS versión 25, en el cual se efectuó el tratamiento estadístico correspondiente. En una primera etapa, se realizó el análisis descriptivo de la muestra, considerando variables de caracterización como sexo, edad, distrito y tiempo de funcionamiento de la bodega. Estos resultados fueron organizados en tablas de frecuencias y porcentajes, así como en figuras de barras, con la finalidad de mostrar de manera ordenada el perfil de los participantes.

En una segunda etapa, se desarrolló el análisis descriptivo de las variables de estudio. Para ello, se examinaron las frecuencias y porcentajes obtenidos en cada una de las dimensiones del uso de billeteras digitales, tales como complejidad de uso, confianza y seguridad, y aspectos de ventas, así como en las dimensiones de la inclusión financiera. Esta información fue

presentada mediante tablas y figuras, permitiendo identificar la tendencia predominante de las respuestas en cada caso. De esta forma, el apartado de resultados no se limitó únicamente a describir la distribución de respuestas, sino que permitió reconocer el comportamiento observado en cada dimensión evaluada.

En una tercera etapa, se efectuó el análisis inferencial con el propósito de contrastar las hipótesis formuladas y responder al objetivo general y a los objetivos específicos de la investigación. Para ello, se aplicaron procedimientos estadísticos orientados a determinar la relación y el nivel de incidencia de las dimensiones del uso de billeteras digitales sobre la inclusión financiera. En el documento, dicho análisis fue desarrollado mediante modelos de regresión lineal, los cuales permitieron evaluar de forma específica la contribución de la complejidad de uso, la confianza y seguridad, y los aspectos de ventas en la explicación de la variable dependiente. La decisión estadística se sustentó en el nivel de significancia obtenido en cada prueba, tomando como criterio de aceptación un valor inferior a 0.05.

En función de ello, el apartado de resultados fue organizado de manera secuencial y coherente con los objetivos de investigación. Primero, se presentó la caracterización de la muestra. Después, se expusieron los resultados descriptivos correspondientes a cada dimensión de las variables estudiadas. Luego, se desarrolló el análisis inferencial para el contraste de las hipótesis específicas y de la hipótesis general. Finalmente, los hallazgos fueron interpretados en función del aporte empírico de la investigación, evidenciando de qué manera el uso de billeteras digitales se vinculó con la inclusión financiera en las bodegas evaluadas. Con esta estructura, el capítulo de resultados mostró no solo una descripción estadística de los datos, sino también una explicación sustentada de los principales hallazgos obtenidos en el estudio.

3.7. Procesamiento y análisis de datos

Una vez concluida la recolección de la información, los cuestionarios fueron revisados con el propósito de verificar su integridad, legibilidad y consistencia en el llenado.

Posteriormente, los datos fueron codificados y registrados en una matriz elaborada para su procesamiento estadístico, asignando valores numéricos a cada una de las respuestas de acuerdo con la escala establecida en el instrumento. Luego de ello, la base de datos fue depurada para identificar posibles errores de digitación, omisiones o inconsistencias, a fin de asegurar la calidad del procesamiento posterior.

El tratamiento estadístico de la información se realizó mediante el software SPSS versión 25. En una primera fase, se llevó a cabo el análisis descriptivo de la muestra, considerando variables de caracterización como sexo, edad, distrito y tiempo de funcionamiento de la bodega. Estos resultados permitieron identificar el perfil general de los participantes y fueron presentados mediante tablas de frecuencias y porcentajes, así como a través de figuras de barras, con la finalidad de facilitar su interpretación.

En una segunda fase, se desarrolló el análisis descriptivo de las variables de estudio. Para ello, se examinaron las frecuencias y porcentajes correspondientes a cada una de las dimensiones del uso de billeteras digitales, tales como complejidad de uso, confianza y seguridad, y aspectos de ventas, así como las dimensiones de la inclusión financiera. Esta información fue organizada en tablas y figuras, permitiendo identificar la tendencia predominante de las respuestas y describir el comportamiento observado en cada dimensión evaluada.

Seguidamente, se efectuó el análisis inferencial con el propósito de contrastar las hipótesis planteadas y responder al objetivo general y a los objetivos específicos de la investigación. En esta etapa, se aplicaron modelos de regresión lineal para determinar el grado en que las dimensiones del uso de billeteras digitales explicaron el comportamiento de la inclusión financiera. De manera específica, se evaluó la incidencia de la complejidad de uso, la confianza y seguridad, y los aspectos de ventas sobre la variable dependiente, conforme a la estructura teórica y metodológica del estudio.

La interpretación de los resultados inferenciales se realizó considerando los coeficientes obtenidos en los modelos, el valor de significancia estadística y el sentido de la relación observada entre las variables. Para la toma de decisiones se adoptó un nivel de significancia de 0.05, de modo que los resultados con valores inferiores a dicho umbral fueron considerados estadísticamente significativos. Este procedimiento permitió aceptar o rechazar las hipótesis específicas y la hipótesis general, en correspondencia con los objetivos formulados.

En cuanto a la presentación del capítulo de resultados, este fue organizado de manera secuencial y articulada con los objetivos de la investigación. En primer término, se expuso la caracterización de la muestra. En segundo término, se presentaron los resultados descriptivos de las variables y sus dimensiones. En tercer término, se desarrolló el análisis inferencial para el contraste de las hipótesis específicas y de la hipótesis general. Finalmente, los hallazgos fueron interpretados en función del aporte empírico de la investigación, evidenciando de qué manera el uso de billeteras digitales se vinculó con la inclusión financiera de las bodegas de Arequipa Metropolitana.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

En el presente capítulo se expusieron los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento a los propietarios de las bodegas de Arequipa Metropolitana, Arequipa, con el propósito de analizar la influencia del uso de billeteras digitales en la inclusión financiera. La presentación de los hallazgos se desarrolló de manera ordenada y en correspondencia con los objetivos formulados en la investigación, permitiendo mostrar tanto el comportamiento descriptivo de las variables como la evidencia estadística derivada de la contrastación de las hipótesis.

En primer término, se presentó la caracterización de la muestra, considerando las principales variables sociodemográficas y comerciales de los encuestados. Posteriormente, se desarrolló el análisis descriptivo de las dimensiones del uso de billeteras digitales y de la inclusión financiera, mediante tablas y figuras que facilitaron la identificación de las tendencias predominantes en las respuestas. Finalmente, se efectuó el análisis inferencial, a través del cual se evaluó la relación e incidencia de las dimensiones estudiadas sobre la variable dependiente, permitiendo establecer el aporte empírico de la investigación. De esta manera, el capítulo no solo mostró la distribución de los datos recolectados, sino que también explicó estadísticamente los principales hallazgos vinculados al problema de estudio.

4.1. Análisis descriptivo

Tabla 4

Análisis descriptivo

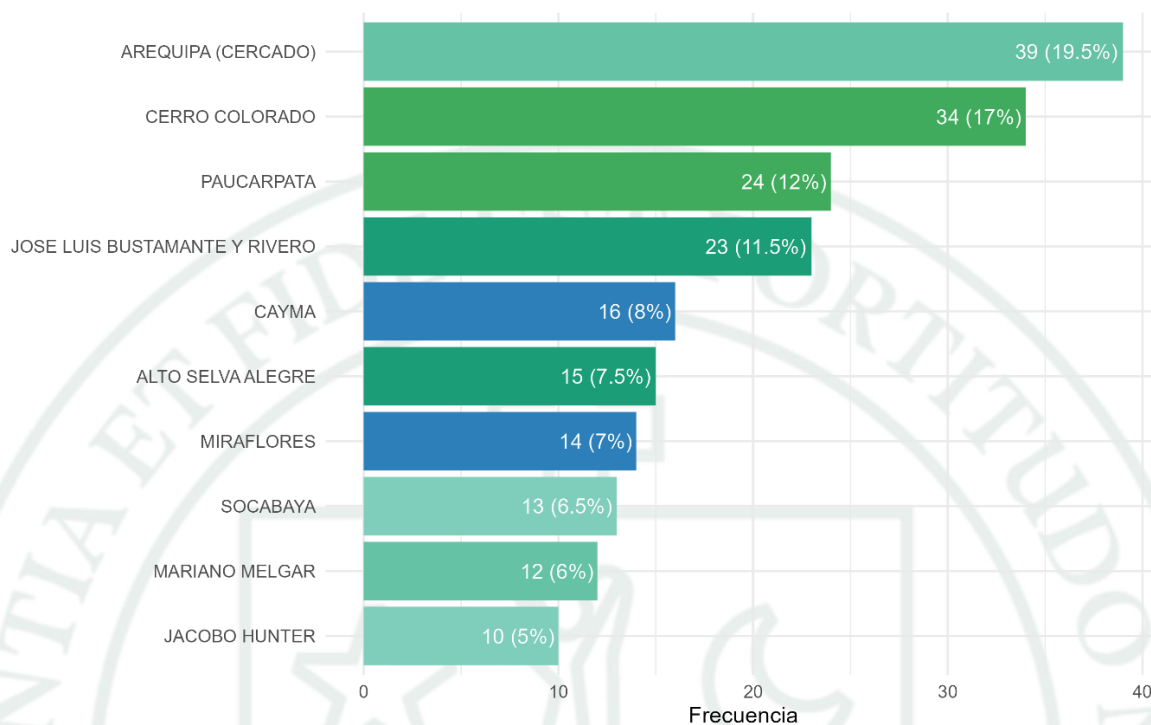
variable	n	media	mediana	sd	se	li_ic95	ls_ic95	iqr	min	max	asimetria	curtosis
BD Global	200	2.94	3.236	0.903	0.064	2.815	3.065	1.333	1	4.778	0.024	2.149
IF Global	200	2.973	2.985	0.902	0.064	2.848	3.098	1.464	1.1	4.9	-0.058	2.183
BD Complejidad	200	2.923	2.833	1.021	0.072	2.782	3.065	1.667	1	5	0.259	2.176
BD Confianza y seguridad	200	2.957	3.151	1.012	0.072	2.816	3.097	1.333	1	5	0.03	2.156
BD Aspectos de ventas	200	2.94	2.586	1.008	0.071	2.8	3.08	1.667	1	5	-0.024	2.129
IF Acceso	200	2.992	2.121	1.069	0.076	2.844	3.14	1.752	1	5	-0.008	2.093
IF Uso	200	2.88	3.335	1.094	0.077	2.728	3.032	1.589	1	5	0.089	2.179
IF Calidad	200	3.015	2.653	1.125	0.08	2.859	3.171	2.359	1	5	-0.114	1.983
IF Bienestar	200	2.988	3.238	0.939	0.066	2.858	3.118	1.333	1	5	0.02	2.162

En términos descriptivos, la percepción global del uso de billeteras digitales y de la inclusión financiera se ubicó en un nivel medio de la escala Likert de 1 a 5. La billetera digital global promedió 2.94 con intervalo de confianza de 2.815 a 3.065 y desviación estándar de 0.903, mientras que la inclusión financiera global alcanzó 2.973 con intervalo de 2.848 a 3.098 y desviación estándar de 0.902; en ambos casos las distribuciones fueron prácticamente simétricas y aplanadas, lo que describió respuestas concentradas alrededor del punto medio y heterogeneidad entre bodegas. Por dimensiones, la billetera digital presentó medias similares y variabilidad apreciable en complejidad, confianza y seguridad, y aspectos de ventas, lo que sugirió que la facilidad de uso, la respuesta oportuna ante incidencias y el impacto comercial no fueron percibidos de manera uniforme. En inclusión financiera, el acceso y el bienestar se mantuvieron en torno a 3 puntos, el uso mostró el nivel relativo más bajo con 2.88 y la calidad el más alto con 3.015, ambos con amplitud intercuartílica elevada, señalando valoraciones dispares.

Desde un enfoque práctico, estos hallazgos indicaron que la agenda de mejora debía priorizar la reducción de la complejidad operativa y el refuerzo de la confianza y seguridad para sostener el uso cotidiano, así como el ajuste de productos financieros a los ciclos de caja y riesgos de las bodegas. Resultó pertinente fortalecer el acompañamiento post-implementación con capacitación breve y guías de resolución, asegurar conectividad estable en el punto de venta, negociar costos transaccionales y tiempos de atención con los proveedores, y diseñar ofertas de crédito y ahorro con condiciones claras y asequibles. Con ello se esperaba elevar el uso efectivo de los servicios, disminuir la variabilidad observada y trasladar beneficios tangibles en ventas y bienestar, alineando la percepción media hacia niveles más favorables.

Figura 3

Distribución de distrito

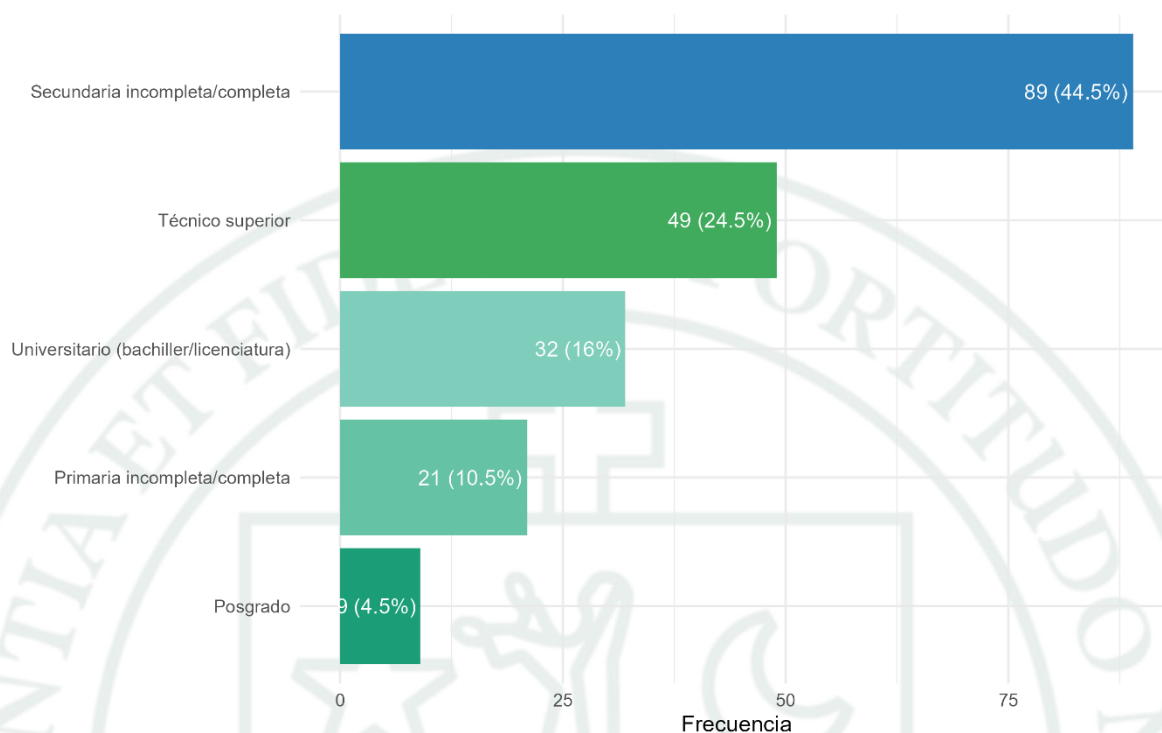


Nota. Elaboración propia.

La mayor proporción de encuestados se concentró en Arequipa Cercado con 39 casos (19.5 por ciento) y Cerro Colorado con 34 casos (17 por ciento), seguidos por Paucarpata y José Luis Bustamante y Rivero con 24 y 23 casos respectivamente. Los menores aportes provinieron de Jacobo Hunter y Mariano Melgar, por lo que la lectura comparativa de percepciones debió considerar este peso muestral desigual entre distritos.

Figura 4

Máximo nivel educativo alcanzado del responsable de la bodega

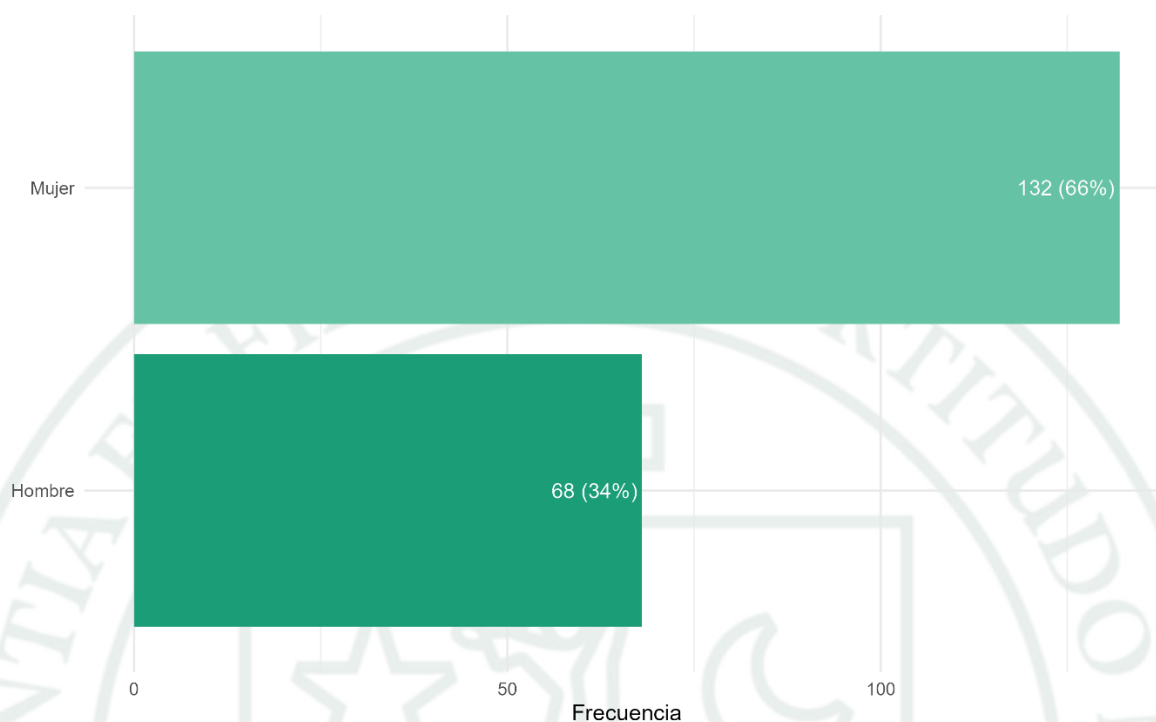


Nota. Elaboración propia.

Predominó la secundaria completa o incompleta con 89 casos, equivalentes al 44.5 por ciento, seguida del nivel técnico superior con 49 casos, que representaron el 24.5 por ciento, y del nivel universitario con 32 casos, correspondiente al 16 por ciento. En términos prácticos, esta composición mostró que la adopción de billeteras digitales debió apoyarse en materiales breves, demostrativos y orientados al uso inmediato, más que en explicaciones extensas o altamente técnicas, lo que resultó consistente con un perfil formativo predominantemente operativo.

Figura 5

Distribución por género del responsable

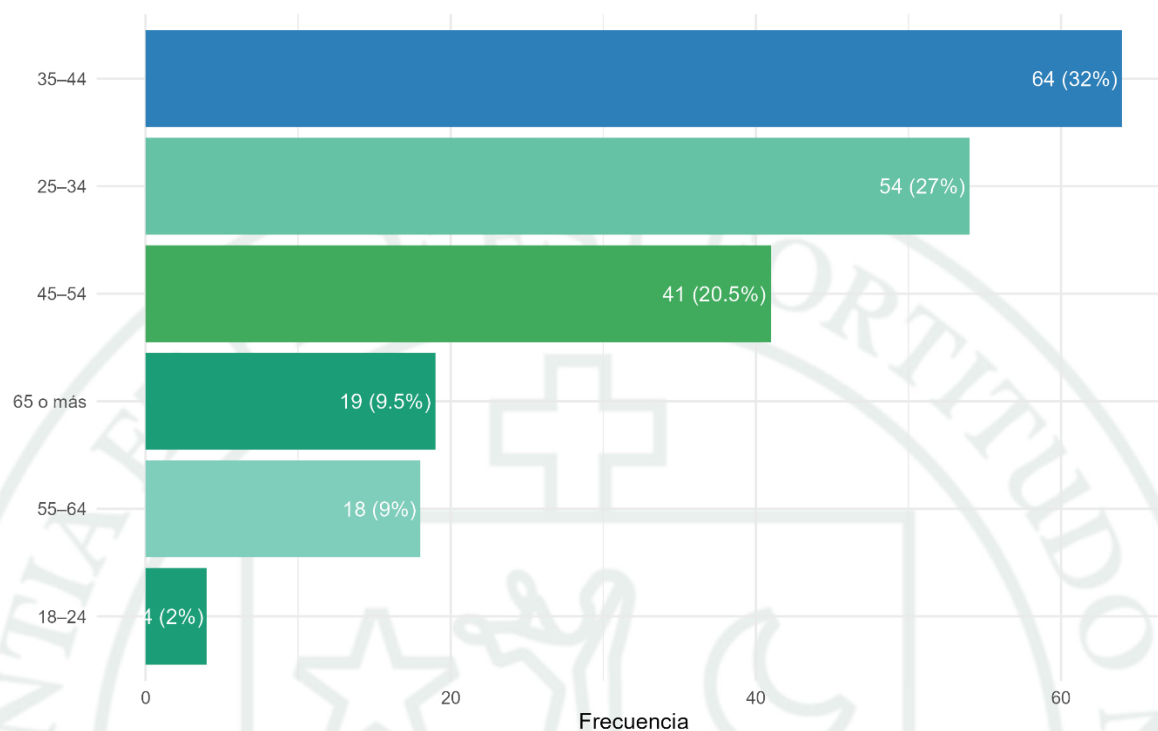


Nota. Elaboración propia.

Se registró una mayor participación femenina con 132 casos, equivalentes al 66 por ciento, frente a 68 casos masculinos, que representaron el 34 por ciento. Este resultado mostró que la gestión cotidiana de las bodegas recayó principalmente en mujeres, por lo que cualquier estrategia de fortalecimiento del uso de billeteras digitales debió considerar horarios, canales de acompañamiento y mensajes adaptados a ese perfil predominante de responsables.

Figura 6

Distribución por grupos de edad

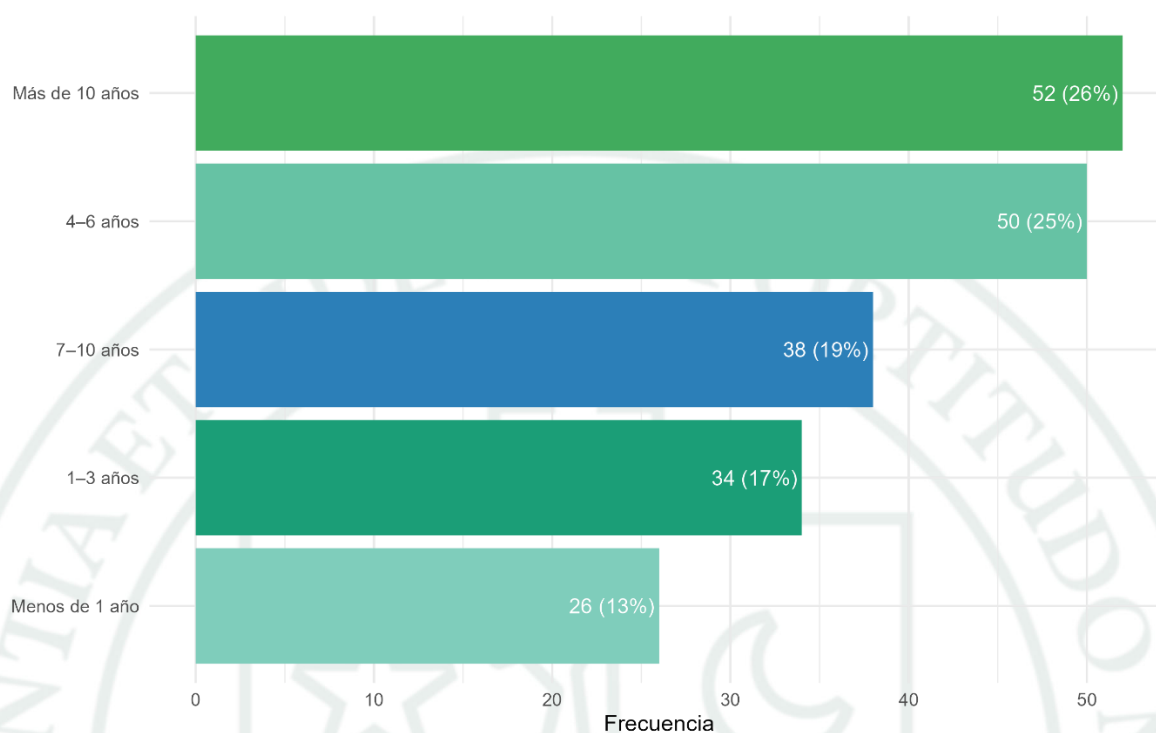


Nota. Elaboración propia.

El grupo de 35 a 44 años concentró 64 casos, equivalentes al 32 por ciento, seguido del tramo de 25 a 34 años con 54 casos, que representaron el 27 por ciento, y del grupo de 45 a 54 años con 41 casos, correspondientes al 20.5 por ciento. En conjunto, estos datos mostraron que la mayor parte de los responsables perteneció a edades adultas intermedias, lo que sugirió que la adopción digital debió orientarse hacia procesos de aprendizaje aplicados, graduales y vinculados con beneficios concretos para la operación diaria del negocio.

Figura 7

Tiempo a cargo del negocio

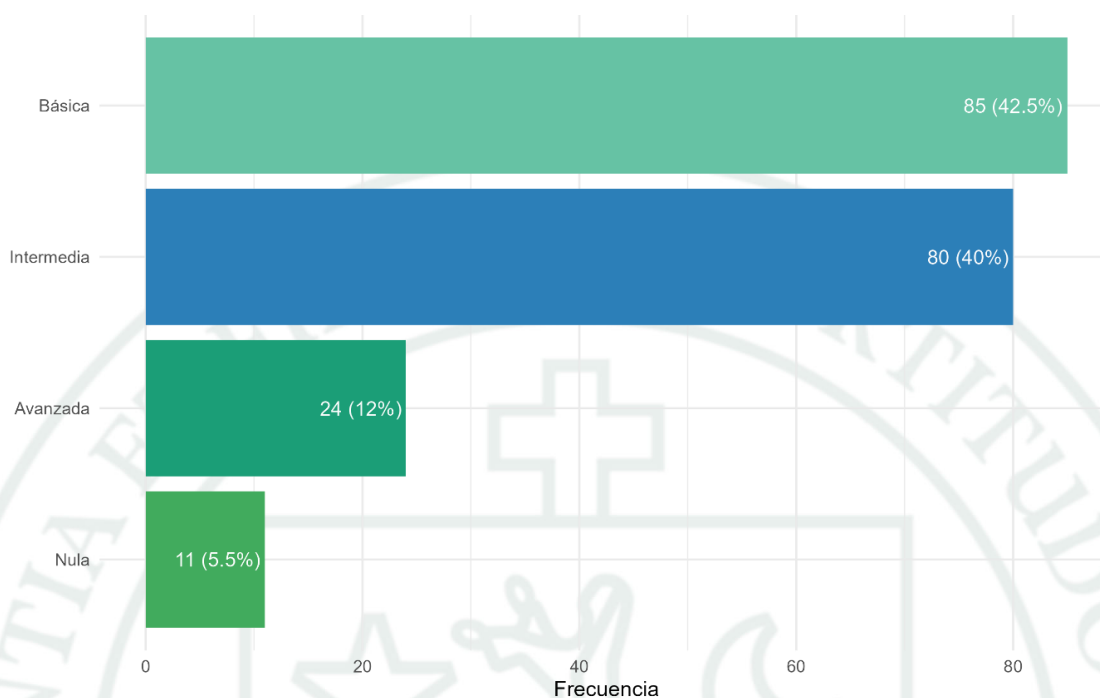


Nota. Elaboración propia.

Predominaron los responsables con más de 10 años de gestión y aquellos con 4 a 6 años, con 52 y 50 casos respectivamente, mientras que 34 casos correspondieron al tramo de 1 a 3 años y 26 casos al de menos de 1 año. Este patrón evidenció que una parte importante de la muestra contó con experiencia consolidada en la conducción del negocio, por lo que la incorporación de billeteras digitales debió sustentarse en ventajas visibles, como rapidez de cobro, mayor control de pagos y reducción del manejo de efectivo, antes que en argumentos únicamente tecnológicos.

Figura 8

Nivel de alfabetización digital del responsable

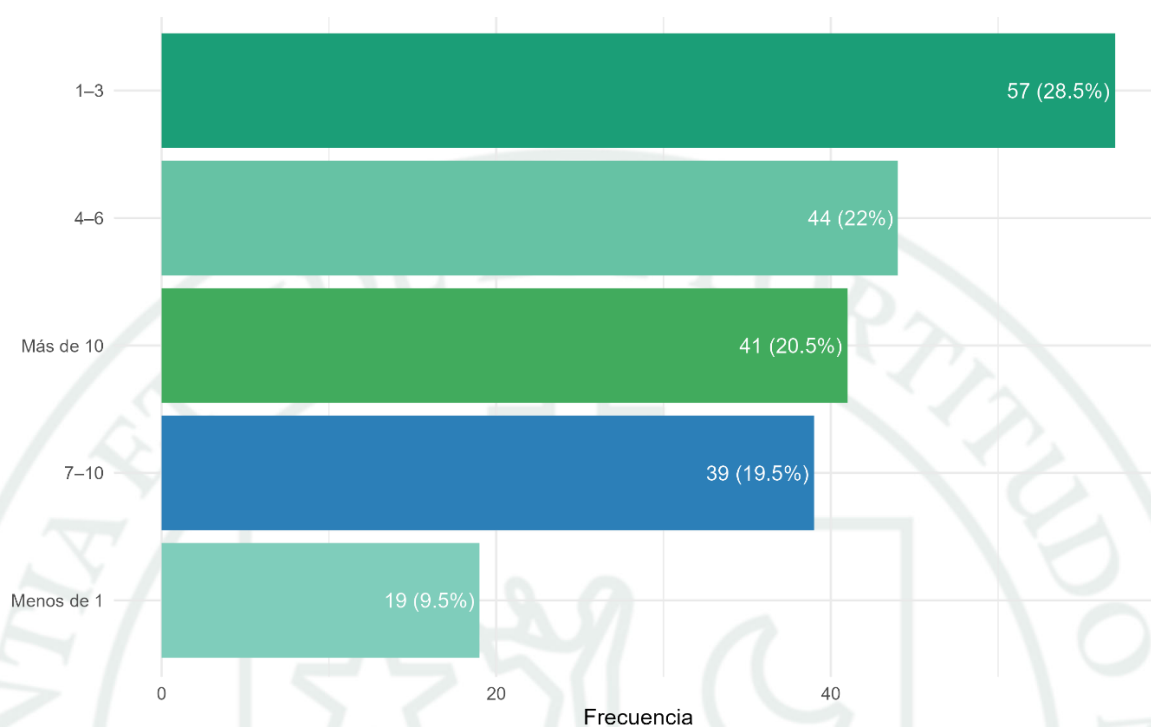


Nota. Elaboración propia.

Predominaron los niveles básico e intermedio con 85 y 80 casos respectivamente, los cuales en conjunto representaron el 82.5 por ciento de la muestra. Este resultado indicó que la mayoría de los responsables ya contaba con competencias mínimas para operar herramientas digitales, por lo que el principal reto no pareció ser el acceso al conocimiento tecnológico, sino la consolidación de confianza y de hábitos de uso continuo en el contexto comercial.

Figura 9

Tiempo a cargo del negocio

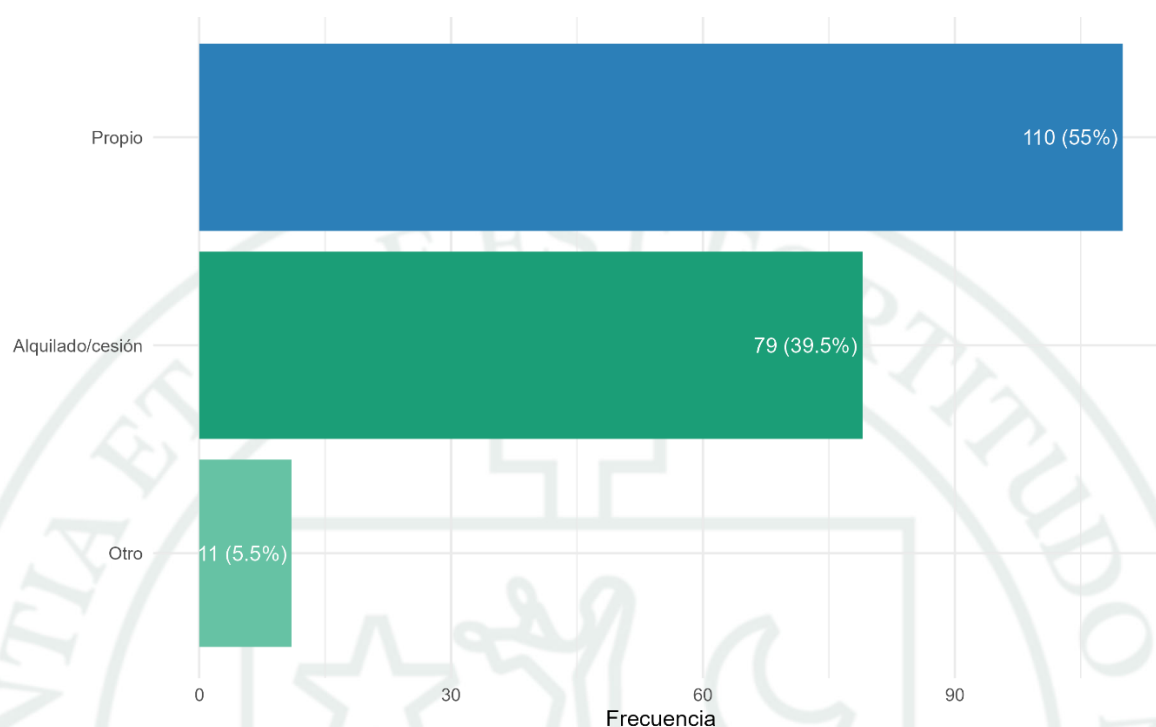


Nota. Elaboración propia.

Se concentraron responsables con 1 a 3 años y 4 a 6 años de experiencia, con 57 y 44 casos respectivamente, mientras que 41 y 39 casos reportaron más de 10 años y de 7 a 10 años. Esta distribución mostró la coexistencia de bodegas con gestión relativamente reciente y otras con trayectorias más estables, lo que implicó que la promoción del uso de billeteras digitales debió diferenciar mensajes: en unos casos enfatizando facilidad de implementación y, en otros, evidenciando mejoras operativas frente a prácticas ya consolidadas.

Figura 10

Tenencia del local

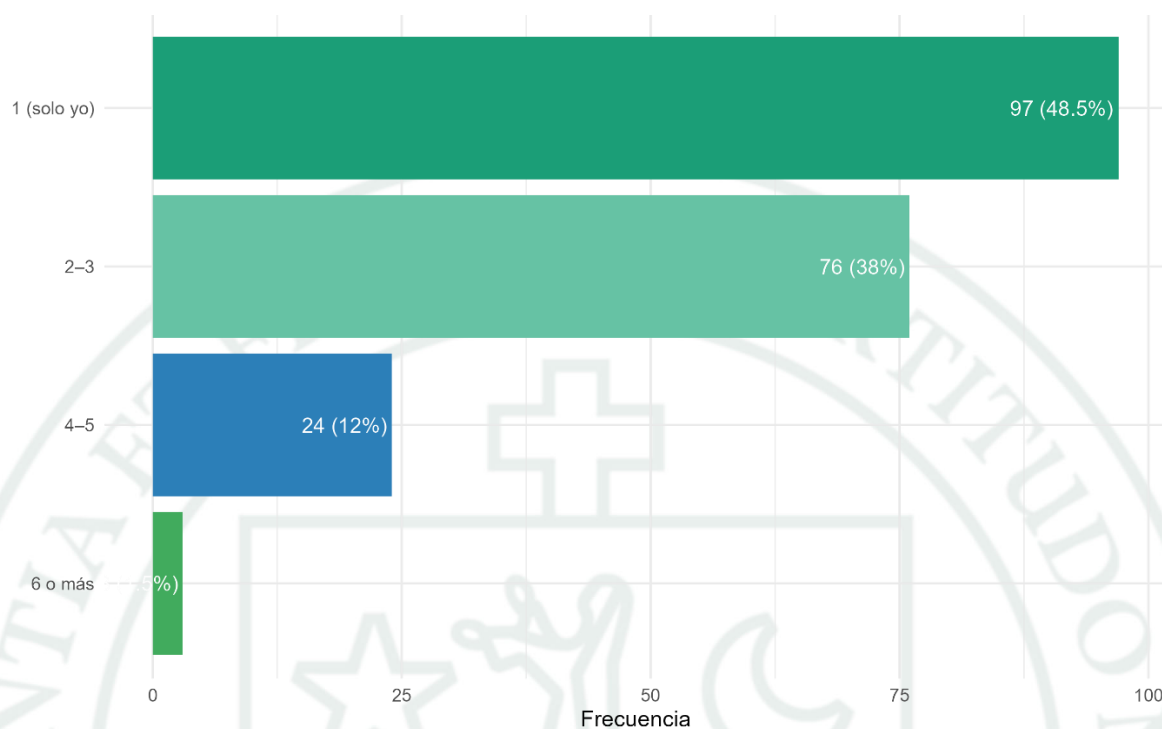


Nota. Elaboración propia.

El 55 por ciento de los encuestados declaró contar con local propio, mientras que el 39.5 por ciento operó en condición de alquiler o cesión y el 5.5 por ciento reportó otra modalidad. Este resultado mostró una capacidad heterogénea para realizar pequeñas inversiones asociadas al entorno digital del negocio, como conectividad, señalización de medios de pago o equipamiento básico, lo que sugirió que la adopción de billeteras digitales no dependió únicamente de la disposición del comerciante, sino también de las condiciones materiales del establecimiento.

Figura 11

Número de trabajadores

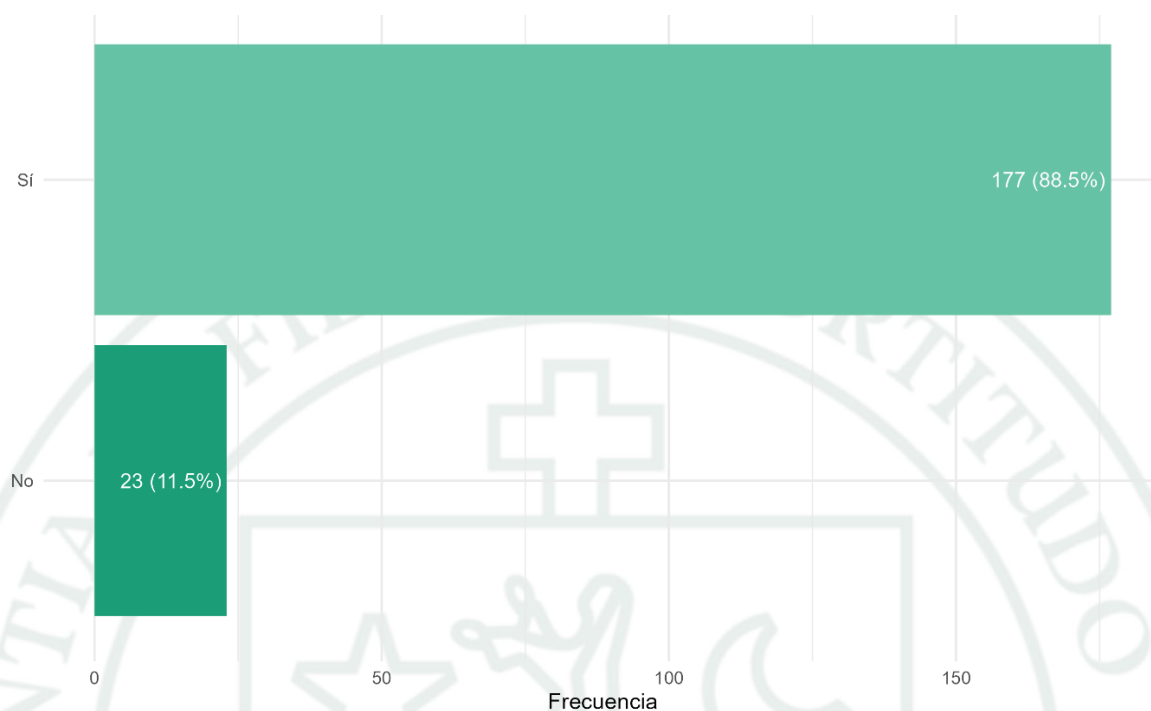


Nota. Elaboración propia.

El 48.5 por ciento de las bodegas operó de forma unipersonal con 97 casos, mientras que el 38 por ciento reportó entre 2 y 3 trabajadores, y solo el 1.5 por ciento superó los 6 trabajadores. Este predominio de microestructuras operativas indicó que las billeteras digitales debieron representar una solución simple, rápida y de baja carga administrativa, ya que en negocios con personal reducido el tiempo de atención y la simplicidad del cobro resultaron factores decisivos.

Figura 12

Disponibilidad de smartphone para cobros

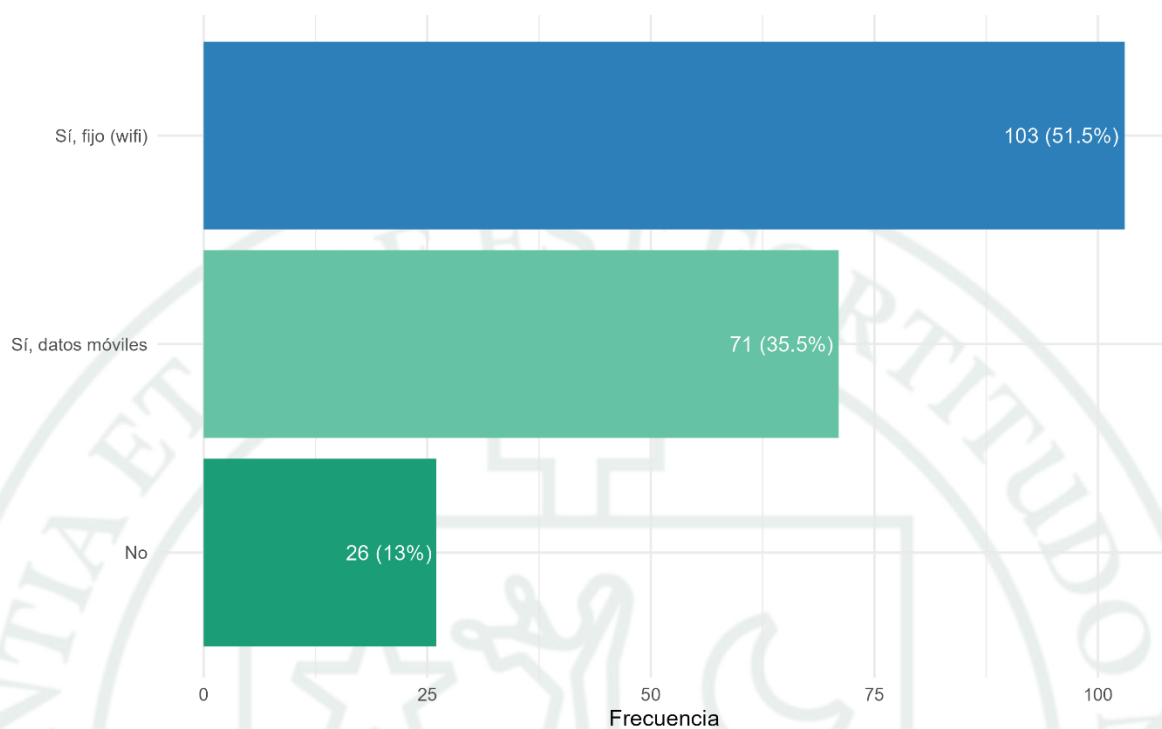


Nota. Elaboración propia.

El 88.5 por ciento señaló contar con smartphone para realizar cobros, frente a un 11.5 por ciento que no disponía de este equipo. En términos prácticos, este hallazgo confirmó que existió una base tecnológica inicial suficiente para la implementación de billeteras digitales sin requerir inversiones mayores en dispositivos, lo que redujo una barrera importante de entrada para su adopción.

Figura 13

Acceso a Internet en el local

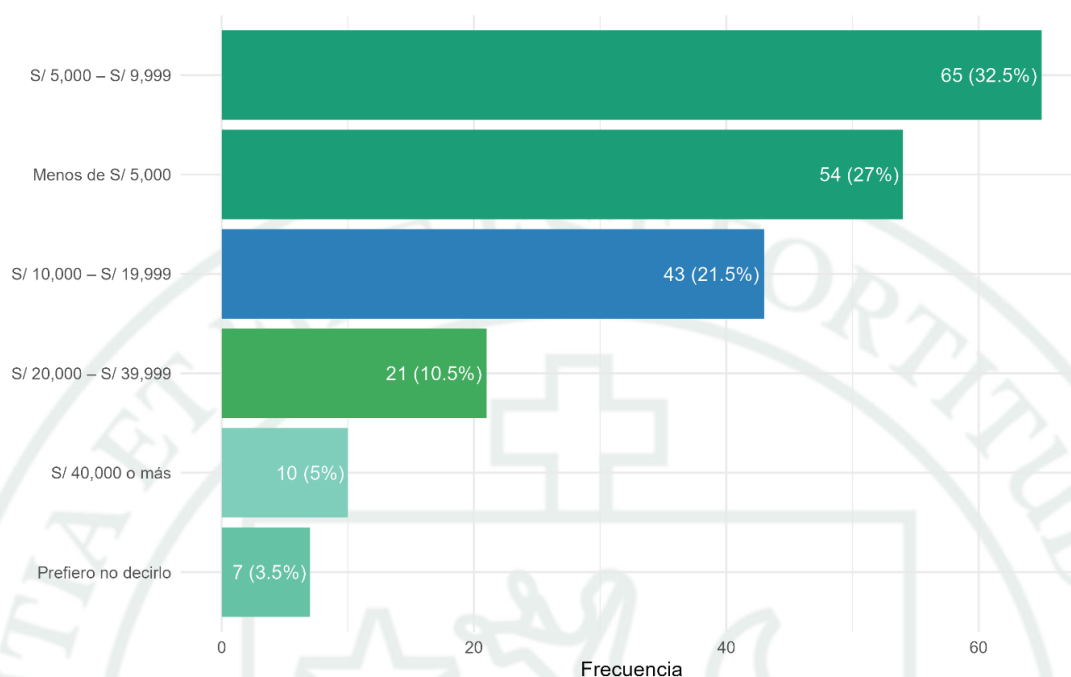


Nota. Elaboración propia.

El 51.5 por ciento reportó conexión fija a Internet y el 35.5 por ciento utilizó datos móviles, mientras que el 13 por ciento indicó no contar con conectividad. Este patrón mostró que la mayor parte de las bodegas dispuso de condiciones técnicas favorables para operar pagos digitales; sin embargo, también evidenció que subsistió un segmento que habría requerido alternativas de conectividad más estables o procedimientos complementarios para evitar interrupciones en el cobro.

Figura 14

Facturación promedio mensual

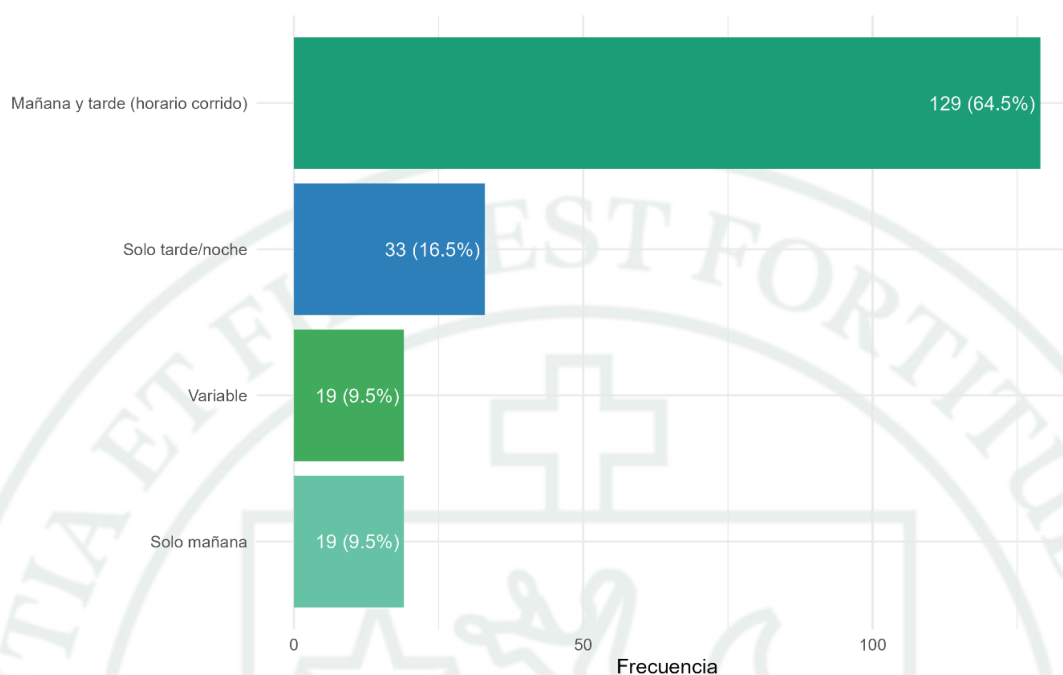


Nota. Elaboración propia.

Los rangos más frecuentes fueron de S/ 5,000 a S/ 9,999 con 32.5 por ciento y menos de S/ 5,000 con 27 por ciento, seguidos por el tramo de S/ 10,000 a S/ 19,999 con 21.5 por ciento. Estos datos describieron una estructura de micro y pequeñas unidades comerciales, por lo que la utilidad de las billeteras digitales debió percibirse en beneficios operativos inmediatos, tales como rapidez de cobro, menor necesidad de efectivo y mejor registro de transacciones, más que en ventajas financieras complejas o de largo plazo.

Figura 15

Horario de atención principal

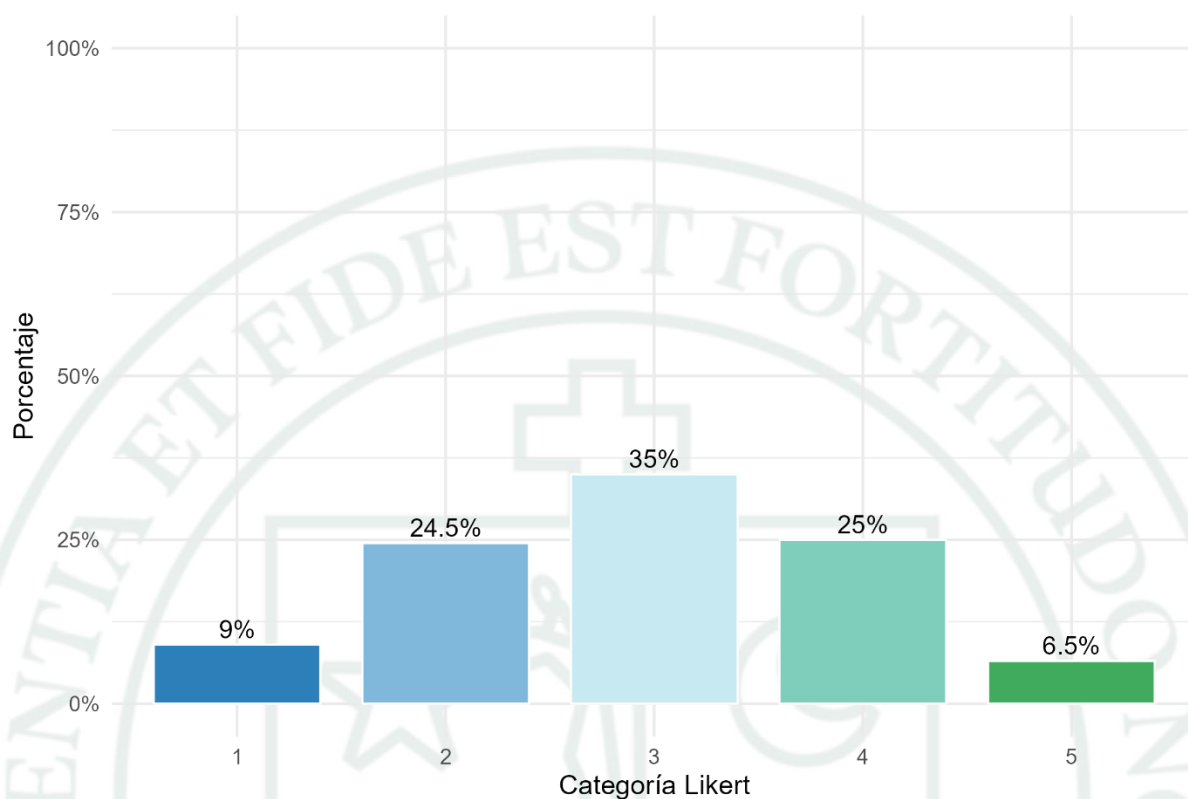


Nota. Elaboración propia.

El 64.5 por ciento de los encuestados atendió en horario corrido de mañana y tarde, mientras que el 16.5 por ciento operó solo en la tarde o noche y el 19 por ciento mantuvo horario variable o exclusivamente matutino. Esta predominancia de jornadas amplias mostró que la billetera digital pudo constituir una herramienta útil para sostener continuidad en el servicio de cobro durante toda la jornada, especialmente en momentos de mayor flujo de clientes.

Figura 16

Distribución de respuestas sobre la percepción de confianza y seguridad

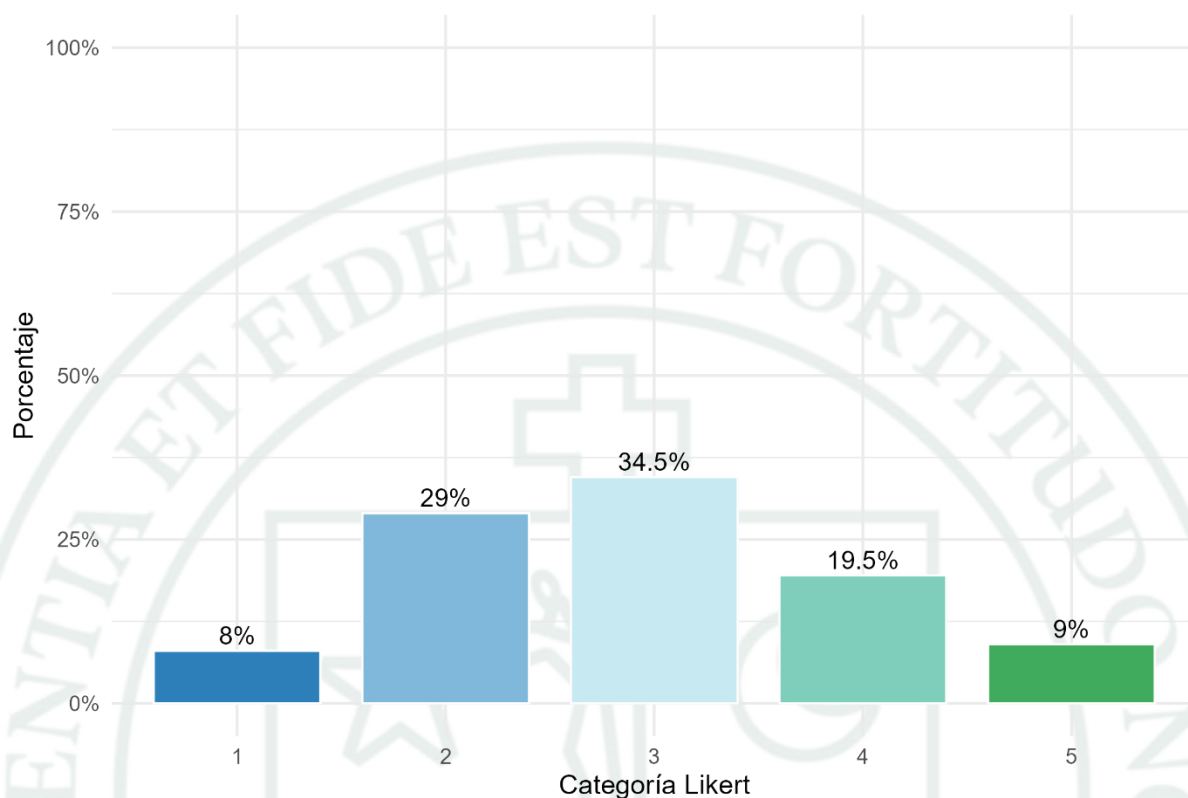


Nota. Elaboración propia.

Las categorías intermedias 2 y 3 agruparon el 59.5 por ciento de las respuestas, mientras que las valoraciones altas 4 y 5 mostraron una presencia menor. Este comportamiento indicó que la confianza y la seguridad percibidas todavía no alcanzaron niveles plenamente consolidados, por lo que la expansión del uso de billeteras digitales dependió no solo del acceso tecnológico, sino también del fortalecimiento de la percepción de resguardo, respaldo ante errores y estabilidad del servicio.

Figura 17

Percepción sobre la complejidad de uso de la billetera digital

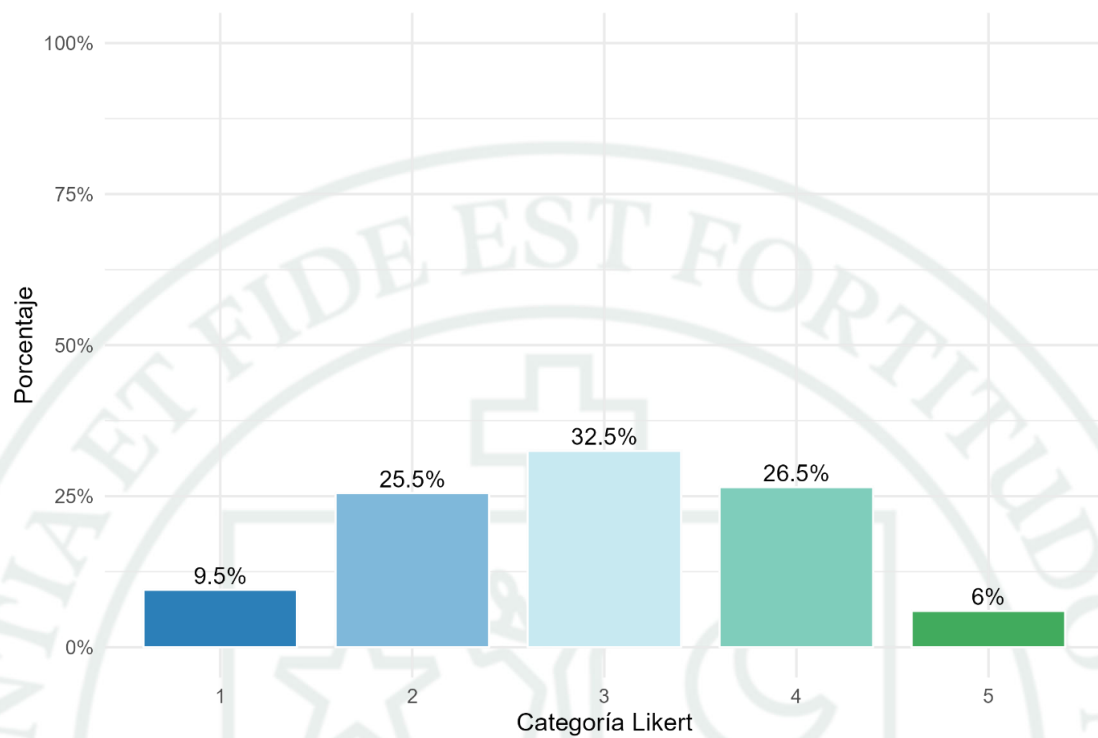


Nota. Elaboración propia.

El nivel 3 concentró la mayor proporción de respuestas con 34.5 por ciento, seguido del nivel 2 con 29 por ciento y del nivel 4 con 19.5 por ciento; por su parte, los niveles 1 y 5 registraron 8 y 9 por ciento cada uno. Estos resultados mostraron que la dificultad percibida se ubicó mayoritariamente en una zona intermedia, lo cual indicó que la herramienta fue considerada manejable por una parte importante de los comerciantes, aunque todavía requirió acompañamiento práctico para consolidar un uso más fluido y sostenido.

Figura 18

Distribución de respuestas sobre aspectos de ventas

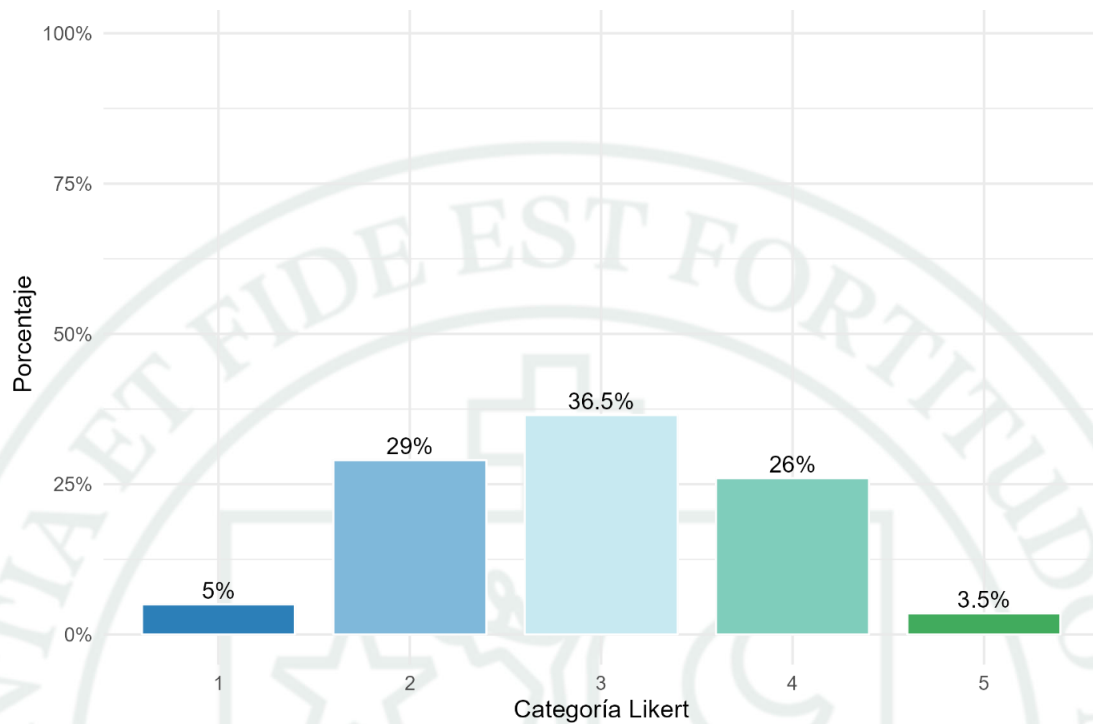


Nota. Elaboración propia.

Las respuestas se concentraron entre los niveles 2 y 3, con proporciones superiores al 55 por ciento, mientras que las puntuaciones altas fueron minoritarias. Este resultado mostró que los comerciantes percibieron de manera moderada el efecto de las billeteras digitales sobre las ventas y la recurrencia de clientes, lo que sugirió que la adopción de este medio de pago no debió justificarse solo por un posible aumento comercial, sino también por ventajas operativas y de servicio al cliente.

Figura 19

Distribución de respuestas sobre la percepción de uso de billeteras digitales

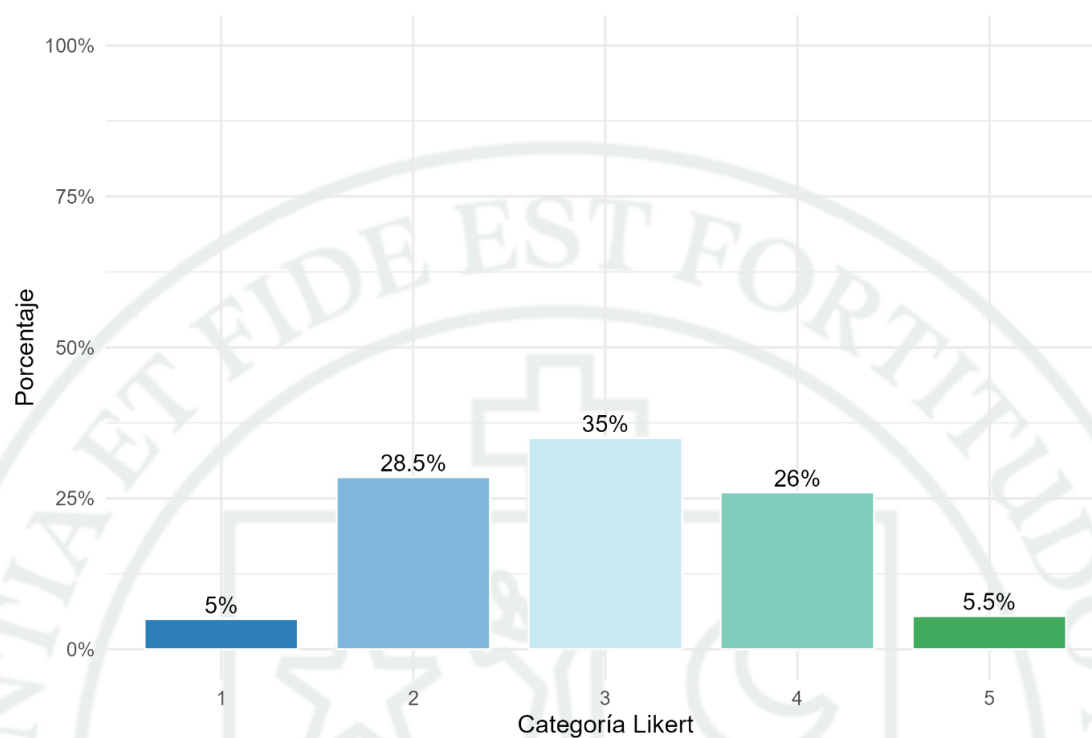


Nota. Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados concentró sus respuestas en los niveles 2 y 3 de la escala Likert, con participaciones que oscilaron entre 29 y 36,5 por ciento, mientras que los valores extremos registraron frecuencias reducidas. Este patrón mostró una posición predominantemente intermedia frente al uso de billeteras digitales, lo que indicó que la adopción no fue rechazada de forma general, pero tampoco alcanzó una consolidación alta, manteniéndose en una fase de aceptación moderada.

Figura 20

Distribución de respuestas sobre bienestar asociado a la inclusión financiera

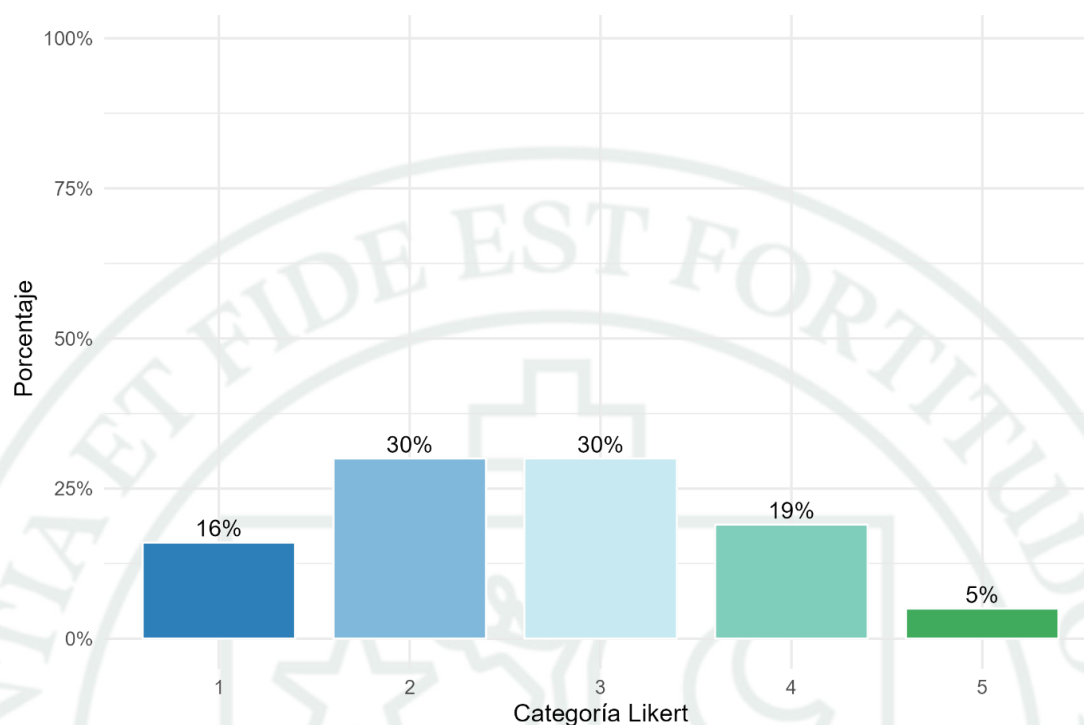


Nota. Elaboración propia.

La mayor proporción de respuestas se ubicó en los valores medios, con reducida presencia en los extremos. Este resultado indicó que los beneficios percibidos asociados a la inclusión financiera todavía fueron parciales y no homogéneos entre los participantes, lo que sugirió que el uso de billeteras digitales habría contribuido en alguna medida a mejorar la experiencia financiera cotidiana, aunque sin generar todavía una percepción ampliamente consolidada de mejora en la situación económica del negocio.

Figura 21

Preferencia de uso de la billetera digital frente a otros medios de pago

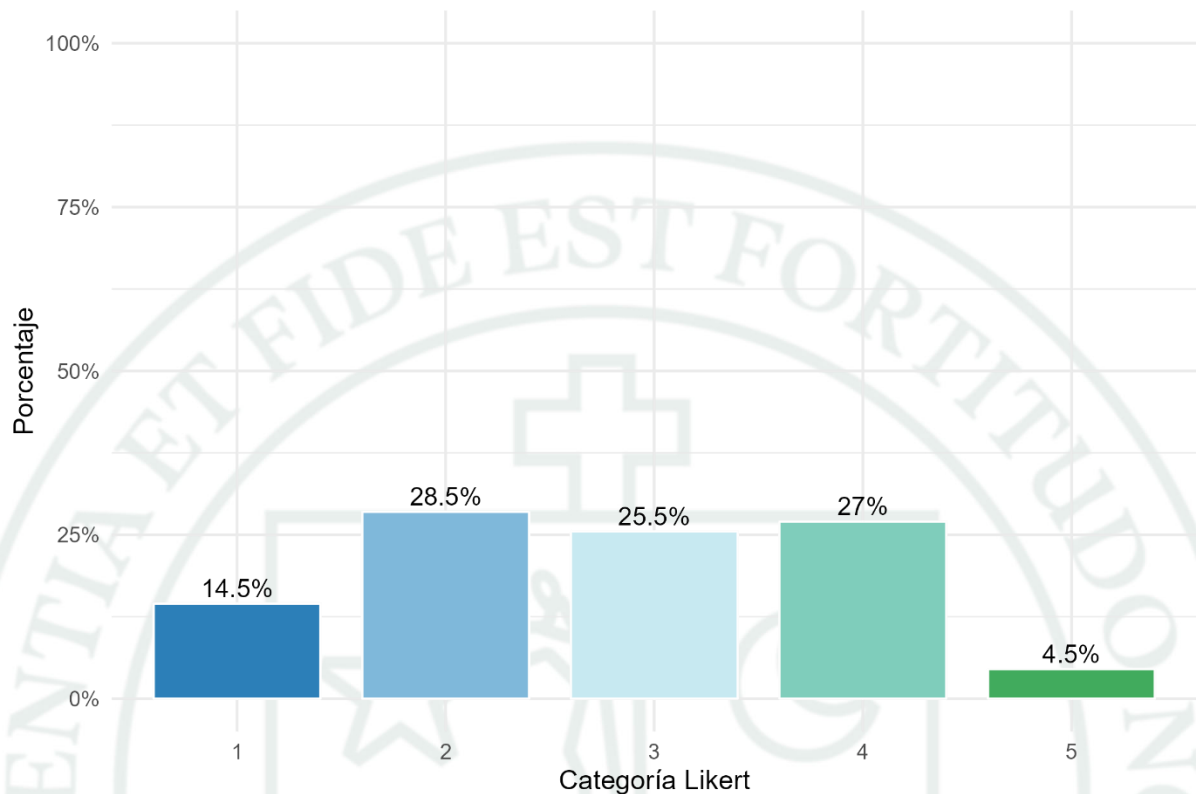


Nota. Elaboración propia.

La distribución se concentró en las categorías 3 con 30 por ciento y 4 con 19 por ciento, mientras que los niveles 1 y 2 representaron en conjunto el 36 por ciento. Estos resultados mostraron una preferencia intermedia hacia el uso de billeteras digitales, lo que evidenció que coexistieron aceptación y resistencia frente a este medio de pago. En términos prácticos, ello sugirió que su mayor uso habría dependido de que el comerciante percibiera beneficios concretos en rapidez, comodidad y continuidad del cobro.

Figura 22

Distribución de respuestas sobre calidad percibida en productos financieros

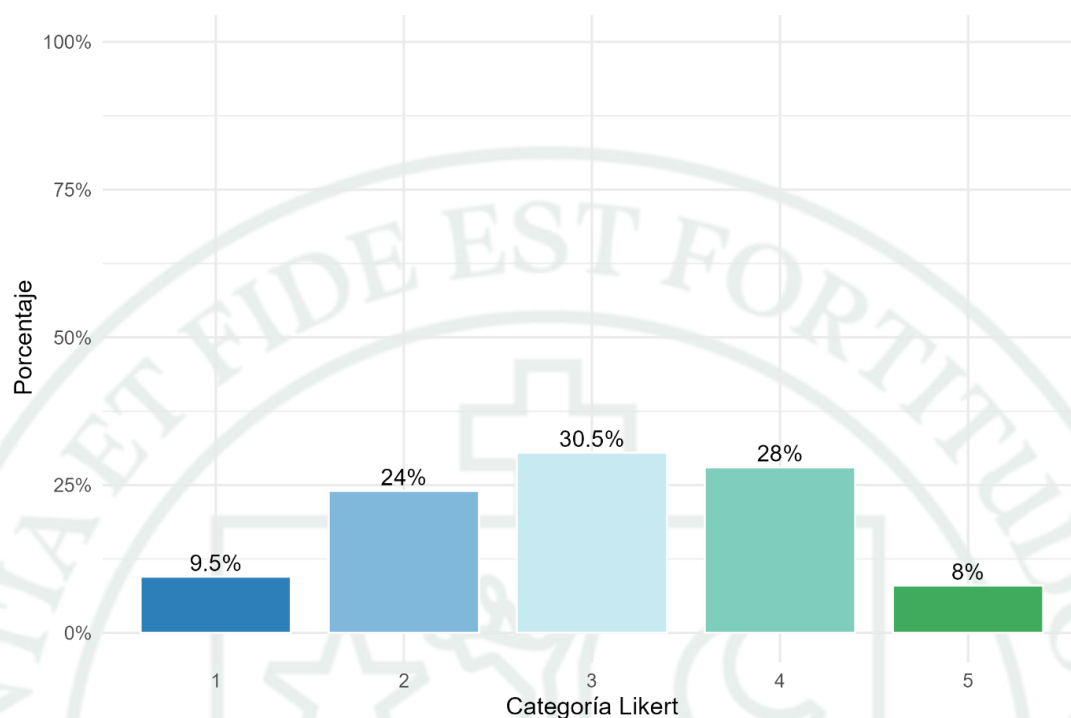


Nota. Elaboración propia.

Los niveles 2, 3 y 4 mostraron proporciones semejantes, sin concentraciones marcadas en los extremos. Este comportamiento indicó una evaluación heterogénea de la calidad de los productos financieros, lo que reflejó que la experiencia de los comerciantes no fue uniforme. En términos prácticos, ello sugirió la necesidad de mejorar la consistencia del servicio para reducir la dispersión de percepciones y fortalecer la satisfacción con las alternativas financieras disponibles.

Figura 23

Percepción de IF Acceso en escala 1 a 5

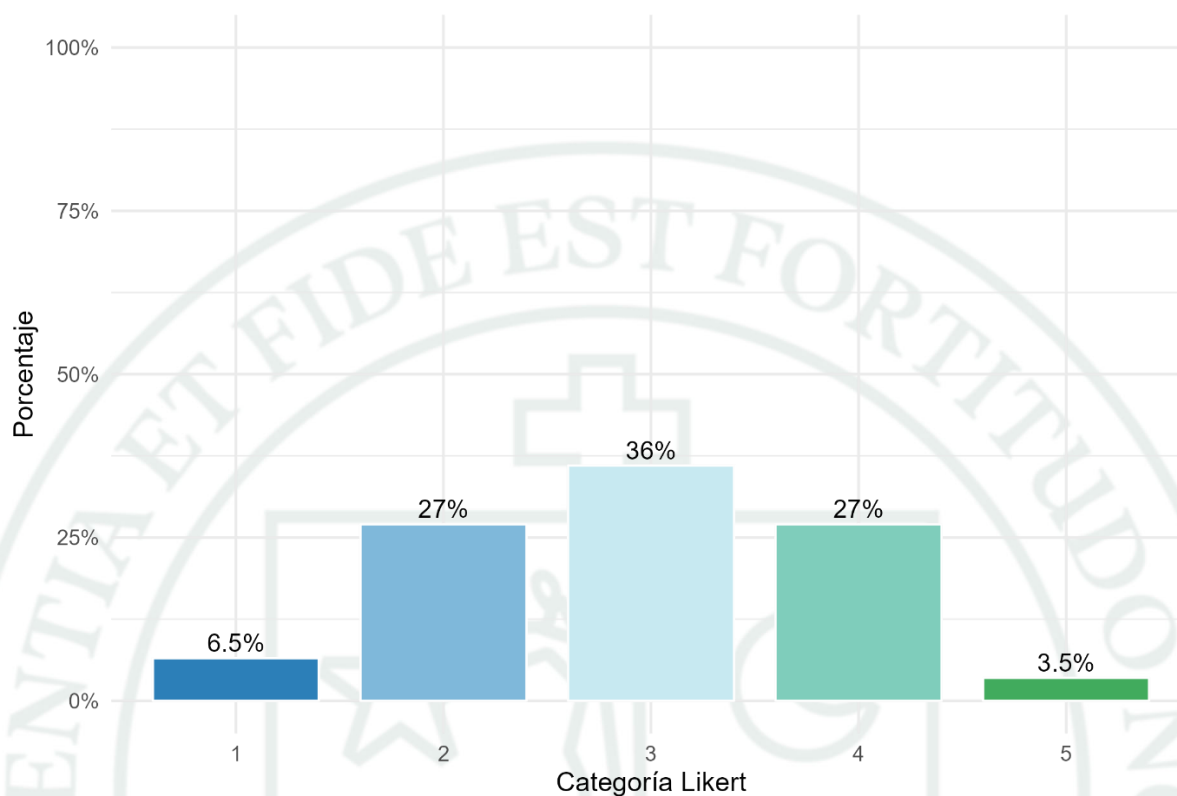


Nota. Elaboración propia.

La Figura 23 evidenció que el acceso financiero fue percibido mayormente en niveles medios, ya que el 58.5 por ciento de las respuestas se ubicó entre los niveles 3 y 4, mientras que solo una proporción reducida se concentró en los extremos. Este comportamiento mostró que las bodegas no se encontraron excluidas del acceso financiero, pero tampoco alcanzaron una situación plenamente favorable. En la práctica, ello indicó que las billeteras digitales habrían contribuido a acercar a los comerciantes a servicios financieros formales, aunque dicho acceso todavía no se manifestó de manera sólida en toda la muestra.

Figura 24

Distribución de respuestas sobre inclusión financiera

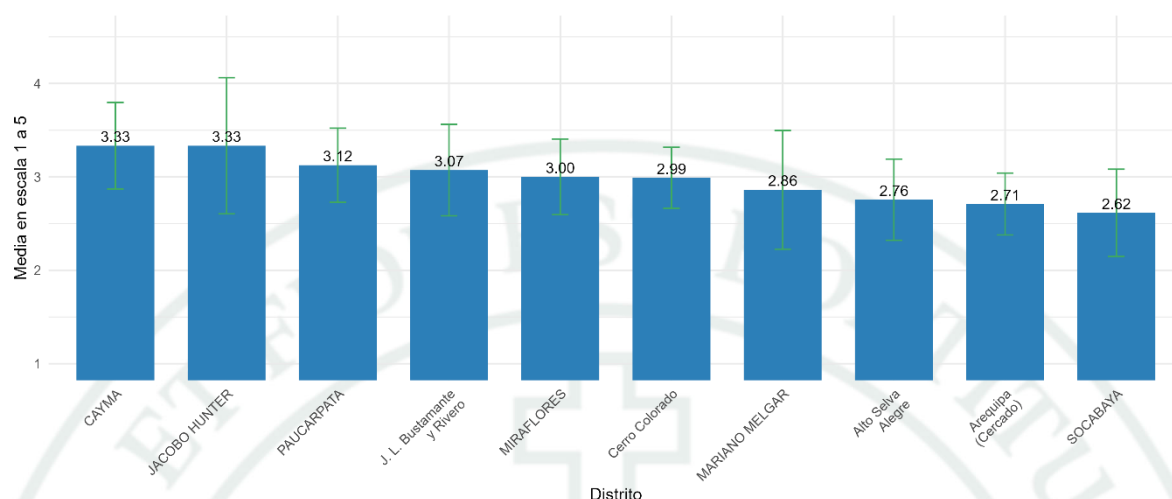


Nota. Elaboración propia.

Las respuestas se concentraron principalmente en los niveles 3 y 4 de la escala, lo que situó la inclusión financiera en un nivel intermedio dentro de la muestra evaluada. Este comportamiento mostró que los propietarios de bodegas ya reconocieron cierto acceso y uso de servicios financieros formales, aunque todavía sin una extensión plenamente alta o consolidada. En términos prácticos, ello indicó que las billeteras digitales se encontraron vinculadas a un proceso de avance gradual hacia la inclusión financiera, pero aún con espacio para fortalecer el uso más constante y la valoración de sus beneficios en el negocio.

Figura 25

Billetera digital – Confianza y seguridad por distrito

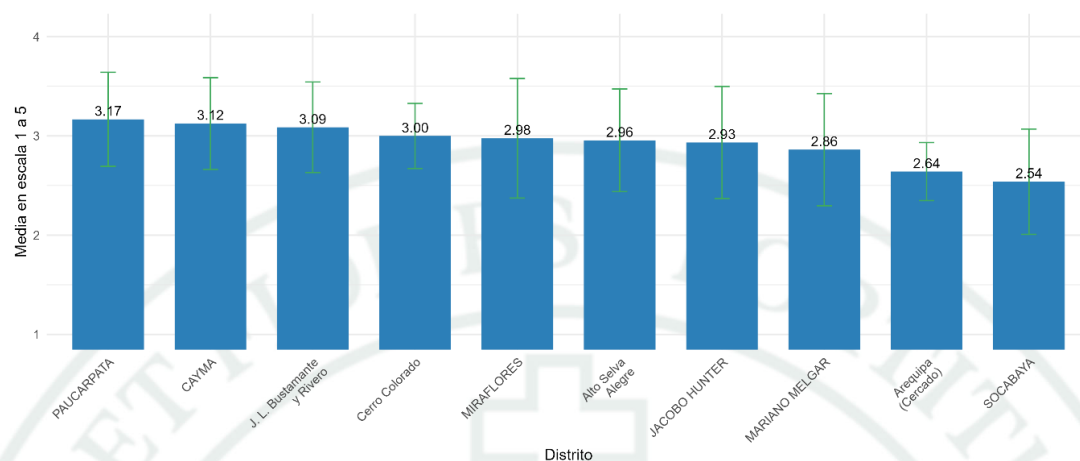


Nota. Elaboración propia.

Cayma y Jacobo Hunter registraron los promedios más altos, con valores cercanos a 3.3, mientras que Arequipa Cercado y Socabaya presentaron los menores, alrededor de 2.7 y 2.6. Estos resultados mostraron que la confianza y seguridad percibidas frente a las billeteras digitales variaron según el distrito, aunque dentro de márgenes moderados. En términos prácticos, ello sugirió que la disposición a usar estos medios de pago fue relativamente más favorable en zonas donde la percepción de seguridad resultó más estable, lo que permitió identificar territorios donde debía reforzarse la confianza operativa y la claridad sobre el funcionamiento del servicio.

Figura 26

Billetera digital – Complejidad por distrito

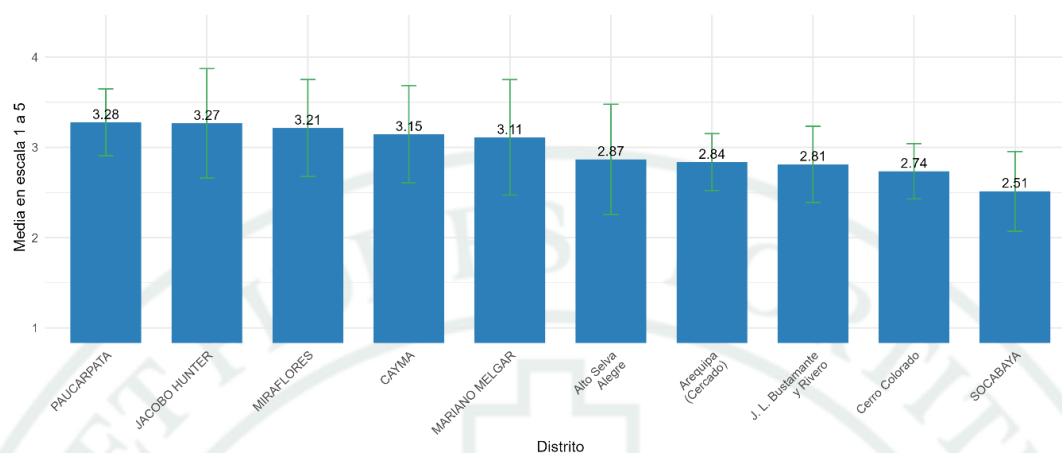


Nota. Elaboración propia.

Paucarpata y Cayma presentaron promedios más altos de complejidad percibida, aproximadamente 3.1, mientras que Arequipa Cercado y Socabaya se ubicaron en niveles menores, entre 2.6 y 2.5. Aunque los intervalos mostraron traslapes, el patrón evidenció diferencias leves en la forma en que los comerciantes percibieron la facilidad de uso de la billetera digital. En la práctica, ello indicó que la experiencia operativa no fue completamente uniforme entre distritos, por lo que algunas zonas habrían requerido mayor acompañamiento para simplificar el uso cotidiano de este medio de pago.

Figura 27

Billetera digital – Aspectos de ventas por distrito

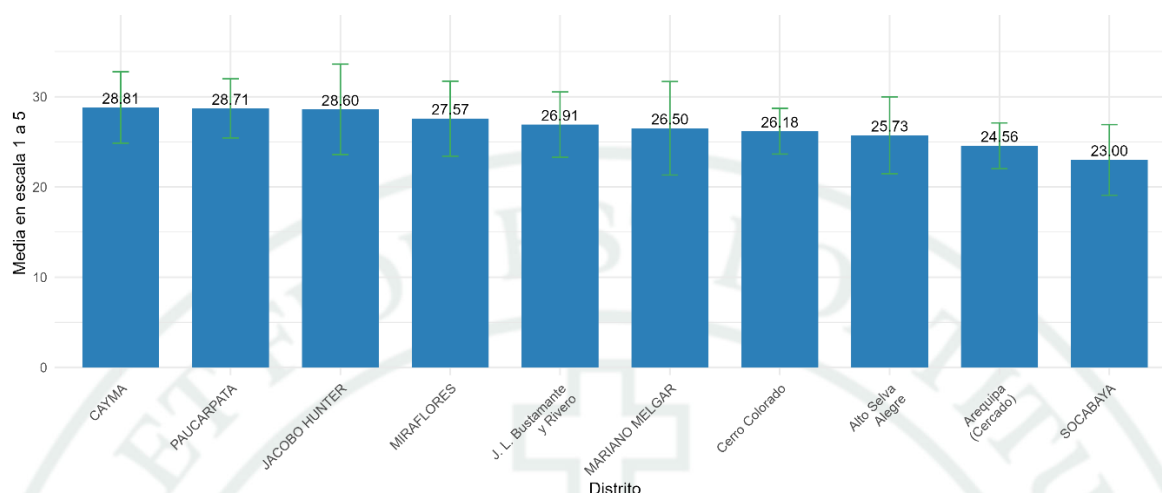


Nota. Elaboración propia.

Paucarpata y Jacobo Hunter alcanzaron los promedios más altos, cerca de 3.3, mientras que Cerro Colorado y Socabaya registraron los menores, aproximadamente entre 2.7 y 2.5. Estos resultados mostraron que la percepción del efecto comercial asociado al uso de billeteras digitales fue más favorable en algunos distritos que en otros. En términos prácticos, ello sugirió que en determinadas zonas los comerciantes asociaron con mayor frecuencia las billeteras digitales con una mejor dinámica de cobro y atención al cliente, mientras que, en otras, dicha utilidad todavía fue percibida de manera más limitada.

Figura 28

Billetera digital – Puntuación global por distrito

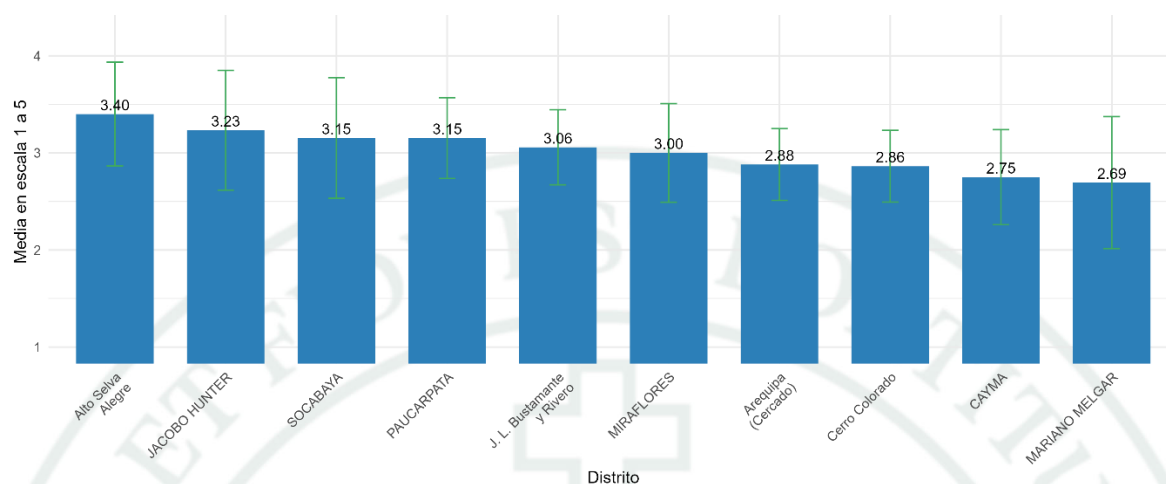


Nota. Elaboración propia.

Cayma, Paucarpata y Jacobo Hunter obtuvieron las puntuaciones globales más altas, con 28 puntos, mientras que Alto Selva Alegre, Arequipa Cercado y Socabaya se ubicaron entre 25 y 23 puntos. Esta gradiente mostró que la valoración global del uso de billeteras digitales fue moderada en todos los distritos, aunque con ventajas relativas en algunos de ellos. En términos prácticos, ello indicó que la adopción general del sistema fue aceptable, pero todavía desigual, lo que permitió identificar territorios con mayor disposición y otros donde el proceso de consolidación digital fue más lento.

Figura 29

Inclusión financiera – Acceso por distrito

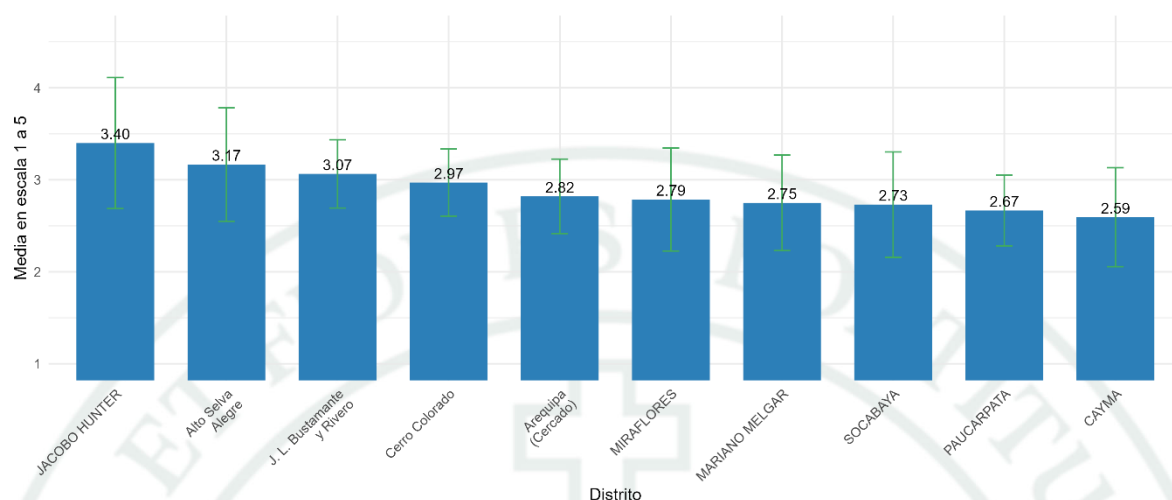


Nota. Elaboración propia.

Alto Selva Alegre y Jacobo Hunter registraron los mayores promedios de acceso percibido, entre 3.4 y 3.2, mientras que Cayma y Mariano Melgar presentaron valores menores, entre 2.7 y 2.6. Aunque la superposición de intervalos mostró que las diferencias no fueron contundentes, el patrón reveló avances relativos en algunos distritos. En la práctica, ello indicó que el acceso a mecanismos financieros y servicios asociados se percibió con mayor facilidad en determinadas zonas, mientras que en otras persistieron condiciones menos favorables para una incorporación más fluida al sistema financiero.

Figura 30

Inclusión financiera – Uso por distrito

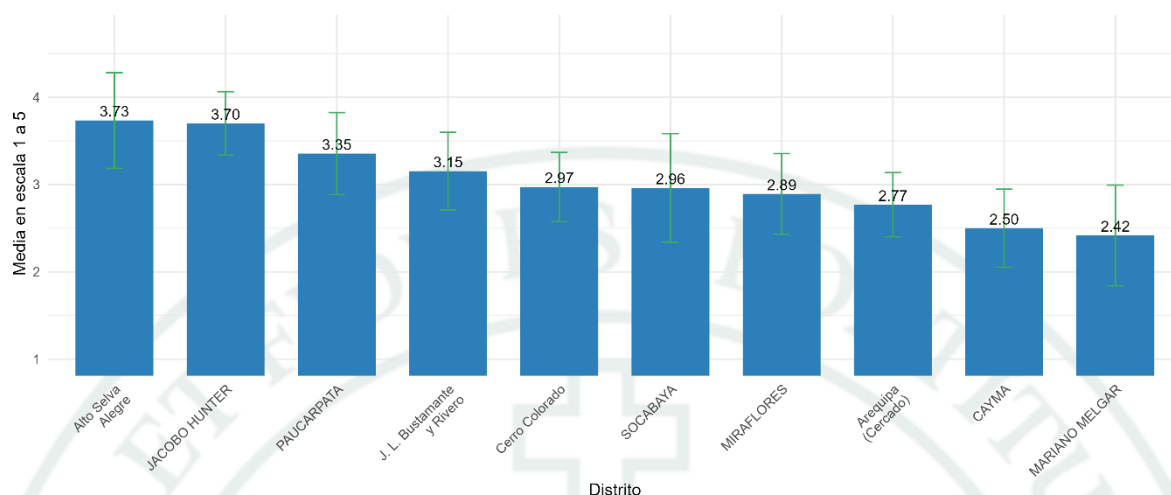


Nota. Elaboración propia.

Jacobo Hunter y Alto Selva Alegre presentaron los mayores promedios de uso, aproximadamente entre 3.4 y 3.1, frente a Paucarpata y Cayma cuyos valores se situaron entre 2.6 y 2.5. Este resultado mostró que la intensidad de aprovechamiento de servicios financieros no fue homogénea entre distritos. En términos prácticos, ello sugirió que en algunos contextos el uso de herramientas financieras vinculadas a las billeteras digitales fue más frecuente y funcional, mientras que en otros aún se mantuvo en niveles medios o reducidos.

Figura 31

Inclusión financiera – Calidad por distrito

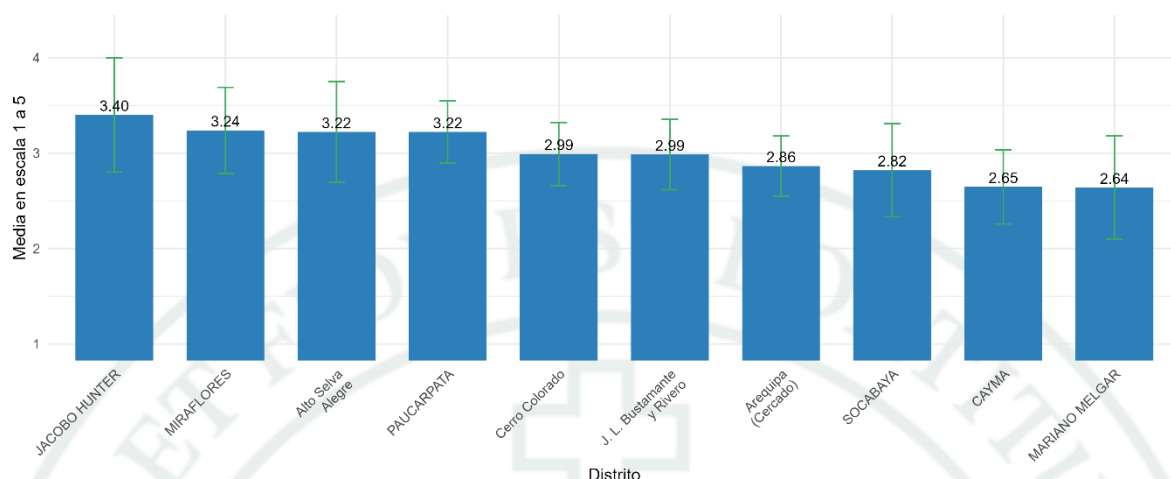


Nota. Elaboración propia.

Alto Selva Alegre y Jacobo Hunter reportaron las valoraciones más altas de calidad, con promedios de 3.7, mientras que Cayma y Mariano Melgar se ubicaron en los niveles más bajos, alrededor de 2.5 y 2.4. Estos datos mostraron que la percepción sobre la calidad de los servicios financieros asociados no fue uniforme territorialmente. En términos prácticos, ello indicó que en algunos distritos los comerciantes percibieron mayor seguridad, utilidad y consistencia en estos servicios, mientras que en otros la experiencia aún no alcanzó el mismo nivel de aceptación.

Figura 32

Promedio global de inclusión financiera por distrito

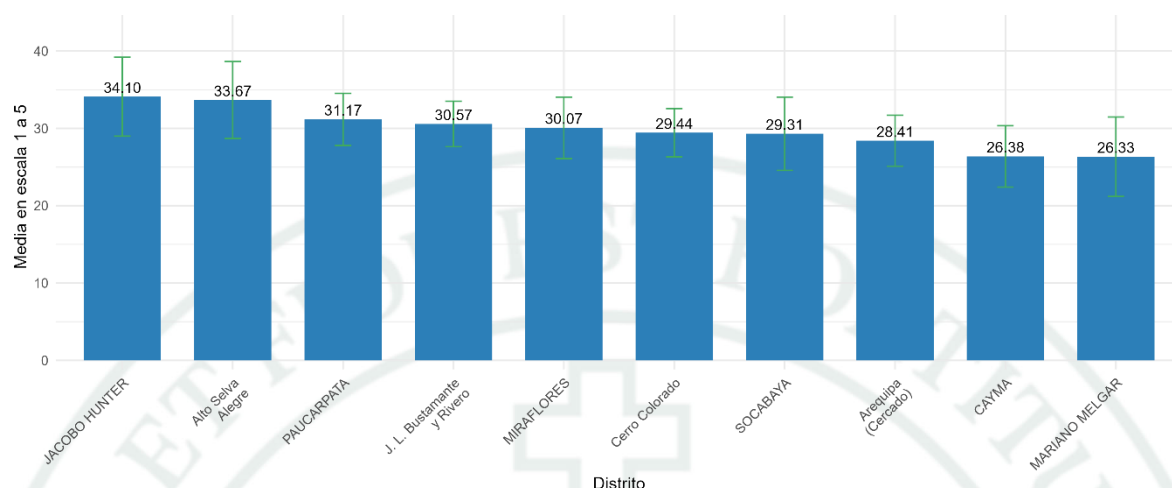


Nota. Elaboración propia.

Jacobo Hunter alcanzó el promedio más alto de inclusión financiera con 3.40, seguido por Miraflores con 3.24 y Alto Selva Alegre con 3.22. En contraste, Cayma con 2.65 y Mariano Melgar con 2.64 presentaron los niveles más bajos. Estos resultados mostraron que la inclusión financiera se mantuvo en un nivel medio en todos los distritos, aunque con diferencias apreciables en intensidad. En términos prácticos, ello sugirió que la incorporación a servicios financieros formales vinculados con medios digitales fue más sólida en algunos territorios, mientras que en otros aún se requirió reforzar la familiaridad, el acceso y el uso funcional de estas herramientas para el comercio minorista.

Figura 33

Inclusión financiera – Puntuación global por distrito

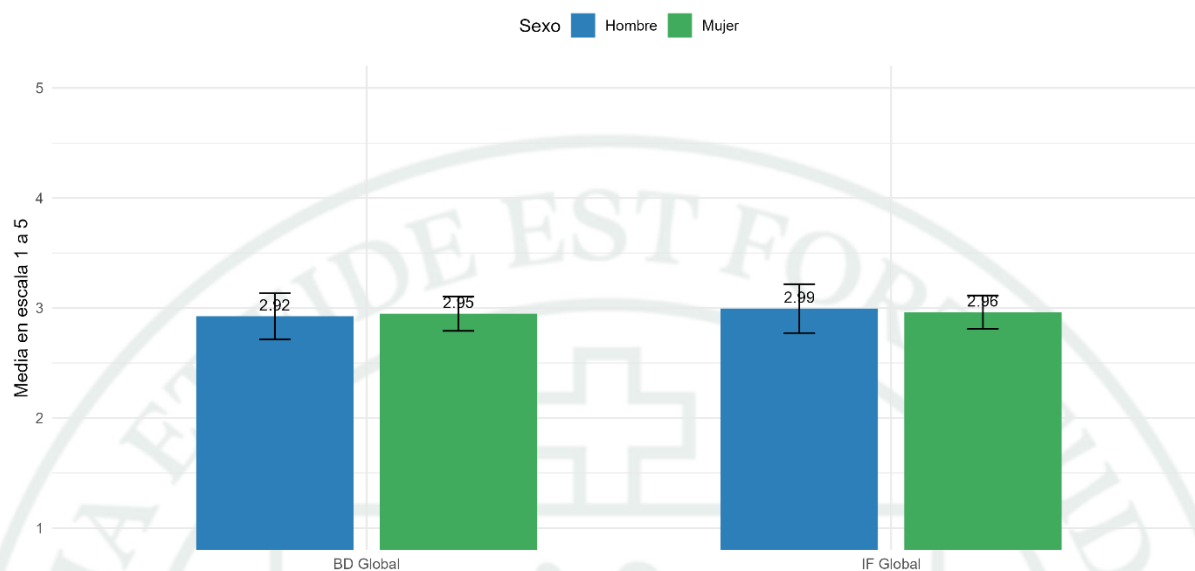


Nota. Elaboración propia.

Jacobo Hunter y Alto Selva Alegre registraron las puntuaciones globales más altas, cercanas a 34 y 33 puntos, mientras que Cayma y Mariano Melgar se ubicaron en los valores más bajos, con 26 puntos. Este comportamiento mostró que la inclusión financiera percibida presentó un nivel moderado, pero con diferencias territoriales que no debieron ser ignoradas. En términos prácticos, ello permitió identificar distritos con mejores condiciones relativas para la integración financiera y otros donde las acciones de fortalecimiento debieron ser más focalizadas.

Figura 34

Variables globales por género

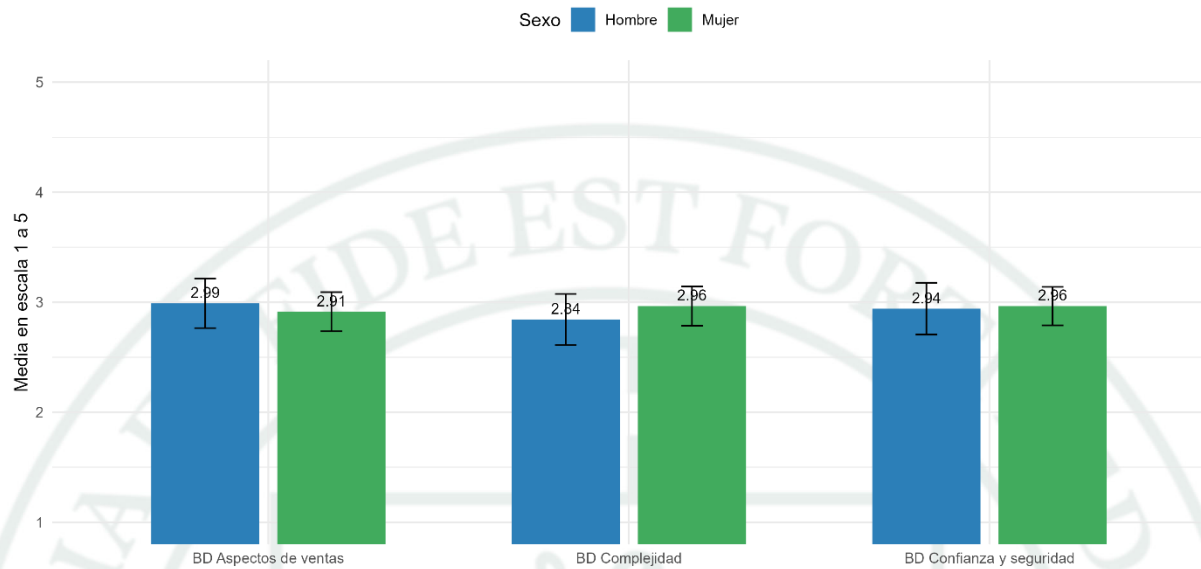


Nota. Elaboración propia.

Las medias de billetera digital global e inclusión financiera global fueron muy similares entre mujeres y hombres, situándose alrededor de 3.0 en una escala de 1 a 5, con intervalos de confianza ampliamente superpuestos. Este resultado mostró que el género no introdujo diferencias relevantes en la percepción general de ambas variables. En la práctica, ello indicó que la aceptación de las billeteras digitales y la percepción de inclusión financiera se comportaron de manera semejante en ambos grupos, por lo que las estrategias de promoción no debieron diferenciarse principalmente por sexo.

Figura 35

Dimensiones de billetera digital por género

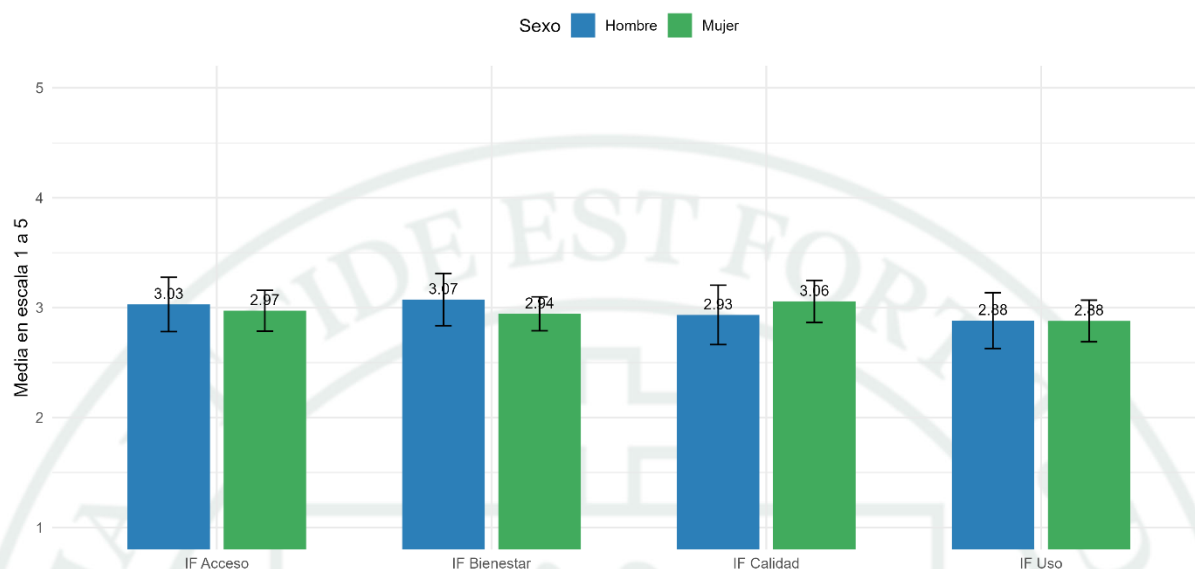


Nota. Elaboración propia.

En complejidad, confianza y seguridad, y aspectos de ventas, mujeres y hombres registraron medias intermedias cercanas a 2.8 y 3.0, con intervalos solapados. Estos resultados evidenciaron que la experiencia percibida respecto al uso de billeteras digitales fue similar entre ambos grupos. En términos prácticos, ello sugirió que las diferencias de género no constituyeron un factor decisivo para explicar la percepción de facilidad, seguridad o utilidad comercial de este medio de pago.

Figura 36

Dimensiones de inclusión financiera por género

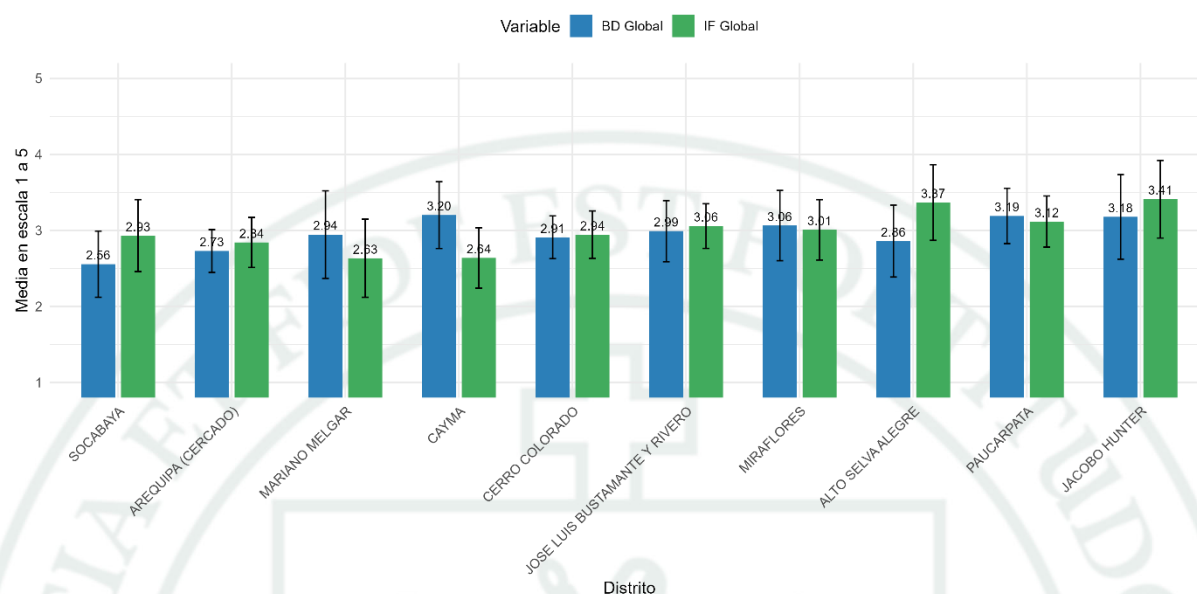


Nota. Elaboración propia.

Las dimensiones de acceso, uso, calidad y bienestar presentaron medias entre 2.9 y 3.1 tanto en mujeres como en hombres, con errores estándar reducidos y clara superposición de intervalos. Este comportamiento mostró que la inclusión financiera percibida no varió de manera sustantiva según el género en ninguno de sus componentes. En términos prácticos, ello indicó que los avances o limitaciones en inclusión financiera respondieron más a condiciones operativas y contextuales del negocio que a diferencias entre hombres y mujeres.

Figura 37

Variables globales por distrito

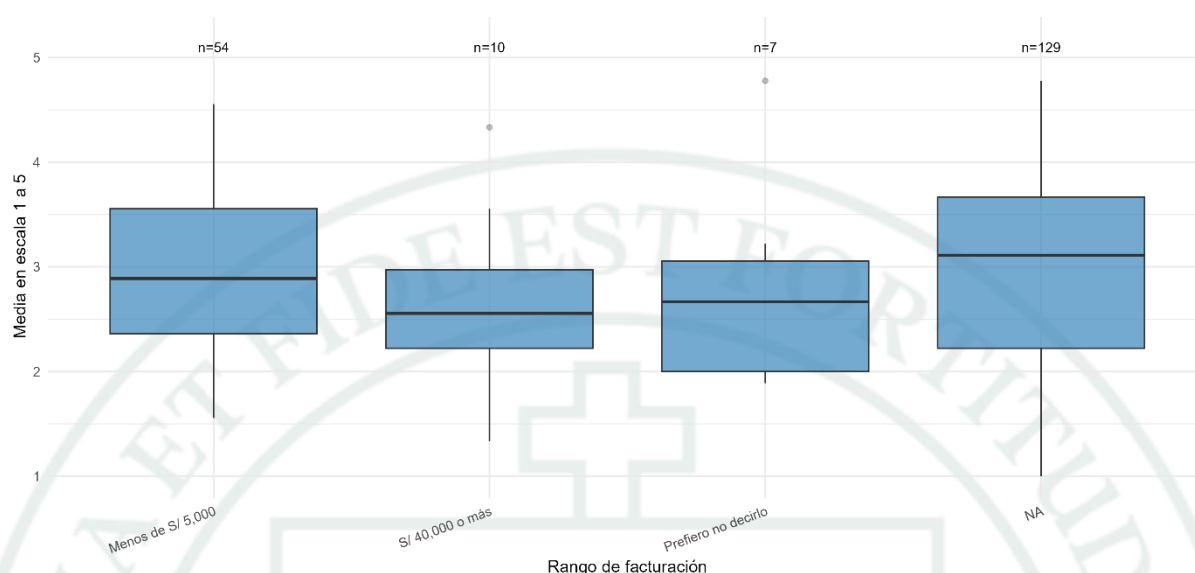


Nota. Elaboración propia.

Los promedios de billetera digital global e inclusión financiera global se ubicaron alrededor del nivel medio en la mayoría de distritos, con ligeras ventajas en algunos casos, pero con intervalos que se traslaparon. Este patrón mostró una relativa homogeneidad territorial en la percepción global de ambas variables, aunque con diferencias moderadas entre distritos. En la práctica, ello indicó que el uso de billeteras digitales y la inclusión financiera siguieron una tendencia general común en Arequipa Metropolitana, pero con ciertos espacios territoriales donde el proceso de consolidación fue comparativamente mejor.

Figura 38

Billetera digital global por rango de facturación



Nota. Elaboración propia.

Las medianas se situaron alrededor de la categoría 3 en todos los rangos de facturación, con mayor dispersión en los estratos de menor facturación y cajas más compactas conforme aumentó el nivel de ventas. Este comportamiento mostró que el volumen de facturación no se asoció con cambios marcados en la valoración global de la billetera digital. En términos prácticos, ello indicó que la percepción sobre este medio de pago fue relativamente estable independientemente del tamaño de ventas del negocio, aunque las bodegas con menor facturación presentaron respuestas más heterogéneas, lo que sugirió una experiencia de adopción menos uniforme en ese grupo.

4.2. Análisis inferencial

Tabla 5

Prueba de normalidad

variable	ks_D	p_value	decision
BD Global	0.059252108	0.483803513	Acepta normalidad
IF Global	0.077018943	0.186293798	Acepta normalidad
BD Complejidad	0.110058512	0.015732861	Rechaza normalidad

BD Confianza y seguridad	0.078695528	0.167857536	Acepta normalidad
BD Aspectos de ventas	0.089407483	0.081724593	Acepta normalidad
IF Acceso	0.096110883	0.049698086	Rechaza normalidad
IF Uso	0.109437731	0.016614156	Rechaza normalidad
IF Calidad	0.131776191	0.001924982	Rechaza normalidad

Nota. Elaboración propia.

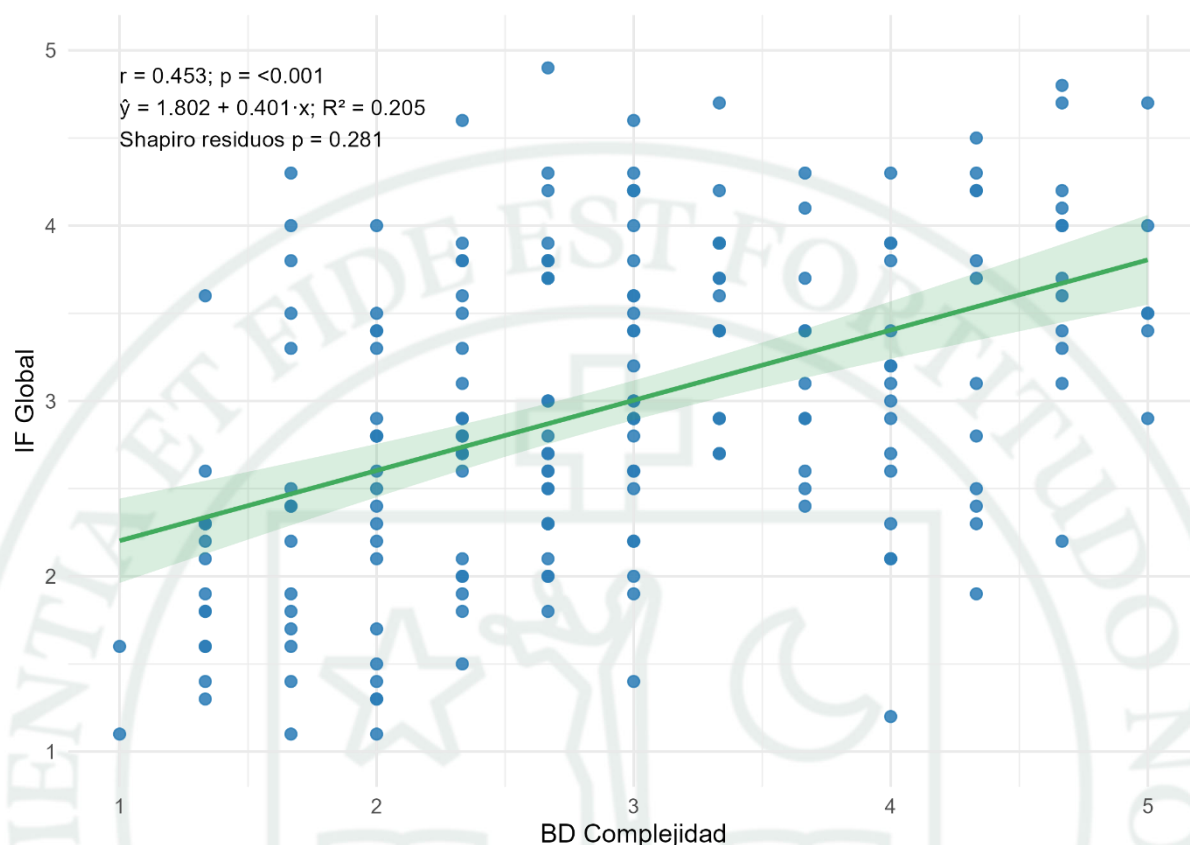
Los resultados de la prueba de normalidad evidenciaron un comportamiento mixto en la distribución de las variables analizadas. En el caso de las variables globales BD Global e IF Global, los valores de significancia fueron 0.4838 y 0.1862, respectivamente, ambos superiores al nivel de 0.05, por lo que se aceptó el supuesto de normalidad. De manera similar, las dimensiones BD Confianza y seguridad, BD Aspectos de ventas e IF Bienestar también presentaron valores de significancia mayores a 0.05, lo que indicó una distribución compatible con la normalidad.

En contraste, las dimensiones BD Complejidad, IF Acceso, IF Uso e IF Calidad registraron valores de significancia inferiores a 0.05, específicamente 0.0157, 0.0496, 0.0166 y 0.0019, respectivamente, por lo que se rechazó el supuesto de normalidad en estos casos. Este hallazgo mostró que no todas las dimensiones siguieron un patrón de distribución homogéneo, situación que resultó relevante para la selección de las pruebas estadísticas posteriores.

En términos prácticos, estos resultados indicaron que el análisis de las variables globales pudo sostenerse sobre supuestos paramétricos, mientras que en varias dimensiones específicas fue necesario considerar con mayor cautela la forma de distribución de los datos. Por tanto, la evidencia de normalidad parcial sugirió que la investigación presentó condiciones aceptables para analizar las variables globales de manera agregada, aunque las dimensiones con distribución no normal debieron interpretarse considerando su comportamiento particular dentro del modelo analítico.

Figura 39

Influencia entre complejidad de la billetera e inclusión financiera



Nota. Elaboración propia.

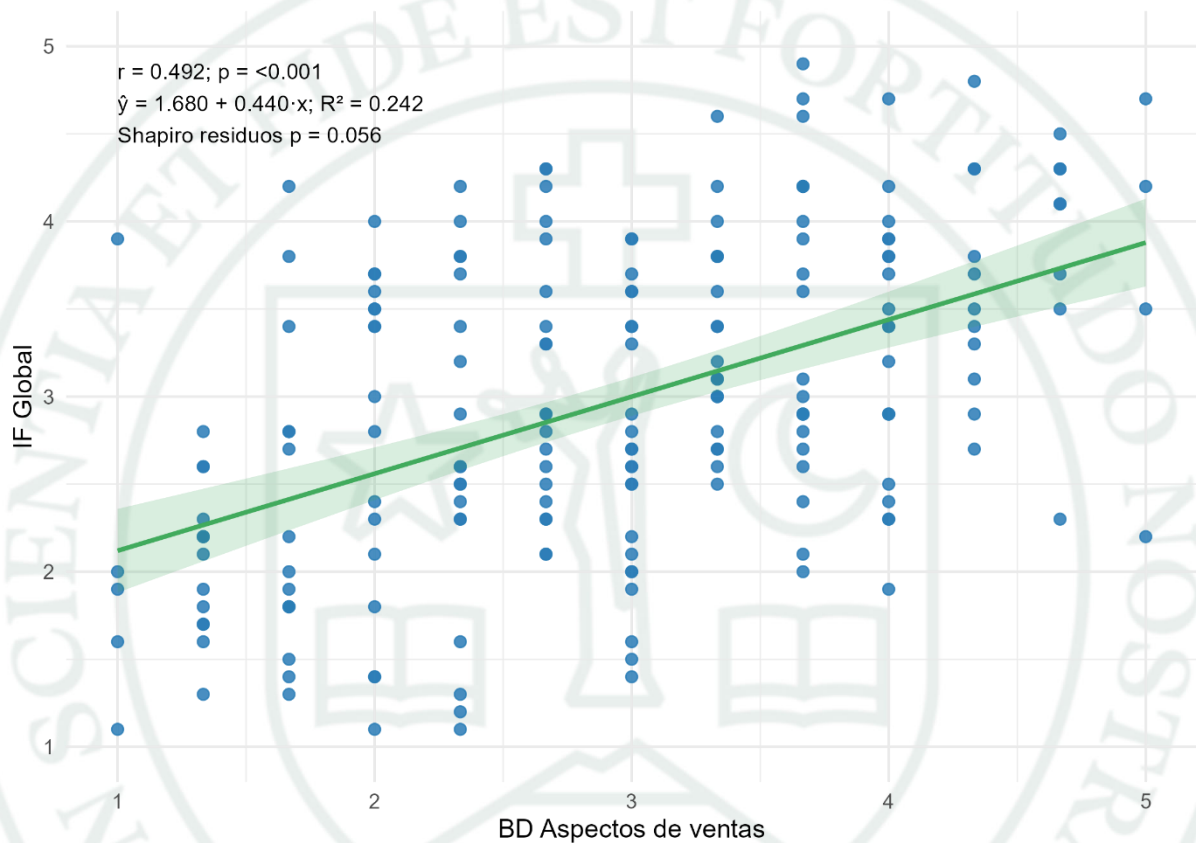
La Figura 39 mostró una tendencia lineal positiva entre la dimensión complejidad de la billetera digital, codificada de manera que los valores altos representaron mayor facilidad de uso, y la inclusión financiera. La pendiente ascendente evidenció que, conforme aumentó la percepción de facilidad operativa, también se incrementaron los puntajes de inclusión financiera. La dispersión observada fue moderada y las bandas de confianza acompañaron el sentido positivo de la relación, lo que respaldó un comportamiento consistente dentro del modelo estimado.

En términos prácticos, este hallazgo indicó que la inclusión financiera mejoró en la medida en que el comerciante percibió que la billetera digital era sencilla de aprender, rápida de ejecutar y manejable en la rutina diaria del negocio. Por ello, el principal aporte de este

resultado consistió en mostrar que la reducción de barreras de uso no solo favoreció la aceptación tecnológica, sino que también se vinculó con mejores condiciones de acceso, uso y aprovechamiento de servicios financieros por parte de las bodegas.

Figura 40

Influencia entre aspectos de ventas del uso de billetera digital e inclusión financiera



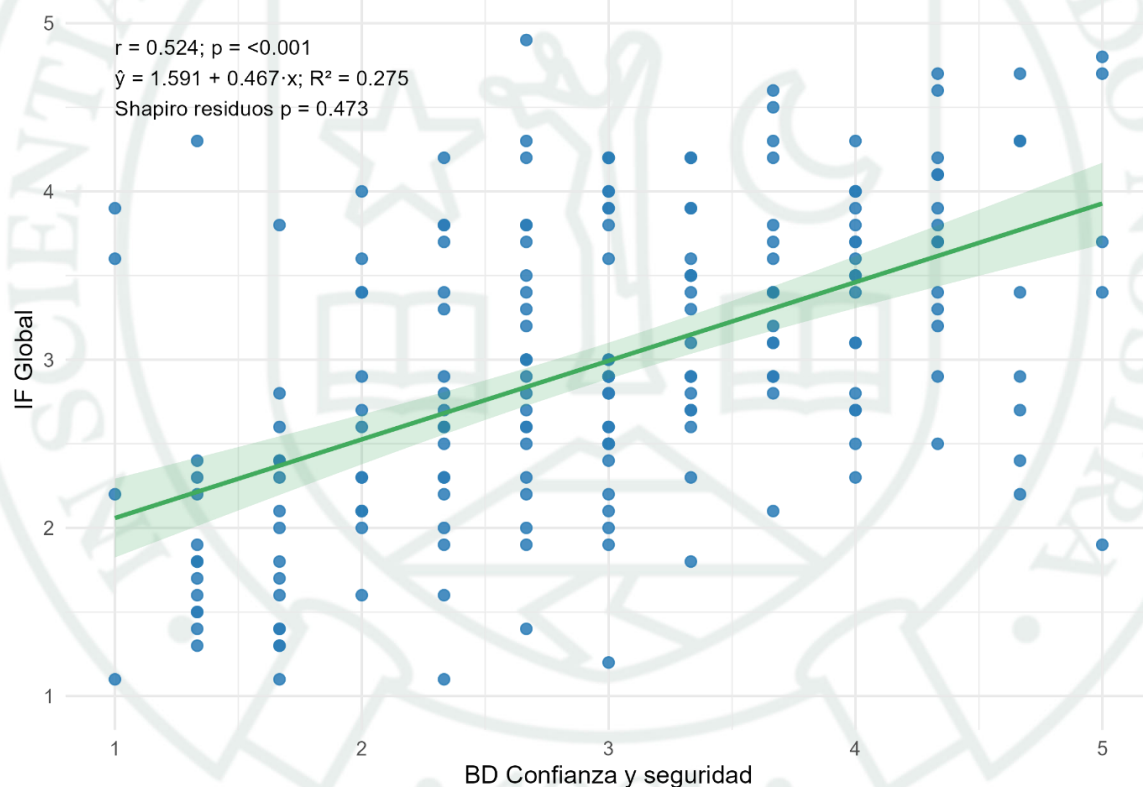
Nota. Elaboración propia.

La Figura 40 evidenció una relación positiva entre los aspectos de ventas asociados al uso de la billetera digital y la inclusión financiera. La recta de tendencia presentó pendiente ascendente, lo que indicó que puntajes más altos en percepción de utilidad comercial, recurrencia de compra y continuidad de uso se asociaron con mayores niveles de inclusión financiera. La distribución de los datos mostró una trayectoria coherente con un efecto favorable de esta dimensión dentro del modelo de análisis.

Desde una lectura práctica, este resultado mostró que cuando el comerciante percibió que la billetera digital contribuía al proceso de venta, el nivel de inclusión financiera tendió a elevarse. Esto sugirió que la utilidad comercial del medio de pago no se limitó al momento del cobro, sino que también se relacionó con una mayor vinculación del negocio con mecanismos financieros formales. En consecuencia, el aporte de la investigación radicó en evidenciar que la percepción de beneficios en ventas constituyó un elemento funcional para fortalecer la inclusión financiera en las bodegas evaluadas.

Figura 41

Influencia entre confianzas y seguridad e inclusión financiera



Nota. Elaboración propia.

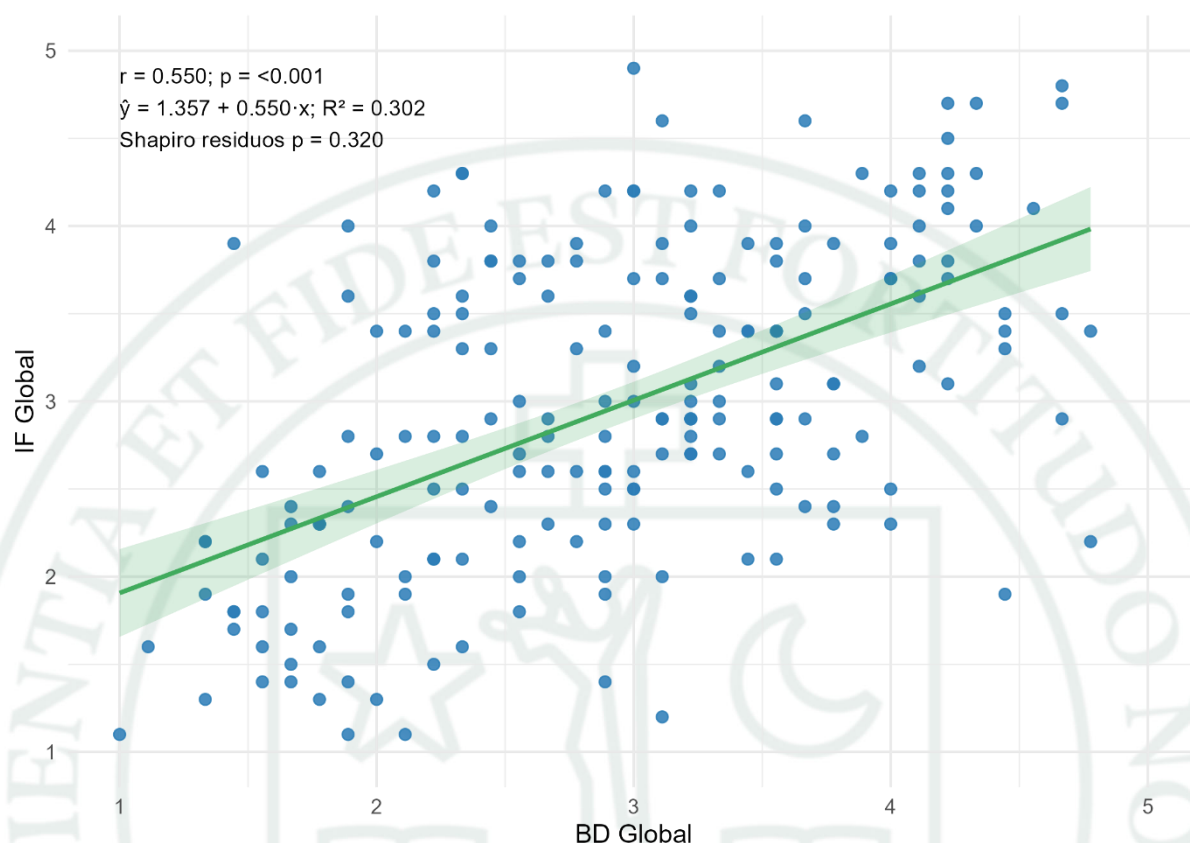
La Figura 41 mostró una pendiente positiva clara entre la dimensión confianza y seguridad y la inclusión financiera, evidenciando que, a medida que aumentó la percepción de seguridad del sistema y la confianza en su funcionamiento, también se elevaron los niveles de inclusión financiera. La nube de puntos presentó una concentración relativamente estable

alrededor de la recta, mientras que las bandas de confianza mantuvieron el sentido positivo del ajuste, lo que permitió reconocer una relación consistente y de importancia analítica dentro del modelo.

En términos prácticos, este hallazgo indicó que la confianza no fue un aspecto accesorio, sino una condición relevante para que el comerciante utilizara con mayor regularidad herramientas financieras vinculadas al pago digital. Cuando la billetera digital fue percibida como segura, confiable y capaz de resolver adecuadamente eventuales incidencias, aumentó la disposición a integrarla en la operación del negocio. Por ello, el resultado aportó evidencia de que la seguridad percibida constituyó un factor decisivo para ampliar el acceso y el uso de servicios financieros formales.

Figura 42

Influencia global entre uso de billetera digital e inclusión financiera



Nota. Elaboración propia.

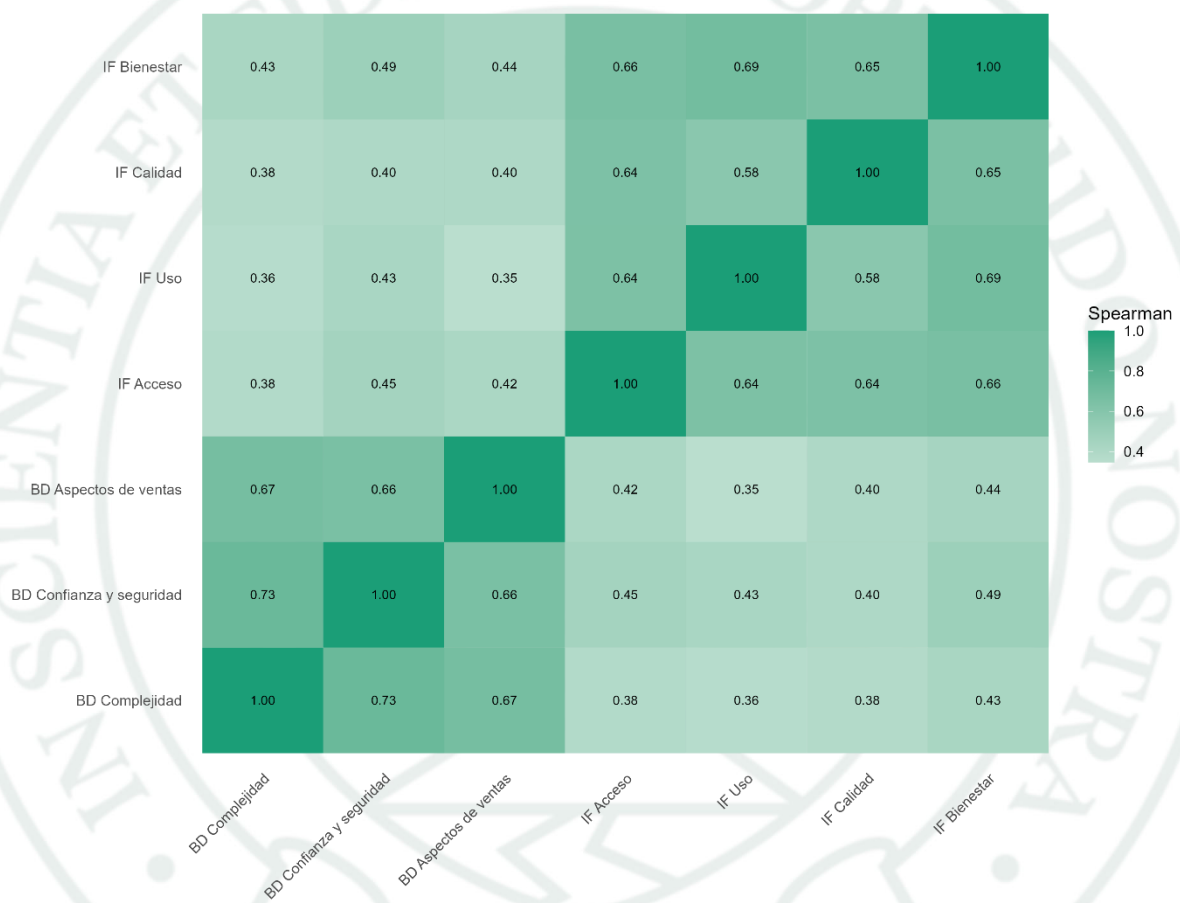
La Figura 42 evidenció una relación lineal positiva entre el uso global de la billetera digital y la inclusión financiera. La nube de puntos presentó una dispersión moderada y la línea de tendencia mostró una pendiente ascendente definida, indicando que los mayores puntajes en uso de billeteras digitales se asociaron con niveles más altos de inclusión financiera. El patrón general observado fue consistente con una relación positiva de magnitud apreciable, lo que confirmó que ambas variables se movieron en el mismo sentido dentro de la muestra analizada.

Desde una perspectiva práctica, este resultado constituyó el principal aporte empírico de la investigación, ya que permitió sostener que el uso más frecuente, seguro y funcional de las billeteras digitales se vinculó con mejores condiciones de inclusión financiera en las bodegas de Arequipa Metropolitana. En otras palabras, el estudio no solo mostró que las

billeteras digitales fueron utilizadas, sino que evidenció que su mayor incorporación en la dinámica comercial se relacionó con mejoras en el acceso, uso, calidad y aprovechamiento de servicios financieros. Esto reforzó la idea de que la digitalización de pagos representó una vía concreta para fortalecer la inclusión financiera en pequeños comercios.

Figura 43

Asociación entre dimensiones de percepción



Nota. Elaboración propia.

El mapa de calor evidenció asociaciones positivas y de magnitud moderada entre todas las dimensiones analizadas, lo que mostró un comportamiento consistente entre los componentes del uso de billeteras digitales y los de la inclusión financiera. Dentro de la variable billetera digital, la dimensión confianza y seguridad presentó las correlaciones más altas con complejidad, entendida como facilidad de uso, con un valor aproximado de $r = 0.73$, y con aspectos de ventas, con $r = 0.67$. Estos resultados indicaron que, cuando los comerciantes

percibieron el medio de pago como más seguro y confiable, también tendieron a considerarlo más sencillo de utilizar y más útil para la dinámica comercial de la bodega.

En la variable inclusión financiera, las asociaciones también fueron elevadas entre sus propias dimensiones. La dimensión uso se relacionó con bienestar con un valor cercano a $r = 0.69$, mientras que acceso se asoció con bienestar con aproximadamente $r = 0.66$. Este patrón mostró que un mayor acceso y una utilización más frecuente de servicios financieros formales se vincularon con mejores percepciones de bienestar financiero en los negocios evaluados, lo que reforzó la coherencia interna de la variable dependiente.

En los cruces entre ambas variables, la dimensión confianza y seguridad registró las asociaciones más altas con las dimensiones de inclusión financiera, destacando su relación con bienestar, con un valor aproximado de $r = 0.49$, y con acceso, uso y calidad, con coeficientes entre $r = 0.40$ y $r = 0.45$. De manera similar, aspectos de ventas presentó relaciones positivas con bienestar, con $r = 0.44$, y con acceso, con $r = 0.42$, mientras que complejidad mostró correlaciones también positivas, aunque algo menores, con valores entre $r = 0.36$ y $r = 0.43$. En términos prácticos, estos resultados indicaron que la confianza en el sistema, la percepción de seguridad, la facilidad operativa y la utilidad comercial del medio de pago se vincularon con mejores niveles de acceso, uso, calidad y bienestar dentro del proceso de inclusión financiera.

4.3. Contraste de hipótesis

El contraste de hipótesis se realizó a partir del análisis de correlación y de los modelos de regresión lineal estimados entre las dimensiones del uso de la billetera digital y la inclusión financiera. Para la toma de decisiones estadísticas se consideró un nivel de significancia de 0.05, criterio que permitió determinar si las relaciones observadas resultaron estadísticamente significativas y si las pendientes de los modelos fueron distintas de cero. De esta manera, el análisis no solo permitió identificar asociación entre las variables, sino también valorar la dirección y consistencia de su comportamiento dentro del modelo planteado.

Respecto de la hipótesis general, los resultados evidenciaron una relación positiva y estadísticamente significativa entre el uso de la billetera digital y la inclusión financiera. El coeficiente de correlación alcanzó una magnitud moderada y el valor de significancia fue inferior a 0.05, por lo que se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Este resultado permitió sostener que, a mayor nivel de uso de la billetera digital, mayores fueron también los niveles de inclusión financiera observados en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana durante el año 2025. En términos prácticos, ello indicó que la incorporación de este medio de pago se vinculó con mejores condiciones de acceso, uso, calidad y bienestar dentro del ámbito financiero formal.

En cuanto a las hipótesis específicas, la dimensión complejidad, entendida como facilidad de uso, presentó una relación positiva y significativa con la inclusión financiera. El nivel de significancia inferior a 0.05 confirmó que percibir la billetera digital como sencilla, clara y operativamente manejable se asoció con una mayor integración de los comerciantes a servicios financieros formales. Este hallazgo mostró que la reducción de barreras de uso constituyó un factor relevante para ampliar la participación financiera de los bodegueros.

Por su parte, la dimensión confianza y seguridad registró la relación más fuerte y significativa entre todas las dimensiones analizadas. La percepción de protección de datos, respaldo en las operaciones y resolución oportuna de incidencias mostró el mayor peso explicativo dentro del modelo. En términos prácticos, ello evidenció que la confianza en el sistema no fue un elemento complementario, sino una condición central para que el comerciante utilizara con mayor seguridad y continuidad herramientas financieras asociadas al pago digital.

Asimismo, la dimensión aspectos de ventas también presentó una relación positiva y significativa con la inclusión financiera. Este resultado mostró que, cuando los comerciantes percibieron que la billetera digital favorecía la dinámica comercial, la continuidad del cobro y

la relación con los clientes, también tendieron a mostrar mayores niveles de inclusión financiera. En consecuencia, la utilidad comercial del medio de pago no solo tuvo implicancias en la operación del negocio, sino que se vinculó con una mayor disposición a incorporarse y mantenerse dentro de servicios financieros formales.

En síntesis, los resultados permitieron aceptar todas las hipótesis específicas y ratificar la validez de la hipótesis general. Desde una perspectiva aplicada, la evidencia empírica mostró que las billeteras digitales se vincularon de manera consistente con la inclusión financiera en pequeñas unidades económicas locales, especialmente cuando su uso fue percibido como seguro, sencillo y comercialmente útil. Por ello, el principal aporte de la investigación consistió en demostrar que la digitalización de los medios de pago no representó únicamente una innovación operativa, sino también una vía concreta de fortalecimiento de la inclusión financiera en las bodegas evaluadas.

4.4. Discusión de resultados

Los resultados evidenciaron que el uso de billeteras digitales mantuvo una relación positiva y estadísticamente significativa con la inclusión financiera en las bodegas de Arequipa Metropolitana. Este hallazgo permitió sostener que la digitalización de los cobros no solo se asoció con una mayor frecuencia de transacciones formales, sino también con mejores percepciones sobre acceso, uso, calidad y bienestar financiero dentro de pequeños comercios. En ese sentido, el estudio aportó evidencia empírica situada sobre la manera en que los pagos digitales se vincularon con procesos concretos de inclusión financiera en negocios minoristas.

Al comparar estos resultados con Chavarría (2025), se observó coincidencia en reconocer que la confianza en los medios de pago digitales y la percepción de seguridad operativa favorecieron la incorporación de los comerciantes a dinámicas financieras más formales. Ambos estudios coincidieron en que la disposición a utilizar herramientas digitales no dependió únicamente de la existencia del servicio, sino también de la percepción de

confiabilidad que generó en los usuarios. No obstante, la diferencia principal radicó en que Chavarría (2025) se centró en la adopción y uso del medio digital como práctica comercial, mientras que la presente investigación amplió el análisis hacia la inclusión financiera como variable dependiente multidimensional, incorporando acceso, uso, calidad del servicio y bienestar financiero.

De igual manera, al contrastar los hallazgos con Campos y Ramos (2024), se identificó coincidencia en que los beneficios comerciales percibidos del uso de herramientas digitales, tales como mayor agilidad en el cobro, recurrencia de clientes y mejora en la dinámica de ventas, se relacionaron con procesos de modernización económica en pequeños negocios. Sin embargo, la diferencia estuvo en que Campos y Ramos (2024) orientaron su análisis principalmente hacia efectos comerciales y de gestión, mientras que la presente investigación se enfocó en demostrar cómo esos beneficios también se asociaron con mayores niveles de inclusión financiera en bodegas urbanas.

Asimismo, la investigación mostró que la complejidad de uso, entendida en sentido inverso como facilidad operativa, también presentó una relación positiva y significativa con la inclusión financiera. Este resultado sugirió que, cuando la herramienta fue percibida como comprensible, rápida y sencilla, aumentó la disposición de los comerciantes a utilizar servicios financieros vinculados. En conjunto, los hallazgos permitieron sostener que la inclusión financiera en las bodegas no dependió únicamente de la disponibilidad tecnológica, sino de la articulación entre facilidad de uso, confianza en el sistema y utilidad comercial percibida.

En cuanto a los aspectos de ventas, la evidencia estadística mostró también una influencia positiva y significativa. Las tiendas que asociaron la billetera digital con un aumento en el volumen de ventas, mayor recurrencia de clientes y operaciones más rápidas presentaron mayores niveles de inclusión financiera. Este resultado coincide con los hallazgos de Contreras et al. (2024) y de Campos y Ramos (2024), quienes indicaron que los beneficios comerciales

derivados del uso de herramientas digitales impulsan la formalización de transacciones. En el contexto arequipeño, la integración de billeteras digitales con interoperabilidad QR, promociones y pagos instantáneos fortaleció el vínculo entre digitalización comercial y participación en servicios financieros formales.

Comparativamente, la magnitud de las asociaciones encontradas en este estudio supera las correlaciones débiles reportadas por Quispe y Sayco (2023) y Condori (2025). Es probable que ello se deba al entorno urbano y a la mayor disponibilidad de infraestructura tecnológica en la metrópoli arequipeña, lo que coincide con Salman et al. (2024), quienes señalaron que la infraestructura digital y la conectividad potencian la efectividad de las billeteras electrónicas.

En conjunto, los resultados corroboran que la billetera digital no solo funciona como un medio de pago, sino como un habilitador integral de inclusión financiera, especialmente en contextos urbanos con alta densidad comercial y creciente cultura digital. Su influencia se expresa simultáneamente a través de la facilidad de uso, la confianza y los beneficios comerciales, elementos que, articulados, permiten incrementar el acceso, uso, calidad y bienestar financiero de los pequeños establecimientos.

CONCLUSIONES

Primera: El uso de la billetera digital mostró una influencia positiva y significativa en la inclusión financiera, explicando el 30.2 % de su variabilidad. Este resultado permite afirmar que, en la medida en que las tiendas por conveniencia incrementaron la frecuencia y adopción del medio digital, mejoraron sus niveles de acceso, uso y calidad de los servicios financieros formales. De este modo, el objetivo general se cumplió al demostrarse que la billetera digital constituye un mecanismo relevante para fortalecer la inclusión financiera en el contexto urbano estudiado.

Segunda: La complejidad, entendida como facilidad de uso, presentó una influencia positiva y significativa sobre la inclusión financiera, explicando el 20.5 % de su variación. Esto evidenció que las tiendas que percibieron la billetera digital como intuitiva, rápida y sencilla participaron con mayor frecuencia en servicios financieros formales. El cumplimiento del objetivo se confirma al demostrarse que la simplicidad operativa es un factor determinante para impulsar la transición hacia medios de pago digitales.

Tercera: La confianza y seguridad ejercieron una influencia positiva y significativa en la inclusión financiera, explicando el 27.5 % de su variabilidad. Este hallazgo indica que las tiendas que percibieron mayor protección en las transacciones, respaldo ante incidentes y fiabilidad en el sistema mostraron una vinculación más sólida con los servicios financieros formales. El objetivo se cumple al demostrarse que la credibilidad del medio digital es un elemento esencial para consolidar la participación financiera.

Cuarta: Los aspectos de ventas derivados del uso de la billetera digital influyeron de manera positiva y significativa en la inclusión financiera, explicando el 24.2 % de su variación. Las tiendas que identificaron beneficios comerciales, como incrementos en ventas y mayor recurrencia de clientes, mostraron un mayor nivel de formalización financiera. Así, el objetivo

se alcanzó al verificarse que los resultados comerciales asociados al pago digital fortalecen la integración de los negocios al sistema financiero formal.



RECOMENDACIONES

Primera: Dado que el uso global de la billetera digital explicó el 30.2 % de la inclusión financiera, se recomienda fortalecer estrategias que incrementen su adopción continua en las tiendas por conveniencia. Esto puede lograrse mediante programas de capacitación práctica, incentivos por uso recurrente y la ampliación de interoperabilidad entre plataformas, con el fin de consolidar el acceso y uso regular de servicios financieros formales.

Segunda: Considerando que la facilidad de uso explicó el 20.5 % de la inclusión financiera, se recomienda optimizar los procesos operativos de la billetera digital, simplificando pasos en el cobro, mejorando la interfaz y ofreciendo tutoriales breves en el punto de venta. Estas acciones permitirían reducir la percepción de dificultad y facilitar la transición hacia pagos digitales formales.

Tercera: Dado que la confianza y seguridad explicaron el 27.5 % de la variabilidad de la inclusión financiera, se recomienda reforzar los mecanismos de protección al usuario mediante confirmaciones instantáneas, protocolos claros frente a fraudes, soporte técnico oportuno y programas de garantía ante incidentes. Incrementar la percepción de resguardo fortalecerá la permanencia y el uso sostenido del medio digital.

Cuarta: Puesto que los aspectos de ventas influyeron en un 24.2 % de la inclusión financiera, se recomienda integrar la billetera digital con acciones comerciales que impulsen el flujo de ventas, como promociones por pagos digitales, visibilidad en la fachada y conciliación simple para inventario y caja. Estas medidas potenciarán tanto la eficiencia comercial como la participación en el sistema financiero formal.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajouz, M., & Abuamria, F. (2021). Does mobile payment promote financial inclusion among Palestinians women: A quantitative approach through structural equation modeling. *Journal of Islamic Finance*, 10(2), 67-78. <https://doi.org/10.31436/jif.v10i2.597>
- Alfaro, C. (2021). *Los medios de pago digitales como herramienta necesaria en la Política Nacional de Inclusión Financiera, respecto del emprendimiento femenino peruano en Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/656642>
- Allen, R., Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., & Martínez Pería, M. S. (2016). The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of Financial Intermediation*, 27, 1–30. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003>
- Belmonte, Z., Prasetyo, Y., Cahigas, M., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. (2024). Factors influencing the intention to use e-wallet among generation Z and millennials in the Philippines: An extended technology acceptance model (TAM) approach. *Acta Psychologica*, 250, 104526. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024>
- Bruhn, M., & Love, I. (2014). The Real Impact of Improved Access to Finance: Evidence from Mexico. *The Journal of Finance*, 69(3), 1347–1376. <https://doi.org/10.1111/jofi.12091>
- Cámara, K., & Tuesta, D. (2017). *DiGiX: The Digitization Index*. BBVA Research Working Paper 17/03. <https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/digix-the-digitization-index/>
- Campos, J., & Ramos, M. (2024). *Relación entre el uso de la banca digital y la inclusión financiera en la provincia de Lima durante el año 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/12656>

- Chavarría, D. (2025). *Dinero electrónico y la inclusión financiera en Lima Metropolitana 2023* [Tesis de licenciatura, Universidad de Ciencias y Humanidades]. Repositorio Institucional UCH. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/15405>
- Choung, Y., Chatterjee, S., & Pak, T. (2023). Digital financial literacy and financial well-being. *International Journal of Bank Marketing*, 42(1), 163-183. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104438>
- Condori, D. (2025). *Dinero móvil e inclusión financiera en la generación X del distrito de José Luis Bustamante y Rivero, Arequipa 2024* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. <https://hdl.handle.net/20.500.12867/11970>
- Contreras, J., Origua, S., Tano, D., & Lobo, D. (2024). Impacto de las billeteras digitales en tiendas de barrio y panaderías del sector El Prado de Barranquilla. *Liderazgo Estratégico*, 14(1), 42-52. <https://revistas.unisimon.edu.co/index.php/liderazgo/article/view/8108>
- Coyla, S. (2022). *Variables sociodemográficas asociadas a las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores arequipeños durante la pandemia, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional UCSM. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/12237>
- Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- De Olloqui, E., Andrade, G., & Herrera, D. (2015). *Inclusión financiera en América Latina y el Caribe. Coyuntura actual y desafíos para los próximos años*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0000030>

- Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2015). *The Global Findex Database 2014: Measuring Financial Inclusion around the World*. World Bank Policy Research Working Paper No. 7255. <https://doi.org/10.1596/1813-9450-7255>
- Dupas, P., & Robinson, J. (2013). Savings constraints and microenterprise development: Evidence from a field experiment in Kenya. *American Economic Journal: Applied Economics*, 5(1), 163–192. <https://doi.org/10.1257/app.5.1.163>
- Encarnación, V., Quesada, S., & Merchán, O. (2020). Billetera electrónica móvil: una alternativa de pago del sistema financiero ecuatoriano. *Contabilidad y Negocios*, 15(30), 24–42. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202002.002>
- Gallardo, E. (2017). *Metodología de la investigación: Manual autoformativo interactivo* (1.^a ed.). Universidad Continental. http://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores.
- Hurtado, F., & Montoya, C. (2023). *Análisis de los factores de la transformación digital y su impacto económico social en los usuarios de un banco privado en Arequipa, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional UCSM. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/12392>
- Johri, A., Asif, M., Tarkar, P., Khan, W., Rahisha, & Wasiq, M. (2024). Digital financial inclusion in micro enterprises: understanding the determinants and impact on ease of doing business from World Bank survey. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1-10. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02856-2>

- Kamble, P., Mehta, A., & Rani, N. (2024). Financial Inclusion and Digital Financial Literacy: Do they Matter for Financial Well-being? *Social Indicators Research*, 171, 777-807. <https://doi.org/10.1007/s11205-023-03264-w>
- Mamani, H. (2018). *Factores que influyen en la intención de uso del comercio móvil en los estudiantes de la Universidad Peruana Unión, durante el año 2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana Unión]. Repositorio UPeU. <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/20.500.12840/1086>
- Martínez, L., Guercio, M., Orazi, S., & Vígier, H. (2022). Instrumentos financieros clave para la inclusión financiera en América Latina. *Revista Finanzas y Política Económica*, 14(1), 109–135. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v14.n1.2022.2>
- Mohd, M., Tan, S., Chong, L., & Ong, H. (2024). Continuance usage intention of e-wallets: Insights from merchants. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2), 100254. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100254>
- Nugroho, S., & Paramita, W. (2024). Trust-building mechanism for promoting mobile payments' continued use by small businesses in a developing country: Tackling the perceived risk issue. *Journal of Financial Services Marketing*, 29(3), 936-945. <https://doi.org/10.1057/s41264-023-00245-5>
- Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M. R., Palacios Vilela, J. J., & Romero Delgado, H. E. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5ª ed.). Ediciones de la U. Bogotá, Colombia
- Quispe, L., & Sayco, M. (2023). *Billeteras digitales y su relación con la inclusión financiera en los clientes de la banca múltiple en Lima Metropolitana, 2022* [Tesis de licenciatura, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional UTP. <https://repositorio.utp.edu.pe/handle/20.500.12867/12415>

- Rabaa, A. (2022). An investigation into the acceptance of mobile wallets in the FinTech era: An empirical study from Kuwait. *International Journal of Business Information Systems*, 44(4). <https://www.inderscience.com/offer.php?id=135350>
- Ramos Zaga, F. A. (2022). Factores de uso y adopción de las billeteras digitales en el Perú. *Newman Business Review*, 8(1), 83–106. <https://doi.org/10.22451/3002.nbr2022.vol8.1.10073>
- Raza, A., Tong, G., Erokhin, V., Bobryshev, A., Chaykovskaya, L., & Malinovskaya, N. (2023). Sustaining Performance of Wheat–Rice Farms in Pakistan: The Effects of Financial Literacy and Financial Inclusion. *Sustainability*, 15(9), 7045. <https://doi.org/10.3390/su15097045>
- Robles, M., Miranda, M., & Colan, M. (2024). *Determinants of digital financial services adoption: Evidence from Peru*. Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones. https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/DDT_ANO2024/DT%2004%202024%20VF.pdf
- Rutkowski, M., García, A., Bull, G., Guermazi, B., & Crown, C. (2020). *Responding to crisis with digital payments for social protection: Short-term measures with long-term benefits*. World Bank Blogs. <https://blogs.worldbank.org/voices/responding-crisis-digital-payments-social-protection-short-term-measures-long-term-benefits>
- Salazar-Rebaza, C., Alfonzo-Campos, S., Nolberto-Acosta, T., Bernal-Cajachuan, N., & Cordova-Buiza, F. (2024). Uso de billeteras digitales y transacciones económicas de los negocios. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 69, 599-610. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9915920>
- Salman, M., Rauf, N., & Murtaza, Z. (2024). Unlocking financial inclusion and economic empowerment in rural Pakistan: The interplay of financial literacy and infrastructure

- development in the impact of digital wallets. *Journal of Excellence in Management Sciences*, 3(3), 141-160. <https://doi.org/10.22451/5817.ibj2023.vol7.1.11075>
- Salman, M., Rauf, N., & Murtaza, Z. (2024). Unlocking financial inclusion and economic empowerment in rural Pakistan: The interplay of financial literacy and infrastructure development in the impact of digital wallets. *Journal of Excellence in Management Sciences*, 3(3), 141-160. <https://doi.org/10.22451/5817.ibj2023.vol7.1.11075>
- Sánchez, M. (2019). *Billetera virtual: Ventajas y desventajas de su implementación en Argentina* [Tesis de maestría, Universidad de San Andrés]. Repositorio Digital San Andrés. <http://repositorio.udes.edu.ar/jspui/handle/10908/16752>
- Singh, N. (2017). *Financial Inclusion: Concepts, Issues and Policies for India*. International Growth Centre. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3039156>
- Taher, A. (2022). Understanding mobile e-wallet consumers' intentions and user behavior. *Spanish Journal of Marketing – ESIC*, 26(3), 363–384. <https://doi.org/10.1108/SJME-05-2022-0105>
- Vega, M., & Andía, A. (2024). Pilotos con CBDC: Ampliando la frontera de los pagos digitales en Perú. *Moneda*, (198), 10-16. <https://www.bcrp.gob.pe/publicaciones/revista-monedas/moneda/revista-monedas-198.html>
- Vizcaíno, P., Cedeño, R., & Maldonado, I. (2023). Metodología de la investigación científica: guía práctica. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 9723-9762. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7658
- Vlaicu, C. (2025). *Digital Payments Adoption by Consumers and Firms: Implications for Financial Inclusion*. Inter-American Development Bank. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/Digital-Payments-Adoption-by-Consumers-and-Firms-Implications-for-Financial-Inclusion.pdf>

Wang, X., & Guan, J. (2017). Financial inclusion: Measurement, spatial effects and influencing factors. *Applied Economics*, 49(18), 1751–1762.

<https://doi.org/10.1080/00036846.2016.1226488>

World Bank Group. (2014). *Global Financial Development Report 2014: Financial Inclusion*.

<http://documents.worldbank.org/curated/en/225251468330270218>

Worldpay. (2025). *Global Payments Report 2025*. [https://offers.worldpayglobal.com/rs/850-](https://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JOA-856/images/GPR25.pdf)

[JOA-856/images/GPR25.pdf](https://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JOA-856/images/GPR25.pdf)



ANEXOS

Anexo 1. Fichas técnicas de las encuestas

Estimado(a) participante:

Usted está invitado(a) a responder una encuesta sobre billeteras digitales e inclusión financiera en las bodegas del distrito de Arequipa Metropolitana (Arequipa). Esta información ayudará a evaluar cómo el uso de billeteras digitales influye en la gestión y desempeño de las bodegas del distrito. La encuesta es anónima, confidencial y de participación voluntaria. No se solicitarán nombres ni datos que identifiquen a personas o negocios. Completarla toma aproximadamente 8–10 minutos. No existen respuestas “buenas” o “malas”; marque la opción que mejor refleje su realidad.

Gracias por su valioso tiempo y aporte.

Consentimiento informado

Título del estudio: Influencia del uso de la billetera digital en la inclusión financiera en las tiendas por conveniencia de Arequipa Metropolitana 2025.

Investigador responsable: Diego Alejandro García Chirinos (UCSM).

Propósito: Analizar la influencia de las billeteras digitales en la inclusión financiera en bodegas de Arequipa Metropolitana, para generar evidencia útil a nivel académico y práctico.

Procedimiento: Se le solicitará responder un cuestionario con preguntas cerradas sobre su negocio y su experiencia con medios de pago.

Riesgos/daños: Mínimos o nulos (responder preguntas no sensibles).

Beneficios: Contribuir con evidencia para mejorar prácticas y decisiones sobre medios de pago en pequeños comercios.

Confidencialidad: Los datos se recolectan sin identificadores; se usarán solo con fines académicos, reportándose de forma agregada.

Voluntariedad: Su participación es libre; puede no participar o retirarse en cualquier momento sin consecuencia alguna.

Tiempo estimado: 8–10 minutos.

Declaración de consentimiento

He leído la información anterior. Comprendo el propósito del estudio, la voluntariedad de mi participación y la confidencialidad de mis respuestas.

- ACEPTO participar.
- NO ACEPTO participar.

Instrucciones de llenado

Marque la alternativa que corresponda o complete donde se indica “Especifique”.

Si alguna pregunta no aplica, seleccione “No aplica (N/A)”.

Por favor, responda todas las preguntas del bloque sociodemográfico y del negocio.

Bloque A. Preguntas de filtro

A2. ¿Usted es propietario(a) o administrador(a) de la bodega?

- Propietario(a)
- Administrador(a) con autorización del propietario
- Otro (especifique):

Bloque B. Datos sociodemográficos del/la responsable

B1. Edad

- 18–24
- 25–34
- 35–44
- 45–54

- 55–64
- 65 o más

B2. Género

- Mujer
- Hombre

B3. Máximo nivel educativo alcanzado

- Primaria incompleta/completa
- Secundaria incompleta/completa
- Técnico superior
- Universitario (bachiller/licenciatura)
- Posgrado

B6. Tiempo a cargo del negocio (años)

- Menos de 1
- 1–3
- 4–6
- 7–10
- Más de 10

B7. Alfabetización digital personal (manejo básico de smartphone/apps)

- Nula
- Básica
- Intermedia
- Avanzada

Bloque C. Características básicas del negocio

C1. Antigüedad de la bodega

- Menos de 1 año

- 1–3 años
- 4–6 años
- 7–10 años
- Más de 10 años

C2. Número de trabajadores (incluyéndose)

- 1 (solo yo)
- 2–3
- 4–5
- 6 o más

C3. Tenencia del local

- Propio
- Alquilado/cesión
- Otro (especifique): _____

C4. Horario de atención principal

- Mañana y tarde (horario corrido)
- Solo mañana
- Solo tarde/noche
- Variable

C5. Facturación promedio mensual (*rango aproximado*)

- Menos de S/ 5,000
- S/ 5,000 – S/ 9,999
- S/ 10,000 – S/ 19,999
- S/ 20,000 – S/ 39,999
- S/ 40,000 o más
- Prefiero no decirlo

C6. Conectividad del negocio

- Acceso a Internet en el local:
 - Sí, fijo (wifi)
 - Sí, datos móviles
 - No
- Disponibilidad de smartphone para cobros:
 - Sí
 - No

C7. Medios de pago que acepta actualmente (marque todos los que correspondan)

- Efectivo
- Tarjeta (POS)
- Billetera digital Yape
- Billetera digital Plin
- Otra billetera (especifique): _____
- Transferencia interbancaria
- No acepta pagos digitales

Billetera Digital

Marcar según la escala:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

Billetera Digital	1	2	3	4	5
1. Usar billeteras digitales me resulta sencillo.					

2. Este medio me ofrece más facilidades que problemas.					
3. Mis clientes tienen preferencia por pagar con billeteras digitales.					
4. Las billeteras digitales me generan confianza.					
5. Las empresas proveedoras brindan soluciones oportunas cuando hay problemas.					
6. Mis clientes se sienten seguros al pagar con billeteras digitales.					
7. Desde que uso billeteras digitales, mis ventas han incrementado.					
8. Volvería a utilizar las billeteras digitales como medio de pago para mis ventas.					
9. La mayoría de mis clientes prefiere este medio para las ventas.					

Inclusión Financiera

Marcar según la escala:

1 = Totalmente en desacuerdo

2 = En desacuerdo

3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4 = De acuerdo

5 = Totalmente de acuerdo

Inclusión financiera	1	2	3	4	5
1. Considero que los servicios financieros formales (banco o billetera digital) son seguros para mi negocio.					
2. Los costos iniciales para abrir y activar estos servicios me resultan asequibles.					
3. El tiempo y el costo para acceder/usar estos servicios (traslado, conectividad, datos) me resultan asequibles.					

4. Los préstamos ofrecidos por las entidades financieras se ajustan a las necesidades de mi negocio.					
5. Las condiciones de uso y pago de esos préstamos me resultan favorables.					
6. Los productos de ahorro ofrecidos son adecuados para mi negocio.					
7. Percibo que esos productos de ahorro son seguros.					
8. El acceso a estos servicios ha mejorado la alimentación de mi familia y/o personal.					
9. El acceso a estos servicios ha mejorado el acceso a servicios de salud en mi comunidad.					
10. El acceso a estos servicios me ha permitido pagar estudios (míos, de mi familia o del personal).					

¡Gracias por su apoyo!

Anexo 2. Base de datos según filtro de SUNAT

Año	Cod. Ubigeo	Departamento	Provincia	Distrito	Cod CIU (Rev 3)	Sector	Sub Sector	Actividad Económica	Cant. Contrib
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5122	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	342
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5139	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.	212
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5141	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES.	21
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5149	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIOS.	20
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5150	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA, EQUIPO Y MATER.	276
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5190	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	509
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5211	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	481
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	912
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5220	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	1003
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5231	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	366
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5232	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	2042
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5233	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	231
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	740
2023	040101	AREQUIPA	AREQUIPA	AREQUIPA	5239	COMERCIO	COMERCIO AL	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	3361

							POR MENOR		
202 3	040101	AREQUIP A	AREQU IPA	AREQUIP A	5240	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	68
202 3	040101	AREQUIP A	AREQU IPA	AREQUIP A	5251	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	28
202 3	040101	AREQUIP A	AREQU IPA	AREQUIP A	5252	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	547
202 3	040101	AREQUIP A	AREQU IPA	AREQUIP A	5259	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	1224
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5122	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	147
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5139	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS .	40
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5141	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBL ES.	12
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5149	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIO S.	2
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5150	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA , EQUIPO Y MATER.	59
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5190	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	111
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5211	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	435
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5219	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	208
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5220	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	855
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5231	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	172
202 3	040102	AREQUIP A	AREQU IPA	ALTO SELVA ALEGRE	5232	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	146

2023	040102	AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE	5233	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	28
2023	040102	AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	189
2023	040102	AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE	5239	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	557
2023	040102	AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE	5240	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	19
2023	040102	AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE	5251	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	7
2023	040102	AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE	5252	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	91
2023	040102	AREQUIPA	AREQUIPA	ALTO SELVA ALEGRE	5259	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	222
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5122	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	125
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5139	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS .	32
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5141	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES.	21
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5149	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIOS.	5
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5150	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. MAQUINARIA , EQUIPO Y MATER.	48
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5190	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	129
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5211	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	386
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	211
2023	040103	AREQUIPA	AREQUIPA	CAYMA	5220	COMERCIO	COMERCIO AL	VTA. MIN. ALIMENTOS,	713

							POR MENOR	BEBIDAS, TABACO.	
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5231	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	193
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5232	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	154
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5233	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	27
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5234	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	208
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5239	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	673
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5240	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	21
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5251	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	18
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5252	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	85
202 3	040103	AREQUIP A	AREQU IPA	CAYMA	5259	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	271
202 3	040104	AREQUIP A	AREQU IPA	CERRO COLORAD O	5122	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	338
202 3	040104	AREQUIP A	AREQU IPA	CERRO COLORAD O	5139	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS .	80
202 3	040104	AREQUIP A	AREQU IPA	CERRO COLORAD O	5141	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VTA. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBL ES.	39
202 3	040104	AREQUIP A	AREQU IPA	CERRO COLORAD O	5149	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIO S.	37
202 3	040104	AREQUIP A	AREQU IPA	CERRO COLORAD O	5150	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. MAQUINARIA , EQUIPO Y MATER.	133
202 3	040104	AREQUIP A	AREQU IPA	CERRO COLORAD O	5190	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	295

2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5211	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	723
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	448
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5220	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	1570
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5231	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	345
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5232	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	310
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5233	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	83
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	573
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5239	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	1325
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5240	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	38
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5251	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	39
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5252	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	205
2023	040104	AREQUIPA	AREQUIPA	CERRO COLORADO	5259	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	617
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5122	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	86
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5139	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.	23
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5141	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VTA. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES.	8
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5149	COMERCIO	COMERCIO AL	VTA. MAY. OTROS PRODUCTOS	2

							POR MAYOR	INTERMEDIO S.	
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5150	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA, EQUIPO Y MATER.	20
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5190	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	52
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5211	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	337
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	146
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5220	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	572
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5231	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	106
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5232	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	85
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5233	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	14
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	106
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5239	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	326
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5240	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	9
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5251	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	5
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5252	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	61
2023	040107	AREQUIPA	AREQUIPA	JACOBO HUNTER	5259	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	168
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5122	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	94
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5139	COMERCIO	COMERCIO AL	VT. MAY. OTROS	42

							POR MAYOR	ENSERES DOMESTICOS .	
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5141	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES.	12
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5149	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIOS.	7
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5150	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA, EQUIPO Y MATER.	59
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5190	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	96
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5211	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	341
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	174
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5220	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	592
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5231	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	138
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5232	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	144
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5233	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	28
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	328
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5239	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	434
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5240	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	11
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5251	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	10
2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5252	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	73

2023	040109	AREQUIPA	AREQUIPA	MARIANO MELGAR	5259	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	198
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5122	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	132
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5139	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS.	50
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5141	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES.	9
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5149	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIOS.	2
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5150	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA, EQUIPO Y MATER.	51
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5190	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	114
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5211	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	353
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	249
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5220	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	662
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5231	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	174
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5232	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	218
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5233	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	91
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	198
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5239	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	668
2023	040110	AREQUIPA	AREQUIPA	MIRAFLORES	5240	COMERCIO	COMERCIO AL	VT. MIN. DE ALMACENES	34

							POR MENOR	DE ART. USADOS.	
202 3	040110	AREQUIP A	AREQU IPA	MIRAFLO RES	5251	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	15
202 3	040110	AREQUIP A	AREQU IPA	MIRAFLO RES	5252	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	99
202 3	040110	AREQUIP A	AREQU IPA	MIRAFLO RES	5259	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	316
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5122	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	182
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5139	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS .	56
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5141	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBL ES.	21
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5149	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIO S.	12
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5150	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA , EQUIPO Y MATER.	82
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5190	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	178
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5211	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	724
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5219	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	414
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5220	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	1297
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5231	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	261
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5232	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	257
202 3	040112	AREQUIP A	AREQU IPA	PAUCARP ATA	5233	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	64

2023	040112	AREQUIPA	AREQUIPA	PAUCARPATA	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	341
2023	040112	AREQUIPA	AREQUIPA	PAUCARPATA	5239	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	921
2023	040112	AREQUIPA	AREQUIPA	PAUCARPATA	5240	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	29
2023	040112	AREQUIPA	AREQUIPA	PAUCARPATA	5251	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	17
2023	040112	AREQUIPA	AREQUIPA	PAUCARPATA	5252	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	139
2023	040112	AREQUIPA	AREQUIPA	PAUCARPATA	5259	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	406
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5122	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	103
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5139	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS .	26
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5141	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES.	15
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5149	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIOS.	5
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5150	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA , EQUIPO Y MATER.	40
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5190	COMERCIO	COMERCIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	99
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5211	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	331
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	192
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5220	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VT. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	733
2023	040122	AREQUIPA	AREQUIPA	SOCABAYA	5231	COMERCIO	COMERCIO AL	VT. MIN. PROD. FARMAC. Y	124

							POR MENOR	ART. TOCADOR.	
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5232	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	85
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5233	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	22
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5234	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	150
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5239	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	416
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5240	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	13
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5251	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	12
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5252	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	83
202 3	040122	AREQUIP A	AREQU IPA	SOCABAY A	5259	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	179
202 3	040129	AREQUIP A	AREQU IPA	JOSE LUIS BUSTAM ANTE Y RIVERO	5122	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO.	337
202 3	040129	AREQUIP A	AREQU IPA	JOSE LUIS BUSTAM ANTE Y RIVERO	5139	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS ENSERES DOMESTICOS .	94
202 3	040129	AREQUIP A	AREQU IPA	JOSE LUIS BUSTAM ANTE Y RIVERO	5141	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. AL POR MAYOR DE COMBUSTIBL ES.	20
202 3	040129	AREQUIP A	AREQU IPA	JOSE LUIS BUSTAM ANTE Y RIVERO	5149	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. OTROS PRODUCTOS INTERMEDIO S.	11
202 3	040129	AREQUIP A	AREQU IPA	JOSE LUIS BUSTAM ANTE Y RIVERO	5150	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. MAQUINARIA , EQUIPO Y MATER.	93
202 3	040129	AREQUIP A	AREQU IPA	JOSE LUIS BUSTAM ANTE Y RIVERO	5190	COMER CIO	COMER CIO AL POR MAYOR	VT. MAY. DE OTROS PRODUCTOS.	241
202 3	040129	AREQUIP A	AREQU IPA	JOSE LUIS BUSTAM ANTE Y RIVERO	5211	COMER CIO	COMER CIO AL POR MENOR	VT. MIN. EN ALMACENES NO ESPECIALIZ.	465

2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5219	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. OTROS PRODUCTOS EN ALMACEN.	478
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5220	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. ALIMENTOS, BEBIDAS, TABACO.	1046
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5231	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. PROD. FARMAC. Y ART. TOCADOR.	231
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5232	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. PRODUCTOS TEXTILES, CALZADO.	412
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5233	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EQUIPO DE USO DOMESTICO.	86
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5234	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. ARTICULOS DE FERRETERIA.	290
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5239	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA AL POR MENOR.	1186
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5240	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE ALMACENES DE ART. USADOS.	48
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5251	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. DE CASAS DE VENTA POR CORREO.	25
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5252	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	VTA. MIN. EN PUESTOS DE VENTA.	290
2023	040129	AREQUIPA	AREQUIPA	JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	5259	COMERCIO	COMERCIO AL POR MENOR	OTROS TIPOS DE VENTA POR MENOR.	548
Total									48473

Anexo 3. Link Base de Datos Arequipa:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1x5WHsMyHwdcZn5qWvxks_HtxXcEp1ngZaqIqDkE2DWq/edit?usp=sharing



Anexo 4. Diccionario de la base de datos

Variable	Descripción	Tipo
Distrito	Distrito de la bodega según estrato muestral	Categoría
B1_Edad	Edad del responsable	Categoría
B2_Genero	Género del responsable	Categoría
B3_Educacion	Máximo nivel educativo alcanzado	Categoría
B6_TiempoACargo	Años a cargo del negocio	Categoría
B7_AlphabetizacionDigital	Alfabetización digital personal	Categoría
C1_AntigüedadBodega	Antigüedad de la bodega	Categoría
C2_Trabajadores	Número de trabajadores	Categoría
C3_TenenciaLocal	Tenencia del local	Categoría
C4_Horario	Horario de atención principal	Categoría
C5_Facturacion	Facturación promedio mensual	Categoría
C6_Internet	Acceso a Internet en el local	Categoría
C6_SmartphoneCobros	Disponibilidad de smartphone para cobros	Categoría
C7_Efectivo	Acepta efectivo	Indicador binario
C7_Tarjeta_POS	Acepta tarjeta POS	Indicador binario
C7_Billetera_digital_Yape	Acepta billetera Yape	Indicador binario
C7_Billetera_digital_Plin	Acepta billetera Plin	Indicador binario
C7_Otra_billetera	Acepta otra billetera	Indicador binario
C7_Transferencia_interbancaria	Acepta transferencia interbancaria	Indicador binario
C7_No_acepta_pagos_digitales	No acepta pagos digitales	Indicador binario
BD1	Billetera Digital ítem 1	Likert 1-5
BD2	Billetera Digital ítem 2	Likert 1-5
BD3	Billetera Digital ítem 3	Likert 1-5
BD4	Billetera Digital ítem 4	Likert 1-5
BD5	Billetera Digital ítem 5	Likert 1-5
BD6	Billetera Digital ítem 6	Likert 1-5
BD7	Billetera Digital ítem 7	Likert 1-5
BD8	Billetera Digital ítem 8	Likert 1-5
BD9	Billetera Digital ítem 9	Likert 1-5
IF1	Inclusión Financiera ítem 1	Likert 1-5
IF2	Inclusión Financiera ítem 2	Likert 1-5
IF3	Inclusión Financiera ítem 3	Likert 1-5
IF4	Inclusión Financiera ítem 4	Likert 1-5
IF5	Inclusión Financiera ítem 5	Likert 1-5
IF6	Inclusión Financiera ítem 6	Likert 1-5
IF7	Inclusión Financiera ítem 7	Likert 1-5
IF8	Inclusión Financiera ítem 8	Likert 1-5
IF9	Inclusión Financiera ítem 9	Likert 1-5
IF10	Inclusión Financiera ítem 10	Likert 1-5
BD_total	Suma de BD 1-9	Escala suma
IF_total	Suma de IF 1-10	Escala suma

Anexo 5. Estrato

Distrito	n_h
ALTO SELVA ALEGRE	15
AREQUIPA (CERCADO)	39
CAYMA	16
CERRO COLORADO	34
JACOBO HUNTER	10
JOSE LUIS BUSTAMANTE Y RIVERO	23
MARIANO MELGAR	12
MIRAFLORES	14
PAUCARPATA	24
SOCABAYA	13

