Universidad Católica de Santa María

## Facultad de Ciencias Económico Administrativas

## Escuela Profesional de Ingeniería Comercial

# Estudio comparativo de la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa, 2025.


Tesis presentada por:

**Yañez Aguilar, Gabriela Jimena**

**ORCID: 0009-0006-2343-0216**


para optar el Título Profesional de Ingeniero Comercial


Asesor:

**Mg. Huerta Delgado, José**

**ORCID: 0000-0002-6177-6887**



Arequipa – Perú

2026

UCSM-ERP

# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## INGENIERIA COMERCIAL

## TITULACIÓN CON TESIS

## DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 04 de Junio del 2026

**Dictamen: 015354-C-EPICO-2026**

Visto el borrador del expediente 015354, presentado por:

**2020803422 - YAÑEZ AGUILAR GABRIELA JIMENA**

Titulado:

**ESTUDIO COMPARATIVO DE LA ADOPCIÓN DE BILLETERAS ELECTRÓNICAS Y LA INCLUSIÓN FINANCIERA ENTRE LA GENERACIÓN Z Y LOS BABY BOOMERS EN AREQUIPA, 2025.**

Nuestro dictamen es:

**APROBADO**

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

**INGENIERO COMERCIAL**

**72649297 - VILLANUEVA PAREDES GRACE XIMENA**
**DICTAMINADOR**

**42705336 - REVILLA OLAZÁBAL JOHANNY VIVIANNE**
**DICTAMINADOR**

**29634933 - BELÓN HIDALGO KATHERINE BRIGITTE**
**DICTAMINADOR**

Estudio comparativo de la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre la G y los Baby Boomers en Arequipa, 2025.

INFORME DE ORIGINALIDAD

| 12% | 11% | 5% | 7% |
|---|---|---|---|
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUD |

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|---|---|---|
| 1 | Submitted to Universidad Católica de Santa María | Trabajo del estudiante |
| 2 | repositorio.ucsm.edu.pe | Fuente de Internet |
| 3 | repositorio.upsc.edu.pe | Fuente de Internet |
| 4 | revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe | Fuente de Internet |
| 5 | Submitted to Universidad Cesar Vallejo | Trabajo del estudiante |
| 6 | repositorio.unsaac.edu.pe | Fuente de Internet |
| 7 | repositorioacademico.upc.edu.pe | Fuente de Internet |
| 8 | repositorio.upt.edu.pe | Fuente de Internet |
| 9 | roderic.uv.es | Fuente de Internet |
| 10 | repositorio.unemi.edu.ec | Fuente de Internet |
| 11 | Submitted to Universidad Tecnologica del Peru | Trabajo del estudiante |
| 12 | hdl.handle.net | Fuente de Internet |
| 13 | repositorio.esan.edu.pe | Fuente de Internet |
| 14 | repositorio.upec.edu.ec | Fuente de Internet |
| | Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru | |

**Dedicatoria**

*A Dios, por su guía constante, su sabiduría y la fortaleza que me sostuvo a lo largo de este proceso.*

*A mis padres Roberto y Julia, por su amor incondicional, paciencia y sacrificio, pilares fundamentales que me impulsaron a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. A mi hermana Abigail, por su apoyo sincero, su compañía y las palabras de ánimo que hicieron más ligero este camino.*

*A mis abuelos, por sus enseñanzas, su ejemplo de vida y los valores que sembraron en mí, los cuales han sido base esencial para alcanzar mis logros.*

*A toda mi familia, por creer en mí, acompañarme con comprensión y brindarme el apoyo necesario para cumplir mis metas.*

*Gabriela Jimena Yañez Aguilar*

**Agradecimientos**

Agradezco a Dios por brindarme la fortaleza, la sabiduría y la constancia necesarias para culminar este trabajo de investigación.

Expreso mi sincero agradecimiento a la Universidad Católica de Santa María por la formación académica recibida y por las herramientas proporcionadas para mi desarrollo profesional. De manera especial, agradezco a mi asesor de tesis, Mg. José Huerta Delgado, por su orientación, paciencia y valiosos aportes, los cuales fueron fundamentales para el adecuado desarrollo y culminación de este estudio.

Asimismo, extiendo mi agradecimiento a Diana Urviola Ponce por su acompañamiento, disposición y aportes significativos, que contribuyeron a enriquecer la presente investigación.

Finalmente, a mi familia, mi más profundo agradecimiento por su amor incondicional, apoyo constante y comprensión en cada etapa de este camino. Su confianza, paciencia y palabras de aliento fueron el motor que me impulsó a no rendirme y hacer posible este logro.

**Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo comparar la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, identificando las diferencias en los niveles de adopción, inclusión financiera y en las dimensiones que explican dicha relación entre ambas generaciones.

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo transversal y alcance correlacional-comparativo. La población estuvo conformada por personas pertenecientes a la Generación Z y a los Baby Boomers residentes en Arequipa, de las cuales se seleccionó una muestra de 384 encuestados mediante muestreo proporcional. La recolección de datos se realizó a través de un cuestionario estructurado, y el análisis estadístico incluyó pruebas no paramétricas, correlaciones Rho de Spearman y un modelo de regresión con interacción generacional.

Los resultados evidenciaron que la Generación Z presenta mayores niveles de adopción de billeteras electrónicas, mientras que los Baby Boomers registran mayores niveles de inclusión financiera. Asimismo, se identificó que la adopción de billeteras electrónicas se relaciona de manera positiva y significativa con la inclusión financiera, explicando el 48,7 % de su variabilidad. No obstante, esta relación varía según la generación, siendo el impacto de la adopción más intenso en la Generación Z. Finalmente, se concluye que la inclusión financiera se construye a partir de mecanismos diferenciados según la generación, lo que evidencia la necesidad de estrategias de inclusión financiera segmentadas.

**Palabras clave:** billeteras electrónicas, inclusión financiera, generaciones.

**Abstract**

The present study aimed to compare the relationship between the adoption of electronic wallets and financial inclusion among Generation Z and Baby Boomers in Arequipa during the year 2025, identifying differences in levels of adoption, financial inclusion, and the dimensions that explain this relationship between both generations.

The study was conducted under a quantitative approach, with a non-experimental, cross-sectional design and a correlational-comparative scope. The population consisted of individuals belonging to Generation Z and Baby Boomers residing in Arequipa, from which a sample of 384 respondents was selected through proportional sampling. Data were collected using a structured questionnaire, and statistical analysis included non-parametric tests, Spearman's Rho correlations, and a regression model with generational interaction.

The results showed that Generation Z exhibits higher levels of electronic wallet adoption, while Baby Boomers report higher levels of financial inclusion. Additionally, electronic wallet adoption was found to be positively and significantly related to financial inclusion, explaining 48.7% of its variability. However, this relationship varies by generation, with the impact of adoption being stronger among Generation Z. Finally, it is concluded that financial inclusion is constructed through differentiated mechanisms depending on the generation, highlighting the need for segmented financial inclusion strategies.

**Keywords:** electronic wallets, financial inclusion, generations.

**Índice General**

Dedicatoria

Agradecimientos

Resumen

Abstract

Introducción ..... 1

CAPÍTULO I ..... 4

1. PLANTEMIENTO TEÓRICO ..... 4

1.1. Descripción del problema ..... 4

1.2. Interrogantes ..... 6

1.2.1. Interrogante general ..... 6

1.2.2. Interrogantes específicas ..... 6

1.3. Objetivos de investigación ..... 6

1.3.1. Objetivo General ..... 6

1.3.2. Objetivos específicos ..... 6

1.4. Justificación ..... 7

1.4.1. Justificación teórica ..... 7

1.4.2. Justificación practica ..... 7

1.4.3. Justificación metodológica ..... 8

1.5. Limitaciones de la investigación ..... 8

1.6. Bases teóricas ..... 9

1.6.1. Inclusión financiera ..... 9

1.6.2. Facilidad de acceso ..... 10

1.6.3. Uso ..... 10

1.6.4. Disponibilidad ..... 11

1.6.5. Inclusión financiera en Arequipa ..... 11
1.6.6. Adopción de billeteras electrónicas ..... 15
1.6.7. Facilidad percibida de uso ..... 16
1.6.8. Influencia social ..... 16
1.6.9. Atractivo de alternativas ..... 17
1.6.10. Confianza percibida ..... 17
1.6.11. Seguridad percibida ..... 18
1.6.12. Antecedentes Internacionales ..... 19
1.6.13. Antecedentes Nacionales ..... 20
1.6.14. Antecedentes Locales ..... 20
1.7. Teoría de las variables ..... 21
1.7.1. Modelo de Aceptación de la tecnología (TAM) ..... 21
1.7.2. La inclusión financiera en América Latina ..... 23
1.7.3. La inclusión financiera en el Perú ..... 23
1.7.4. Características de la Generación Z ..... 24
1.7.5. Características de los Baby Boomers ..... 24
1.7.6. Factores que afecten la adopción de billeteras electrónicas ..... 25
1.7.7. Factores que afectan la inclusión financiera ..... 26
1.8. Operacionalización de las variables ..... 26
1.8.1. Análisis de Variables ..... 27
1.8.2. Operacionalización ..... 27
1.8.3. Matriz de consistencia ..... 28
1.9. Hipótesis ..... 30
1.9.1. Hipótesis general ..... 30
1.9.2. Hipótesis especificas ..... 30
CAPÍTULO II ..... 31

2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO ..... 31
2.1. Tipo de problema ..... 31
2.2. Campo, Área y Línea ..... 31
2.3. Delimitación geográfica y temporal ..... 31
2.3.1. Ámbito ..... 31
2.3.2. Temporalidad ..... 32
2.4. Población y diseño muestral ..... 32
2.5. Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos ..... 34
2.5.1. Estructuras de los Instrumentos ..... 34
2.5.2. Confiabilidad del instrumento ..... 37
2.6. Estrategia de recolección de datos ..... 38
CAPÍTULO III ..... 39
3. RESULTADOS ..... 39
3.1. Panorama general de los grupos generacionales ..... 39
3.2. Análisis e interpretación de resultados ..... 40
3.2.1. Datos de control ..... 40
3.2.2. Resultados descriptivos ..... 47
3.3. Confirmación o rechazo de hipótesis ..... 60
3.3.1. Prueba de normalidad ..... 60
3.3.2. Respuesta al objetivo específico 1 ..... 61
3.3.3. Respuesta al objetivo especifico 2 ..... 63
3.3.4. Respuesta al objetivo específico 3 ..... 65
3.3.5. Respuesta al objetivo general ..... 71
3.4. Discusión ..... 74
Conclusiones ..... 77
Recomendaciones ..... 79

Referencias ..... 81

ANEXOS ..... 91

Anexo 1. Plan de tesis aprobado ..... 91

Anexo 2. Base de datos ..... 128

## Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de las variables ..... 27
Tabla 2 Matriz de consistencia ..... 28
Tabla 3 Alfa de Cronbach variable inclusión financiera ..... 37
Tabla 4 Alfa de Cronbach variable adopción de billeteras electrónicas ..... 37
Tabla 3 Preguntas filtro ..... 40
Tabla 4 Respuestas por ítems de Inclusión Financiera ..... 48
Tabla 5 Respuesta por ítems de adopción de billeteras electrónicas ..... 54
Tabla 8 Prueba de normalidad ..... 60
Tabla 9 U de Mann-Whitney Adopción de billeteras electrónicas entre Generaciones ..... 61
Tabla 10 U de Mann-Whitney inclusión financiera entre generaciones ..... 63
Tabla 11 Dimensiones de billeteras electrónicas e inclusión financiera en la Generación Z .. 65
Tabla 12 Dimensiones de billeteras electrónicas e inclusión financiera - Generación BB ..... 67
Tabla 13 Comparación: dimensiones de billeteras electrónicas e inclusión por generación .. 70
Tabla 14 Adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera según generación ..... 71
Tabla 15 ANOVA: Adopción de billeteras electrónicas-inclusión financiera por generación 72
Tabla 16 Coeficientes: Adopción de billeteras electrónicas-inclusión financiera ..... 72

## Índice de figuras

Figura 1 Disponibilidad de la red de atención del sistema financiero – Arequipa ..... 11
Figura 2 Infraestructura de atención del sistema financiero – Arequipa ..... 12
Figura 3 Distritos con acceso a puntos del sistema financiero – Arequipa ..... 14
Figura 4 Representación Gráfica - TAM ..... 22
Figura 5 Generación de los encuestados ..... 41
Figura 6 Distrito de residencia ..... 41
Figura 7 Género ..... 42
Figura 8 Nivel educativo ..... 43
Figura 9 Situación laboral actual ..... 44
Figura 10 Ingreso promedio mensual ..... 45
Figura 11 Edad ..... 46
Figura 12 Nube de palabras - ¿Qué entienden los encuestados por billeteras digitales? ..... 47
Figura 13 U de Mann-Whitney Adopción de billeteras electrónicas entre Generaciones ..... 62
Figura 14 U de Mann-Whitney inclusión financiera entre generaciones ..... 64

## Índice de anexos

Anexo 1. Plan de tesis aprobado ..... 90
Anexo 2. Base de datos ..... 127

## Introducción

En los últimos años, la transformación digital ha impactado de manera significativa en diversos ámbitos de la vida cotidiana, especialmente en los métodos de pago y en la forma en que las personas realizan transacciones financieras. El uso masivo de dispositivos móviles inteligentes ha facilitado la aparición de nuevas soluciones tecnológicas que permiten efectuar pagos, transferencias y operaciones financieras de manera rápida y eficiente, destacando entre ellas las billeteras electrónicas (Abdul et al., 2021). Estas herramientas digitales han ganado protagonismo al ofrecer mayor flexibilidad y comodidad en las operaciones financieras, reduciendo la dependencia del dinero en efectivo y promoviendo nuevas dinámicas de consumo.

En el contexto peruano, las billeteras electrónicas se han consolidado como una alternativa relevante dentro del sistema de pagos digitales. Aplicaciones como Yape, Plin, Tunki y Lukita permiten realizar transferencias y pagos desde cualquier teléfono inteligente, eliminando costos asociados y simplificando los procesos financieros, lo que ha contribuido a su rápida adopción por parte de la población (El Comercio, 2021). Este fenómeno ha sido impulsado, además, por la necesidad de promover transacciones sin contacto y por el crecimiento del comercio digital, especialmente después de la pandemia de la COVID-19 (Alwi et al., 2021).

Paralelamente, la inclusión financiera ha sido reconocida como un factor clave para el desarrollo económico y social, ya que permite a las personas acceder a servicios financieros formales como cuentas bancarias, créditos, seguros y mecanismos de ahorro, contribuyendo a la reducción de la pobreza y la desigualdad (Gupta & Kanungo, 2022). No obstante, a pesar de los avances tecnológicos, persisten brechas importantes en el acceso y uso de servicios financieros. A nivel global, aproximadamente 1 700 millones de personas no cuentan con una

cuenta bancaria, mientras que en América Latina cerca de 360 millones enfrentan esta misma situación (Mejía, 2021).

En el caso específico de Arequipa, la región presenta una infraestructura financiera relativamente desarrollada, con un alto número de puntos de atención y cobertura territorial; sin embargo, persisten desafíos relacionados con el uso efectivo y diversificado de los servicios financieros, así como con la adopción de herramientas digitales (SBS, 2024).

Dentro de este contexto, surge una problemática relevante vinculada a las diferencias generacionales en la adopción de billeteras electrónicas y su relación con la inclusión financiera. Aunque la Generación Z muestra una mayor afinidad con el uso de tecnologías digitales, esto no necesariamente se traduce en mayores niveles de inclusión financiera. Por el contrario, los Baby Boomers, a pesar de presentar menores niveles de adopción digital, suelen contar con una mayor trayectoria y experiencia dentro del sistema financiero formal. Esta situación evidencia la existencia de brechas generacionales que requieren ser analizadas de manera específica, considerando que la adopción tecnológica y la inclusión financiera no evolucionan de forma uniforme (CMIF, 2024).

En ese sentido, la presente investigación tiene como objetivo comparar la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, identificando las diferencias en los niveles de adopción, inclusión financiera y en las dimensiones que explican dicha relación. Los resultados permitirán aportar evidencia empírica relevante para el diseño de estrategias diferenciadas de inclusión financiera, orientadas tanto a jóvenes como a adultos mayores, contribuyendo así al fortalecimiento del sistema financiero y a la reducción de brechas en el acceso a servicios financieros.

El estudio se estructura en cuatro capítulos. El Capítulo I presenta el planteamiento teórico, donde se desarrolla la descripción del problema, los objetivos, la justificación y las

bases teóricas. El Capítulo II aborda el diseño metodológico, detallando el enfoque, tipo de investigación, población, muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos. El Capítulo III expone los resultados obtenidos, su análisis estadístico y desarrolla la discusión de los resultados, las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio.

# CAPÍTULO I

## 1. PLANTEMIENTO TEÓRICO

### 1.1. Descripción del problema

Durante los últimos años, la transformación digital ha impactado significativamente en diversos aspectos de la vida cotidiana, incluyendo los métodos de pago y las transacciones financieras. La adopción y el uso generalizado de dispositivos móviles personales como los teléfonos inteligentes y los asistentes digitales han destacado la relevancia de la flexibilidad en una amplia gama de productos y servicios destinados al consumidor. Esta ha impulsado que, gracias a los avances tecnológicos, las personas recurran cada vez más a dispositivos portátiles para llevar a cabo tareas diarias, incluyendo operaciones de pago (Abdul et al., 2021).

En ese contexto las billeteras electrónicas se consolidaron como una alternativa eficiente para realizar las transferencias, En Perú aplicaciones como Yape, Plin, Tunki y Lukita son las principales billeteras digitales, estas permiten realizar operaciones cotidianas desde cualquier teléfono inteligente de tal forma que ayuda a impulsar la inclusión financiera al facilitar el acceso a servicios financieros a un mayor número de personas. Estas aplicaciones se han vuelto muy populares gracias a su facilidad de uso y a la eliminación de comisiones en transferencias (El Comercio, 2021).

Por otro lado, es importante resaltar que la inclusión financiera desarrolla un rol fundamental en la disminución de la pobreza y la desigualdad porque permite a personas de bajos recursos acceder a créditos, ahorros, seguros y entre otros productos o servicios ofrecidos por empresas (Gupta & Kanungo, 2022).

Pese a su importancia y al avance acelerado de tecnología, persiste una brecha entorno a la inclusión financiera, el Banco Mundial señala que existe un aproximado de 1700 millones de personas que no tienen cuentas bancarias y en América Latina hay 360 millones que enfrentan la misma problemática (Mejía, 2021). El Perú ha experimentado un avance

significativo entre 2015 – 2023, sin embargo, esta mejora general esconde diferencias importantes en el acceso a cuentas en entidades financieras según el nivel de ingreso. Mientras que, en 2023, el 80% de los adultos en el quintil superior de gasto poseían una cuenta, solo el 40% del quintil inferior tenía acceso a estos servicios (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2024). Arequipa presenta una destacada infraestructura financiera, con 2,590 puntos de atención y 458 canales por cada 1,000 km² al 2024. El 90.83% de sus distritos cuenta con acceso a al menos un tipo de punto de atención, aunque solo el 27.27% dispone de tres o más tipos. En términos de uso, el 38.94% de la población adulta figura como deudora y la tenencia de cuentas alcanzó el 57.59% en 2023. Estos datos reflejan un avance en el acceso y uso de servicios financieros, aunque persisten desafíos en su adopción integral (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP [SBS], 2024).

El problema central se relaciona con las diferencias observadas en la inclusión financiera digital entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa, en un contexto de avance tecnológico y creciente adopción de billeteras digitales. Aunque la inclusión financiera en Perú ha mostrado mejoras sustanciales entre 2019 y 2024, persisten brechas generacionales en el acceso y uso de servicios financieros digitales, cuya naturaleza y persistencia requieren ser analizadas a la luz de los cambios tecnológicos recientes (CMIF, 2024).

La generación Z, al haber crecido en un entorno digital, presenta una familiaridad mayor con las tecnologías financieras, mientras que los Baby Boomers podrían enfrentar ciertas dificultades asociadas al uso de estas herramientas, como barreras tecnológicas, niveles variados de confianza y una inclinación hacia métodos más tradicionales. En este contexto, donde las billeteras digitales se perfilan como una alternativa para ampliar el acceso a los servicios financieros, resulta relevante observar cómo estas diferencias generacionales podrían influir en los niveles de adopción en Arequipa. Analizar los factores que inciden en el uso de estas plataformas por parte de distintos grupos etarios puede aportar elementos valiosos para el

diseño de estrategias orientadas a una inclusión financiera más amplia.

## 1.2. Interrogantes

### 1.2.1. Interrogante general

¿Cómo varía la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025?

### 1.2.2. Interrogantes específicas

¿En qué difiere el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025?

¿En qué se diferencia el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025?

¿Qué dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas están más correlacionadas con la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, y cuáles son las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones?

## 1.3. Objetivos de investigación

### 1.3.1. Objetivo General

Comparar la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025.

### 1.3.2. Objetivos específicos

Comparar el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025.

Comparar el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025.

Comparar las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas que están más correlacionadas con la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en

Arequipa durante el año 2025, destacando las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones.

## 1.4. Justificación

### 1.4.1. Justificación teórica

La investigación posee un valor teórico significativo debido a que profundiza en la relación entre la adopción de billeteras digitales y la inclusión financiera en las generaciones Z y Baby Boomer en Arequipa. Aporta nuevos conocimientos sobre las diferencias generacionales en la aceptación y uso de esta tecnología, lo cual es fundamental en un contexto donde se ve la creciente digitalización de los servicios financieros y la necesidad de estrategias inclusivas. Además, analiza cómo la brecha generacional en el acceso a estos servicios impacta la inclusión financiera e identifica factores clave para los dos grupos de edad. Este estudio es novedoso ya que compara el comportamiento de distintas generaciones y sus hallazgos podrán servir como base para futuras investigaciones en inclusión financiera y transformación digital en poblaciones diversas.

### 1.4.2. Justificación practica

La presente investigación tiene implicaciones prácticas significativas debido a que los resultados serán aplicables en el contexto financiero de Arequipa, específicamente en las generaciones Z y Baby Boomer, facilitando a las instituciones financieras implementar estrategias ciertas para promover la adopción de billeteras digitales. Los beneficiarios directos serán los usuarios de la generación Z y alguno de los Baby Boomers que estén interesados en métodos de pago innovadores de tal forma que podrán integrarse al sistema financiero formal, también los formuladores de políticas públicas tendrán información valiosa para poder diseñar programas donde exista la inclusión financiera. De este modo se espera que la adopción de billeteras digitales contribuya a reducir la exclusión financiera, haciendo posible el acceso a servicios financieros esenciales mejorando la calidad de vida de los usuarios y al mismo tiempo

fomentando la formalización económica en la región.

### 1.4.3. Justificación metodológica

A nivel metodológico, la investigación adopta un enfoque cuantitativo, dado que nos permite medir y analizar la relación entre las dos variables elegidas. El estudio se enmarca en un nivel descriptivo y correlacional, ya que se busca caracterizar el uso de billeteras digitales en ambas generaciones y de esta manera analizar la relación entre la inclusión financiera y la adopción. Se implementa un diseño no experimental y transversal para observar el hecho en un momento específico sin manipulación. Las encuestas aseguran la recolección estandarizada de datos para un análisis riguroso. Este método es viable dado el acceso a las poblaciones objetivo y los recursos disponibles, asegurando la validez y confiabilidad de los resultados.

## 1.5. Limitaciones de la investigación

La presente investigación presenta algunas limitaciones propias de su diseño metodológico. En primer lugar, debido a la imposibilidad de contar con un marco muestral completo de la población de Arequipa, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia con asignación proporcional por estratos, lo cual limita la posibilidad de generalizar los resultados a toda la población.

La recolección de datos se realizó mediante encuestas virtuales, lo que podría generar un sesgo de selección, al excluir potencialmente a personas con acceso limitado a internet o con menor familiaridad con herramientas digitales, especialmente en el caso de los Baby Boomers.

Asimismo, el estudio se desarrolló en un contexto geográfico específico, correspondiente a la ciudad de Arequipa, lo que implica que los resultados no necesariamente pueden generalizarse a otras regiones con diferentes características económicas, sociales o niveles de acceso a tecnologías financieras.

Finalmente, al basarse en percepciones de los encuestados, los resultados pueden estar influenciados por sesgos de respuesta, como la deseabilidad social o la interpretación subjetiva de los ítems.

## 1.6. Bases teóricas

### 1.6.1. Inclusión financiera

Es un tema que ha suscitado mucho interés, a investigadores, académicos, políticos, reguladores y hasta economistas a nivel internacional (Srinivasan, 2007). Se considera la inclusión financiera como un plan de acción que busca brindar estratégicamente productos, servicios financieros y bancarios a la gente, usando el crecimiento de un país de forma sostenible, Los programas de inclusión financiera apuntan hacia la integración social de la población brindando servicios y productos bancarios y financieros elementales, independientemente de la clase de ahorro o ingreso que posean los individuos (Allen et al., 2016).

Lo principal sobre inclusión financiera es que se proporcionan servicios financieros a personas que están en condición de pobreza, este término se utiliza comúnmente para referirse a la oferta de servicios de ahorro y microcréditos a sectores marginados de la sociedad, de una manera accesible y económica (Amidzic et al., 2014). Los sectores de la población con menos recursos disponibles son capaces de lograr un mejor aprovechamiento de los recursos que poseen y adquirir conocimientos sobre los productos bancarios y financieros disponibles a través de las entidades comerciales y financieras; gracias a los avances en las tecnologías FinTech y las transacciones digitales, las startups tecnológicas están ahora logrando llegar a las personas más necesitadas mediante la inclusión financiera (Gupte et al., 2012).

Es el acceso y la oferta de servicios financieros para todas las personas en la sociedad, especialmente para aquellos en situación de pobreza y los grupos excluidos (Ozili, 2018). Otro enfoque para la inclusión de servicios financieros es la prestación de servicios bancarios a

precios convenientes para grandes segmentos de poblaciones marginadas y de bajos ingresos (Dev, 2006). Además, se entiende como la disponibilidad y el uso de servicios financieros en el sector formal; estas definiciones comparten un elemento común, que es la noción de que cada uno de los componentes de la población debería tener acceso a los servicios financieros que se ofrecen (Sahay et al., 2015).

### 1.6.2. Facilidad de acceso

El acceso se vincula con la existencia efectiva de productos y servicios financieros; según la disponibilidad de la oferta en una región geográfica determinada (Beck et al., 2008).

Es la capacidad de la población para utilizar los servicios financieros de manera tecnológicamente eficiente y la provisión de infraestructura y puntos de acceso dentro del sistema financiero que ofrecen una amplia gama de servicios de estándares apropiados; tal como se explica, en la facilidad de acceso se trata no solo de eliminar las barreras geográficas, sino que los servicios sean disponibles a diferentes sectores de la población, incluso los más vulnerables, al igual que debe garantizarse la oferta de contables que acomple a los usuarios (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP SBS, 2022).

### 1.6.3. Uso

Es la aplicación real de los productos y servicios que un individuo ha obtenido dentro del sistema financiero formal. (Claessens, 2006).

Es la regularidad y constancia en relación con la manera en que las personas hacen uso de los servicios financieros disponibles, no es suficiente que los individuos tengan acceso a estos servicios; es fundamental que los utilicen de forma activa para aprovechar los beneficios que ofrecen, un uso adecuado implica que la población no solo realice transacciones esporádicas, sino que integre estos servicios en sus actividades diarias, como ahorrar, efectuar pagos o administrar su liquidez, este uso continuo ayuda a mejorar la capacidad de las personas y empresas para desarrollar actividades económicas de manera más ordenada y eficaz.

Incrementar el uso de los servicios financieros implica fomentar la confianza en estos instrumentos y promover una cultura financiera que permita a los usuarios aprovechar plenamente las herramientas que están a su disposición. (SBS, 2022).

### 1.6.4. Disponibilidad

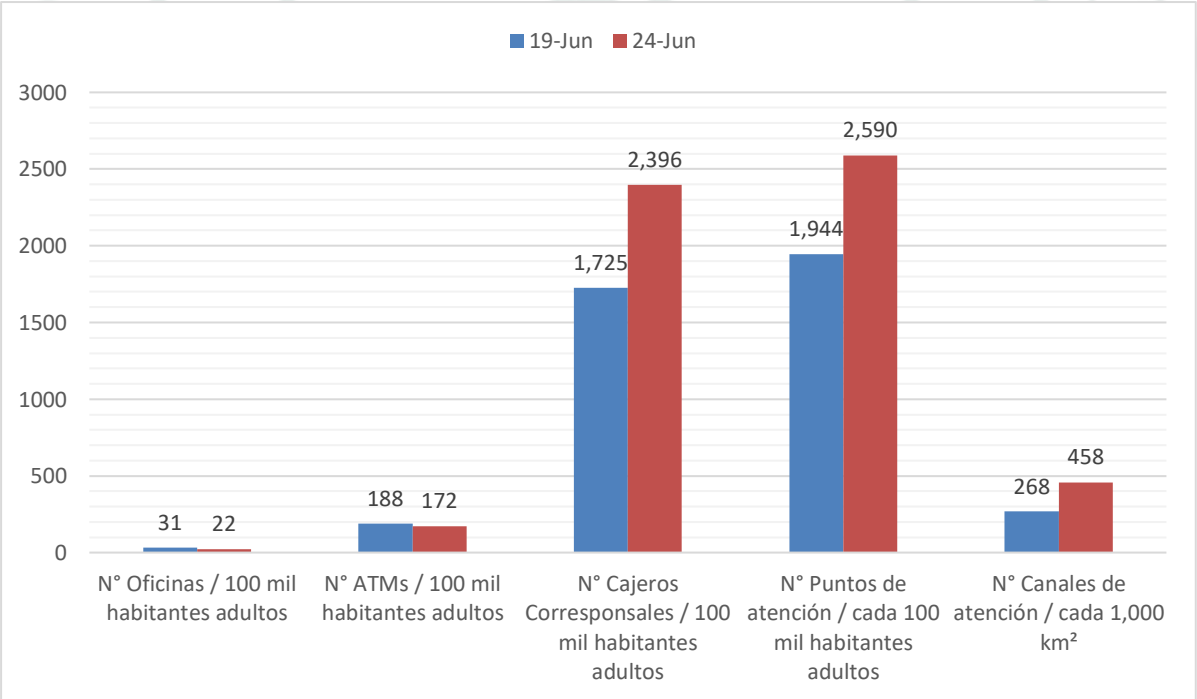
Por ejemplo, Sarma y Pais (2008) consideran la penetración, disponibilidad y uso como dimensiones de la inclusión financiera, sin tener en cuenta la calidad, que es una de las dimensiones más relevantes. De manera similar, Park y Mercado (2015), siguiendo la metodología de Sarma y Pais (2008), toman en cuenta la disponibilidad de servicios bancarios y el uso como dimensiones de la inclusión financiera, pero también omiten la calidad.

Para Sarma y Pais (2008) describen en tres aspectos clave: accesibilidad, disponibilidad y utilización del sistema financiero, además, desarrolla un índice compuesto de inclusión financiera, utilizando la distancia euclidiana, para evaluar el nivel de inclusión financiera en diversas economías.

### 1.6.5. Inclusión financiera en Arequipa

**Figura 1**

*Disponibilidad de la red de atención del sistema financiero – Arequipa*

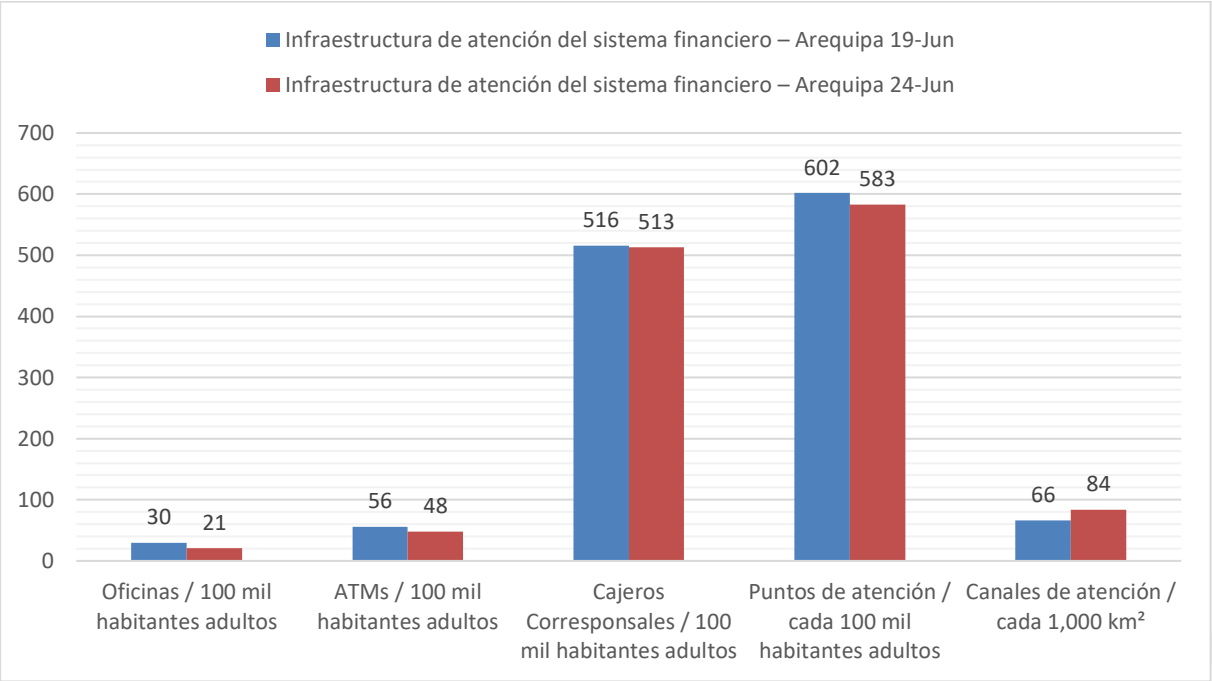


*Nota.* Elaborado a partir de "Perú: reporte de indicadores de inclusión financiera de los sistemas financiero, de seguros y de pensiones", por (SBS, 2024).

La evolución de la red de atención financiera en Arequipa entre 2019 y 2024 evidencia un proceso de transformación en el modelo de provisión de servicios financieros. La reducción en el número de oficinas (de 31 a 22) y cajeros automáticos (de 188 a 172) por cada 100 mil habitantes adultos puede reflejar un cambio estructural hacia canales menos costosos y más eficientes, motivado por la digitalización del sistema financiero y la disminución de la necesidad de atención presencial. En contraste, el notable aumento en los cajeros corresponsales (de 1,725 a 2,396) sugiere que las entidades financieras están optando por estrategias de expansión mediante alianzas con comercios locales, lo cual permite ofrecer servicios básicos en áreas donde no se justificaría la apertura de una oficina. Esta tendencia se refuerza con el crecimiento en los puntos de atención totales y en la densidad territorial (canales por km²), lo que puede interpretarse como una mayor cobertura, aunque con servicios posiblemente más limitados, especialmente en zonas rurales o periféricas. Este panorama plantea interrogantes sobre la equidad en el acceso a servicios financieros de calidad en diferentes partes del territorio.

**Figura 2**

*Infraestructura de atención del sistema financiero – Arequipa*

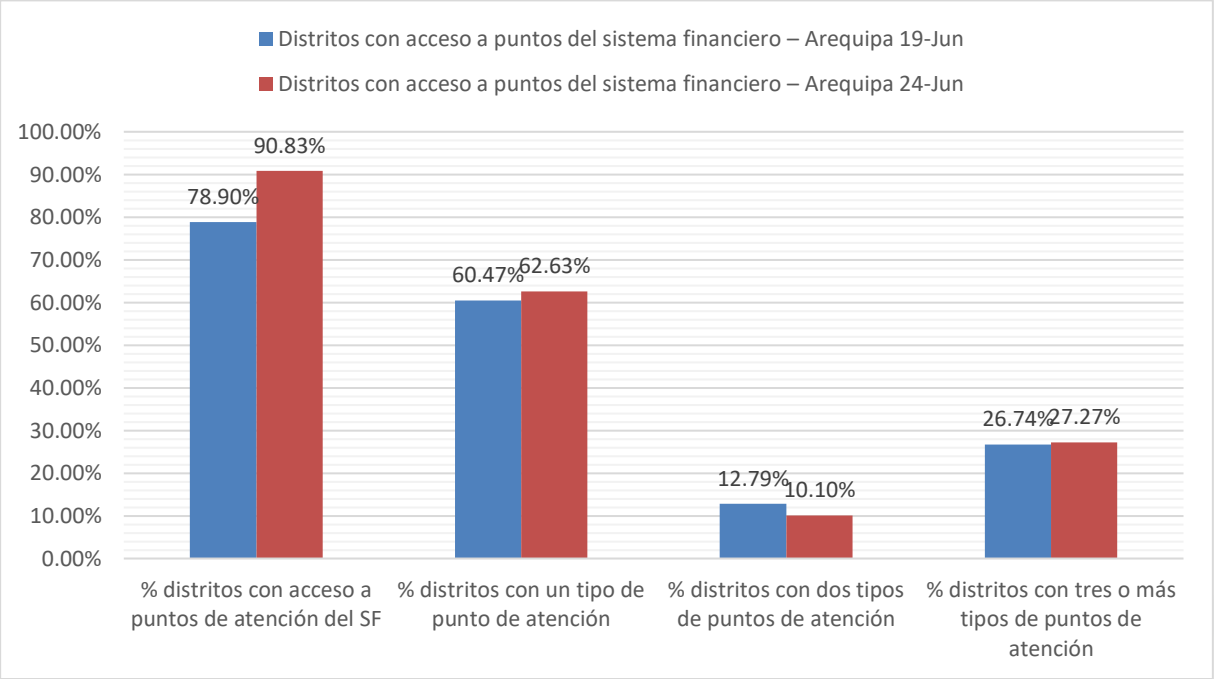



*Nota.* Elaborado a partir de "Perú: reporte de indicadores de inclusión financiera de los sistemas financiero, de seguros y de pensiones", por (SBS, 2024).

En términos de infraestructura, Arequipa mantiene una base relativamente sólida, aunque los datos muestran una ligera contracción en los canales tradicionales por cada 100 mil habitantes adultos. Las oficinas y los ATMs presentan una caída de 30 a 21 y de 56 a 48 respectivamente, mientras que los cajeros corresponsales se mantienen casi constantes. Esta estabilidad en los corresponsales, combinada con el aumento en los canales de atención por kilómetro cuadrado (de 66 a 84), apunta a una redistribución geográfica de los servicios financieros, que podría estar compensando la reducción en los espacios físicos con una cobertura más densa y eficiente en términos espaciales. Este comportamiento es consistente con una lógica de optimización de recursos, donde las instituciones buscan mantener presencia, pero con formatos menos costosos, como los corresponsales. La transición puede tener efectos mixtos: mejora en el acceso físico para algunas zonas, pero también una posible reducción en la calidad de la atención para segmentos de la población que aún dependen de la infraestructura tradicional.

**Figura 3**

*Distritos con acceso a puntos del sistema financiero – Arequipa*




*Nota.* Elaborado a partir de "Perú: reporte de indicadores de inclusión financiera de los sistemas financiero, de seguros y de pensiones", por (SBS, 2024).

El acceso territorial al sistema financiero en Arequipa muestra una mejora notable en los últimos cinco años. El porcentaje de distritos con al menos un tipo de punto de atención aumentó del 78.90% al 90.83%, lo cual representa un avance significativo en términos de inclusión geográfica. Sin embargo, el análisis más detallado evidencia que solo el 27.27% de los distritos cuenta con una oferta diversificada (tres o más tipos de atención), lo que indica que la mayoría de jurisdicciones sigue dependiendo de una oferta limitada, usualmente centrada en corresponsales. Este patrón puede generar asimetrías en la experiencia del usuario, ya que mientras algunos distritos acceden a una gama completa de servicios (como créditos, inversiones o asesoría personalizada), otros podrían estar restringidos a operaciones básicas. Además, el leve descenso en distritos con dos tipos de atención (de 12.79% a 10.10%) podría señalar una concentración en soluciones mínimas más que en el desarrollo integral del sistema financiero a nivel local. Esta segmentación territorial plantea desafíos importantes para lograr una verdadera inclusión financiera con equidad.

### 1.6.6. Adopción de billeteras electrónicas

Las investigaciones sobre las billeteras electrónicas han destacado de manera constante su prevalencia en las transacciones financieras, proporcionando soluciones prácticas para diversas actividades de transferencia de pagos (Yusuf & Lee, 2015). La llegada de las transacciones sin efectivo ha brindado una comodidad sin igual a los usuarios, permitiendo realizar transacciones financieras con solo tocar un dispositivo móvil. Estudios previos han señalado que los consumidores prefieren los sistemas de pago sin efectivo debido a su conveniencia y facilidad de uso (Alwi et al., 2021).

De acuerdo con Padiya y Bantwa (2018) Rathore Hem Shweta examina los factores que estimulan la adopción de billeteras digitales como método de pago por parte de los consumidores y los riesgos y desafíos que enfrentan los usuarios, su estudio se realizó mediante la recopilación de datos primarios utilizando un cuestionario estructurado a 132 usuarios de teléfonos inteligentes, los hallazgos revelaron que los principales impulsores hacia la adopción de billeteras digitales son la facilidad de realizar pagos en línea, la lealtad a la marca y la utilidad de la billetera digital, lo que indica el nivel de satisfacción de los usuarios con los servicios proporcionados por estas plataformas, sin embargo, los problemas más críticos y desafiantes para su adopción siguen siendo las cuestiones de seguridad y protección de datos.

La disponibilidad de las billeteras electrónicas permite a las personas efectuar transacciones y acceder a una amplia variedad de servicios que se encuentran integrados en sus aplicaciones; las billeteras electrónicas permiten transacciones entre consumidores y plataformas en línea, entre consumidores, entre consumidores y empresas, así como entre consumidores y máquinas, actualmente, con el desarrollo de las billeteras electrónicas, transacciones cotidianas como el pago de boletos de tren, así como el funcionamiento similar al de una tarjeta de crédito, han mejorado y optimizado (Shin, 2009). Las billeteras electrónicas

pueden convertirse en una herramienta de transacciones que brinda comodidad y seguridad en línea (Uddin & Akhi, 2014).

### 1.6.7. Facilidad percibida de uso

Está relacionada con el nivel que tiene una persona respecto a la sencillez y contundencia que una tecnología o sistema puede presentar (Davis, 1989). PEU, dentro de los sistemas de pago móvil, resulta determinante en tomar la decisión de adopción; de acuerdo al Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) extendido, la PEU afecta de manera directa la utilidad percibida (PU) porque los usuarios tienden a apreciar los sistemas que consideran más fáciles de usar como más benéficos; además, la PEU impacta a las percepciones sociales porque las tecnologías más fácilmente manipulables tienen más probabilidades de ser recomendadas y compartidas dentro de las redes sociales (Alhassan et al., 2020).

Mehra et al. (2021) también menciona que la PEU tiene un efecto directo en la actitud de los usuarios hacia la adopción de una tecnología determinada; los sistemas considerados no complicados o intuitivos tienden a ser utilizados de manera continua. La usabilidad también impacta la utilidad percibida, las influencias sociales y la intención de utilizar sistemas de pago móvil.

La dimensión de uso hace alusión al grado o frecuencia con que se utilizan los productos y servicios financieros; para medir el uso, es preciso obtener datos sobre la regularidad con la que se accede a estos servicios (Alianza para la Inclusión Financiera, 2013).

### 1.6.8. Influencia social

La influencia social (IS) se utiliza para evaluar la disposición de los consumidores a adoptar el pago móvil; los posibles influenciadores que motivan a los consumidores a usar AEW incluyen a familiares, amigos, colegas y vecinos; de esta manera, la IS refleja cómo los factores sociales influyen en los consumidores, motivándolos a realizar adquisiciones o vender productos nuevos (Chandra & Kumar, 2018). De manera similar, Martins et al. (2014)

descubrieron como impactó la disposición de los usuarios en línea a adoptar servicios de Internet, mientras que Chaouali et al. (2016) indicaron que la influencia social impactó la percepción individual sobre el uso de productos innovadores a través de servicios tecnológicos. En el marco del modelo UTAUT, la influencia social (IS) se puede entender como el resultado de las normas subjetivas y los factores sociales que influyen en la intención de utilizar dinero electrónico.

### 1.6.9. Atractivo de alternativas

El concepto de Atractivo de Alternativas (AA) es complejo y tiene varias influencias en el proceso de adopción tecnológica. La investigación de Amoroso y Magnier (2012) señala que las conclusiones sobre los indicadores de atractivo tienen un impacto limitado, sugiriendo que no hay mucho debate en este campo, especialmente en relación con el uso de NFC en pagos móviles, aunque se encontraron hallazgos significativos que afectaron a otras variables. Por otro lado, Au y Zafar (2008) enfatizan que la adopción de pagos móviles está influenciada por la presencia de tecnologías competidoras y el efecto de arrastre dentro de un país determinado. Esto sugiere que el atractivo de las alternativas no solo depende de las influencias sociales, sino también de las actitudes de los usuarios. Además, Cheong et al. (2004) identificaron una correlación negativa entre la intención de uso conductual y el atractivo de las alternativas, lo que indica que la presencia de opciones competidoras puede disminuir la intención de los usuarios de adoptar nuevas tecnologías.

### 1.6.10. Confianza percibida

Es un factor esencial en la adopción de monederos electrónicos por los consumidores, siendo la experiencia del usuario un aspecto crucial. Conforme los usuarios ganan mayor confianza y familiarizados con las transacciones realizadas a través de monederos electrónicos, aumenta la probabilidad de que continúen utilizándolos (Oney et al., 2017).

La confianza percibida es un concepto complejo que abarca diversas dimensiones, tales como el conocimiento, la institución, el cálculo, la cognición y la personalidad, las cuales impactan directamente en la confianza que el usuario tiene hacia un monedero electrónico (Fan et al., 2018).

Según Hoque y Alam (2018) a medida que los consumidores desarrollan confianza en un sistema o proveedor de servicios, tienden a utilizar la aplicación de manera constante para realizar compras, el conocimiento adquirido aumenta el nivel de confianza en la fuente de información, por lo tanto, aprovechar el conocimiento previo del consumidor para generar confianza puede fortalecer su intención de compra.

Se define como la expectativa positiva que un individuo tiene respecto a creer y confiar en las palabras, acciones y decisiones de otros (McAllister, 1995). Según lo explicado por Gefen (2000), la confianza implica la disposición de los usuarios hacia un resultado esperado de la tecnología y su creencia de que el proveedor de servicios cumplirá con sus responsabilidades, la confianza percibida se considera un factor clave que refuerza la relación entre la intención de comportamiento y el uso efectivo de la tecnología (Sabli et al., 2021).

### 1.6.11. Seguridad percibida

Se entiende como la percepción de los consumidores en línea sobre cómo están protegidos frente a los riesgos asociados con la seguridad (Mekovec & Hutinski, 2012). Los pagos realizados mediante métodos digitales, si no cuentan con características de seguridad, pueden permitir el acceso no autorizado a la información personal y ofrecer oportunidades atractivas para que los ciberdelincuentes vulneren los datos (Kaur & Arora, 2020).

Según Vela et al. (2024) la seguridad se refiere a la capacidad de un sitio web para prevenir la divulgación no autorizada de información, lo cual es crucial para fomentar la confianza del consumidor. Salas-Rubio y Almazán (2024) señalan que la seguridad percibida por los usuarios tiene un impacto positivo en la confianza al utilizar el comercio electrónico,

siendo esencial para que los consumidores se sientan protegidos durante las transacciones en línea, además, la decisión de utilizar billeteras electrónicas depende de factores como la facilidad de uso, la seguridad percibida y la experiencia del cliente.

### 1.6.12. Antecedentes Internacionales

Shrestha & Tamang (2023) Financial Inclusion through FinTech Innovation: Predicting User Acceptance of Digital Wallet. THE BATUK: A Peer Reviewed Journal of Interdisciplinary Studies.

El estudio tuvo como objetivo principal la comprensión de los factores que influyen en la adopción de billeteras digitales y analizar su impacto en la inclusión financiera en el Valle de Katmandú, Nepal; para la elaboración de esta investigación se realizó una encuesta, esta fue aplicada a 384 usuarios relacionados con billeteras digitales y se concluyó que la adopción de estas billeteras tiene la capacidad de promover la inclusión financiera al superar barreras como es el acceso limitado a servicios bancarios especialmente entre personas de bajos ingresos. Este estudio es fundamental ya que muestra como la utilidad percibida, el valor del precio y la confianza influyen significativamente en la adopción de billeteras digitales, además los resultados proporcionan información valiosa para el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales orientadas a fomentar su uso.

Alwi et al. (2021) Fintech As Financial Inclusion: Factors Affecting Behavioral Intention To Accept Mobile E-Wallet During Covid-19 Outbreak. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education.

El objetivo general de la investigación fue definir los factores que afectan la intención conductual de implementar billeteras electrónicas móviles después del COVID – 19 en Malasia; para la realización de dicha investigación se elaboró 200 encuestas donde respondieron personas de Malasia, Maldivas, Reino Unido, India, Bangladesh, entre otros y de acuerdo con los resultados la conclusión es que hay un impacto significativo en la intención de uso de las

billeteras electrónicas, destacando la importancia de estos sistemas de pago especialmente tras el brote de COVID – 19. Esta investigación es útil ya que evalúa factores como la utilidad percibida y la pandemia en la aceptación de billeteras electrónicas.

### 1.6.13. Antecedentes Nacionales

Cruz (2024) Adopción de billeteras digitales como determinante de la inclusión financiera en comerciantes ambulantes en Cusco Quipukamayoc.

En la presente investigación el objetivo principal fue medir la influencia de la adopción de billeteras digitales en la inclusión financiera en los comerciantes ambulantes en Cusco; para desarrollarlo se empleó un enfoque cuantitativo con un alcance prospectivo y analítico donde se encuestaron a 242 personas comerciantes ambulantes en Cusco y se llegó a la conclusión que la adopción de billeteras digitales explica la variación en la inclusión financiera ya que con la llegada de la tecnología se puede realizar pagos desde cualquier parte del mundo. Esta investigación resulta ser relevante ya que analiza dos variables fundamentales y resalta la importancia de políticas públicas para poner reducir brechas.

Garcia & Romero (2023) Billetera digital y su impacto en la inclusión financiera de las bodegas de Lima Norte 2023 Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

El propósito clave de la investigación fue identificar el impacto de las billeteras digitales en la inclusión financiera de las bodegas de Lima Norte, para su ejecución se aplicó una encuesta a una muestra piloto de 10 propietarios de bodegas ubicados en los distritos de Lima Norte donde se tuvo como respuesta que las billeteras digitales tienen un impacto positivo en la inclusión financiera de dichas bodegas, por otro lado se identificó la necesidad de mejorar la seguridad para poder reducir la desconfianza en los pagos digitales. Dicha investigación es valiosa ya que los hallazgos entre las variables que se evalúan son útiles para enmarcar en nuestra investigación.

### 1.6.14. Antecedentes Locales

Coyla (2022) Variables Sociodemográficas asociadas a las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores Arequipeños durante la pandemia, 2022 Universidad Católica de Santa María.

El objetivo fundamental de esta investigación fue explorar la relación entre variables sociodemográficas y el uso de billeteras digitales en Arequipa, para su desarrollo se aplicó una ficha de datos sociodemográficos y una escala de actitudes hacia las billeteras digitales a una muestra de 384 personas entre hombres y mujeres y se sacó como conclusión que existe un vínculo entre ciertas variables como (tener un negocio, grado de instrucción y número de aplicaciones en el celular) y el uso de billeteras digitales donde según los resultados Yape y Plin fueron las más usadas. Esta investigación tiene información importante sobre billeteras electrónicas y su relación con algunos factores en Arequipa.

Postigo (2023) Factores que influyen en la satisfacción del cliente del servicio de billetera digital "Yape" mediada por la experiencia con la marca, Arequipa – 2023 Universidad Católica de Santa María.

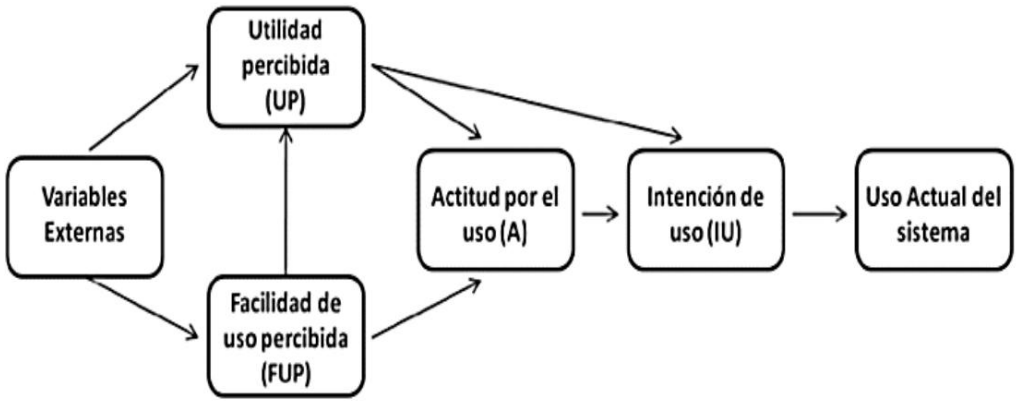
En la investigación el objetivo es analizar los factores que influyen en la satisfacción del cliente del servicio yape como una billetera digital en Arequipa en el 2023 para lo cual se realizó un estudio con una muestra de 183 personas, con una distribución equitativa en cuánto a género y una prevalencia de las generaciones Z, millennials donde se concluyó que los usuarios de la billetera digital Yape están mayormente satisfechos y tienen un apego fuerte con la marca sin embargo, consideran que también deben mejorar. Es una investigación con información relevante ya que se logra analizar la satisfacción del cliente y la experiencia de la marca en Arequipa lo cual nos servirá para tener un contexto local relevante.

## 1.7. Teoría de las variables

### 1.7.1. Modelo de Aceptación de la tecnología (TAM)

Se basa en la Teoría de la Acción razonada donde la utilidad percibida (PU) y la facilidad de uso percibida (PEoU) influyen en la intención de usar una tecnología (Davis, 1989). Estos factores afectan la forma en que el usuario percibe y se dispone a utilizar una tecnología, lo que a su vez influye en su intención de adoptarla y en su uso efectivo, con el paso del tiempo, el modelo TAM ha sido comprobado y aplicado en diversos estudios, destacando por la simplicidad de su estructura, considerada una de sus mayores ventajas (Cataldo, 2015).

**Figura 4**
*Representación Gráfica - TAM*




*Nota.* Adaptado de "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology" por F. Davis, 1989.

Con el fin de ampliar la capacidad explicativa del modelo TAM, Venkatesh y Davis (2000) propusieron una segunda versión, conocida como TAM 2, que incorpora variables adicionales como la influencia social y los procesos cognitivos relacionados con la experiencia del usuario. Más adelante, Venkatesh y Bala (2008) desarrollaron el TAM 3, que introduce nuevos elementos como la confianza y el riesgo percibido, fortaleciendo así la comprensión del comportamiento del usuario ante tecnologías más complejas. Los autores indican que, las adaptaciones realizadas han permitido aplicar el modelo TAM a contextos como los pagos digitales, donde las percepciones sobre la utilidad y la facilidad de uso juegan un papel crucial en la decisión de adopción, dichas tecnologías requieren una valoración específica según el tipo de transacción y la experiencia esperada.

### 1.7.2. La inclusión financiera en América Latina

Según Dabla-Norris et al. (2015) la inclusión financiera en América Latina y el Caribe ha mostrado avances importantes en los últimos años, especialmente en el acceso de las empresas a servicios financieros; sin embargo, el acceso de los hogares aún presenta rezagos significativos, esto se debe a factores como la baja bancarización, la informalidad y el limitado acceso al crédito formal, mejorar la inclusión financiera en la región no solo permite reducir la pobreza y la desigualdad, sino que también impulsa el crecimiento económico, ya que amplía el acceso de los hogares y pequeñas empresas a recursos para invertir, consumir o enfrentar emergencias, además, los autores resaltan que reducir los costos de participación y flexibilizar las condiciones de acceso al crédito puede ser clave para cerrar estas brechas.

### 1.7.3. La inclusión financiera en el Perú

De acuerdo con Toledo y León (2023) en los últimos años, la inclusión financiera en el Perú ha sido reconocida como un instrumento clave para el desarrollo económico y social, ya que permite reducir la pobreza al facilitar el acceso de la población a productos como cuentas bancarias, créditos, seguros y otros servicios financieros, sin embargo, a pesar de los avances, solo el 56 % de los adultos peruanos accede a estos servicios, con una brecha considerable entre zonas urbanas (64 %) y rurales (31 %), esta situación se explica principalmente por los altos costos de infraestructura para atención presencial y la limitada educación financiera de la población, lo cual restringe su uso efectivo.

Toledo y León (2023) indican que, con el fin de revertir las limitaciones estructurales del acceso financiero en el país, el Estado peruano ha implementado políticas específicas como la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), diseñada por la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (CMIF), esta estrategia promueve el acceso y uso responsable de servicios financieros confiables, eficientes e innovadores, adaptados a las necesidades de diversos sectores de la población, esta política se estructura en torno a tres dimensiones: acceso,

uso y calidad, e incluye líneas de acción como el fomento del ahorro, el crédito, los seguros, la educación financiera y la protección del consumidor, priorizando a los grupos más vulnerables del país.

### 1.7.4. Características de la Generación Z

La Generación Z, compuesta por individuos nacidos entre 1996 y 2010, ha crecido en un entorno altamente digitalizado, lo que ha moldeado sus comportamientos, valores y preferencias tecnológicas; esta generación se caracteriza por su mentalidad práctica, su elevado nivel de optimismo respecto al futuro y su fuerte familiaridad con el uso de herramientas digitales en su vida cotidiana (Hinduan, 2020). También son conocidos como la "net generation" debido a su conexión constante con la tecnología desde edades tempranas, además, su inclinación por soluciones simples y eficaces se refleja en su preferencia por aplicaciones como las billeteras electrónicas, que les permiten realizar transacciones financieras de manera rápida, segura y conveniente; estas características hacen de la Generación Z un grupo especialmente receptivo a la adopción de tecnologías financieras como el e-wallet (The Jakarta Post, 2019).

### 1.7.5. Características de los Baby Boomers

Conforme indican Syukurlowen et al., (2024) la generación Baby Boomer, comprendida por personas nacidas entre 1946 y 1964, presenta una marcada resistencia al cambio, especialmente en lo que respecta a la adopción de nuevas tecnologías como los sistemas de pago electrónicos; esta generación suele preferir métodos tradicionales, como el uso de dinero en efectivo, debido a factores como la falta de familiaridad con la tecnología, el limitado conocimiento digital, la comodidad con los sistemas previos y el temor a posibles riesgos tecnológicos. Según los autores los datos recientes, solo el 68% de los Baby Boomers poseen un teléfono móvil, el 52% tienen una computadora y apenas el 59% utilizan redes sociales, lo que evidencia su escasa integración en el entorno digital actual; estos indicadores resaltan la

importancia de diseñar soluciones tecnológicas accesibles y seguras para fomentar su inclusión en la economía digital.

### 1.7.6. Factores que afecten la adopción de billeteras electrónicas

La expansión de las billeteras electrónicas durante la pandemia de Covid-19 fue impulsada por la necesidad de reducir el contacto físico y facilitar transacciones más ágiles, tanto en línea como en tiendas físicas. No obstante, esta adopción acelerada no se distribuyó de manera uniforme entre todos los grupos sociales y sectores económicos. Esta diferencia en los niveles de uso evidencia la existencia de barreras que limitan su adopción en ciertos contextos. Entre estas, se destacan la falta de acceso a tecnología, la desconfianza en los sistemas digitales, y una limitada educación financiera en algunas poblaciones (Estrada et al., 2025).

Por otro lado, Karsim et al., (2024) nos dice que el desconocimiento sobre el uso adecuado de las billeteras digitales es otro factor determinante en su adopción, los riesgos percibidos, como la pérdida de datos, pueden reducirse significativamente mediante una adecuada formación del usuario; en la práctica, muchas personas no conocen las funciones básicas ni las medidas de seguridad necesarias, lo que genera inseguridad y desconfianza, por ello, la educación digital no solo fomenta un uso más informado, sino que también fortalece la confianza en estas plataformas.

#### 1.7.6.1. Percepción de seguridad y confianza del usuario

Uno de los factores determinantes para la adopción de plataformas digitales por parte de los usuarios es la percepción de seguridad, entendida como la capacidad del sistema para proteger la información financiera y personal durante las transacciones. Como lo explican Salas et al., (2024) esta percepción se convierte en la base sobre la cual los consumidores construyen su confianza hacia el canal electrónico. Cuando los usuarios sienten que sus datos están resguardados, desarrollan actitudes más favorables y muestran una mayor disposición a utilizar servicios como las billeteras electrónicas. En este sentido, la seguridad no solo actúa como un

elemento técnico, sino también psicológico, ya que reduce la incertidumbre y fortalece la intención de uso. La evidencia basada en observaciones ha demostrado que implementar mecanismos confiables de autenticación y protección de datos influye significativamente en la aceptación del comercio electrónico, especialmente en economías emergentes donde la desconfianza digital sigue siendo una barrera relevante.

### 1.7.7. Factores que afectan la inclusión financiera

La inclusión financiera en el Perú se encuentra condicionada por diversos factores socioeconómicos que dificultan el acceso de ciertos grupos al sistema financiero formal, entre los más relevantes destacan la residencia en zonas rurales, el nivel educativo, el género y el ingreso del hogar, estas condiciones influyen de forma significativa en la probabilidad de que una persona esté bancarizada, por ejemplo, vivir en una zona rural reduce en promedio un 3% la posibilidad de acceder a servicios financieros formales, mientras que saber leer y escribir incrementa dicha probabilidad en un porcentaje similar, además, las personas con menos recursos enfrentan barreras adicionales como la falta de documentación o la limitada cercanía a entidades financieras, factores que afectan principalmente a poblaciones vulnerables como mujeres, jóvenes y quienes viven en zonas alejadas (Cámara et al. 2013).

Según Cruz (2024), uno de los principales factores que también afectan la inclusión financiera es la necesidad constante de innovación tecnológica en servicios financieros, especialmente en contextos donde el acceso a internet y la infraestructura digital son limitados. Estos desafíos afectan principalmente a sectores de bajos recursos y zonas alejadas de los centros financieros, donde el uso de servicios financieros digitales requiere no solo de acceso tecnológico, sino también de educación financiera para su adopción efectiva. En este sentido, se enfatiza la importancia de políticas públicas que integren la alfabetización financiera y la supervisión regulatoria para promover un uso seguro y eficaz de las billeteras digitales.

## 1.8. Operacionalización de las variables

### 1.8.1. Análisis de Variables

Variable independiente: Adopción de billeteras electrónicas

Variable dependiente: Inclusión Financiera

### 1.8.2. Operacionalización

**Tabla 1**
*Operacionalización de las variables*

| Variables | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|---|
| Inclusión financiera | Facilidad de acceso | Nivel de facilidad percibida para acceder a productos financieros básicos. |
| | | Nivel de facilidad percibida para usar los servicios bancarios disponibles. |
| | | Nivel de facilidad percibida para acceder a crédito sin complicaciones. |
| | Uso | Nivel de frecuencia con la que los usuarios acceden o utilizan servicios bancarios. |
| | | Nivel de uso de aplicaciones móviles o servicios de asesoría financiera. |
| | Disponibilidad | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de productos financieros ofrecidos por entidades públicas. |
| | | Nivel de facilidad percibida en el proceso de solicitud de crédito. |
| Adopción de billeteras electrónicas | Facilidad percibida de uso | Nivel de facilidad percibida para aprender a usar una billetera electrónica. |
| | | Nivel de facilidad percibida para realizar pagos utilizando una billetera electrónica. |
| | Influencia social | Nivel de acuerdo con la afirmación de que amigos, familiares o colegas han recomendado el uso de billeteras electrónicas. |
| | | Nivel de acuerdo con la percepción de que la mayoría de su entorno social utiliza billeteras electrónicas. |
| | Atractivo de alternativas | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de varias billeteras electrónicas en el mercado. |
| | | Nivel de satisfacción al comparar la billetera electrónica utilizada con otras alternativas. |
| | Confianza percibida | Nivel de confianza percibida en el proceso de compra a través de billeteras electrónicas. |
| | Seguridad percibida | Nivel de confianza percibida en la protección de datos personales al utilizar billeteras electrónicas. |
| | | Nivel de preocupación percibida sobre el riesgo de fraude o robo al utilizar billeteras electrónicas. |

*Nota.* Elaboración propia.

### 1.8.3. Matriz de consistencia

**Tabla 2**
*Matriz de consistencia*

| Problema General | Objetivo General | Hipótesis general | Variables | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|---|---|---|---|
| ¿Cómo varía la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025? | Comparar la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025. | Dado que la adopción de billeteras electrónicas está en aumento entre diferentes generaciones en Arequipa, es probable que exista una relación significativa entre dicha adopción y la mejora en la inclusión financiera. Asimismo, se plantea que esta relación podría presentar variaciones entre la Generación Z y los Baby Boomers durante el año 2025. | Inclusión financiera | Facilidad de acceso | Nivel de facilidad percibida para acceder a productos financieros básicos. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida para usar los servicios bancarios disponibles. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida para acceder a crédito sin complicaciones. |
| **Problemas específicos** | **Objetivos específicos** | | | Uso | Nivel de frecuencia con la que los usuarios acceden o utilizan servicios bancarios. |
| ¿En qué difiere el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025? | Comparar el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025. | | | | Nivel de uso de aplicaciones móviles o servicios de asesoría financiera. |
| | | | | Disponibilidad | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de productos financieros ofrecidos por entidades públicas. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida en el proceso de solicitud de crédito. |
| ¿En qué se diferencia el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en | Comparar el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers | | Adopción de billeteras electrónicas | Facilidad percibida de uso | Nivel de facilidad percibida para aprender a usar una billetera electrónica. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida para realizar pagos utilizando una billetera electrónica. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Arequipa durante el año 2025? | en Arequipa durante el año 2025. | | Influencia social | Nivel de acuerdo con la afirmación de que amigos, familiares o colegas han recomendado el uso de billeteras electrónicas. |
| | | | | Nivel de acuerdo con la percepción de que la mayoría de su entorno social utiliza billeteras electrónicas. |
| ¿Qué dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas están más correlacionadas con la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, y cuáles son las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones? | Comparar las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas que están más correlacionadas con la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, destacando las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones. | | Atractivo de alternativas | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de varias billeteras electrónicas en el mercado. |
| | | | | Nivel de satisfacción al comparar la billetera electrónica utilizada con otras alternativas. |
| | | | Confianza percibida | Nivel de confianza percibida en el proceso de compra a través de billeteras electrónicas. |
| | | | Seguridad percibida | Nivel de confianza percibida en la protección de datos personales al utilizar billeteras electrónicas. |
| | | | | Nivel de preocupación percibida sobre el riesgo de fraude o robo al utilizar billeteras electrónicas. |

*Nota.* Elaboración propia basada en la investigación.

## 1.9. Hipótesis

### 1.9.1. Hipótesis general

Dado que la adopción de billeteras electrónicas está en aumento entre diferentes generaciones en Arequipa, es probable que exista una relación significativa entre dicha adopción y la mejora en la inclusión financiera. Asimismo, se plantea que esta relación podría presentar variaciones entre la Generación Z y los Baby Boomers durante el año 2025.

### 1.9.2. Hipótesis especificas

Dado que existen diferencias en el acceso, familiaridad y uso de tecnologías digitales entre generaciones, es probable que exista una diferencia significativa en el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025.

Dado que la experiencia en el uso de servicios financieros y el acceso al sistema financiero varían según la generación, es probable que exista una diferencia significativa en el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025.

Dado que los factores que influyen en la adopción de tecnologías financieras difieren según las características generacionales, es probable que las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas presenten diferentes niveles de correlación con la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025.

# CAPÍTULO II

## 2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

### 2.1. Tipo de problema

El presente estudio se aborda desde un enfoque cuantitativo, dado que se analizarán datos numéricos obtenidos a través de encuestas para determinar la relación entre la adopción de billeteras digitales y la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa.

Este enfoque permitirá medir y cuantificar las variables en estudio, facilitando el análisis estadístico y la obtención de resultados objetivos. El alcance es de tipo descriptivo-correlacional, puesto que, además de buscar la asociación entre la adopción de billeteras digitales y la inclusión financiera, se describirán las características y el nivel de adopción de billeteras electrónicas, así como el grado de inclusión financiera en cada grupo generacional en Arequipa.

En cuanto al diseño, la investigación es no experimental, ya que no se manipularán las variables. Se observará y analizará la realidad tal como se presenta, sin intervención del investigador. Esto permitirá obtener una visión natural y auténtica del fenómeno estudiado.

La temporalidad del estudio es transversal, dado que los datos se recolectarán en un momento específico, durante el año 2025. Esto proporcionará una visión sincrónica de la relación entre las variables en el contexto actual de Arequipa.

### 2.2. Campo, Área y Línea

Campo: Ciencias Económicas Administrativas

Área: Ingeniería Comercial

Línea: Finanzas y proyectos

### 2.3. Delimitación geográfica y temporal

#### 2.3.1. Ámbito

El ámbito de la investigación se llevará a cabo en la ciudad de Arequipa debido a la creciente digitalización y un acceso cada vez más amplio a servicios financieros, lo cual la convierte en un escenario adecuado para estudiar fenómenos como la inclusión financiera y la adopción de billeteras electrónicas. Tendrá un énfasis en las generaciones Z y Baby Boomers, quienes representan segmentos con características contrastantes en cuanto al acceso, uso y percepción de herramientas digitales, como las billeteras electrónicas. Además, el estudio buscará identificar las brechas existentes en cuanto a inclusión financiera entre ambos grupos, considerando factores como la disponibilidad, el uso y la facilidad de acceso a servicios financieros formales.

### 2.3.2. Temporalidad

La recolección de datos se llevará a cabo específicamente en el mes de mayo de 2025. La elección de este periodo responde a la necesidad de obtener información precisa y actualizada sobre el comportamiento de ambos grupos generacionales en un contexto económico y tecnológico en constante evolución. La investigación completa se llevará a cabo desde abril hasta agosto de 2025.

## 2.4. Población y diseño muestral

#### 2.4.1.1. Población

La población estará compuesta por varones y mujeres residentes de la ciudad de Arequipa de la generación Z nacidos entre (1996 - 2012) y la Generación Baby Boomers nacidos entre (1945 - 1965); estos grupos serán seleccionados en función de su uso de billeteras electrónicas. Se garantizará la diversidad en términos de acceso a tecnología, donde se incluirán tanto a aquellos con acceso constante a internet como a los que tienen un acceso limitado. Esta selección permitirá analizar de manera comparativa la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre ambas generaciones. Según el (Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024) la población de la generación Z está compuesta por 203,471 personas,

mientras la generación Baby Boomers esta compuesta por 255,169 personas.

#### 2.4.1.2. Muestra

Según el INEI (2024), la población de la Generación Z en Arequipa es de 203,471 personas, mientras que la población de los Baby Boomers es de 255,169 personas.

El estudio tiene como objetivo comparar la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre ambos grupos generacionales, por lo que se utilizará un muestreo estratificado proporcional para garantizar que ambas generaciones estén adecuadamente representadas en la muestra.

El tamaño total de la muestra se calculará considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Siguiendo el principio del muestreo proporcional, la muestra se dividirá de la siguiente manera:

- Generación Z: 203,471 personas.
- Baby Boomers: 255,169 personas.
- Población total combinada: 458,640 personas.

Iniciamos hallando la muestra general:

$$n = \frac{N * Z_\alpha^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z_\alpha^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la población o universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

De modo que:

$$n = \frac{458\,640 * 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{0{,}05^2 * (458\,640 - 1) + 1{,}96 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = 384$$

Cálculos Proporcionales:

Para la Generación Z:

$$n_Z = \frac{203\ 471}{458\ 640} \times 384 = 178\ personas$$

Para los Baby Boomers:

$$n_{BB} = \frac{255169}{458\ 640} \times 384 = 206\ personas$$

El estudio emplea un muestreo no probabilístico por conveniencia con asignación proporcional por estratos, debido a la imposibilidad de acceder a un marco muestral completo de la población de Arequipa. No obstante, se utilizó una asignación proporcional por estratos, considerando como grupos de análisis a la Generación Z y los Baby Boomers, con el fin de garantizar la representatividad relativa de ambos segmentos en la muestra.

## 2.5. Técnicas, instrumentos y fuentes de recolección de datos

En la presente investigación, se utilizará la técnica de encuesta, permitiendo recopilar datos cuantitativos sobre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa. El instrumento principal será un cuestionario estructurado con preguntas cerradas en escala de Likert. Este formato facilitará la obtención de respuestas estandarizadas y medibles, adecuadas para el análisis comparativo entre los grupos generacionales. Las preguntas explorarán hábitos de uso, conocimiento de herramientas digitales y acceso a servicios financieros, mientras que la escala de Likert medirá actitudes y percepciones sobre la utilidad y confianza en las billeteras electrónicas.

### 2.5.1. Estructuras de los Instrumentos

**Sección 1: Preguntas filtro**

Antes de iniciar con el cuestionario, se plantean preguntas filtro con el objetivo de determinar si el encuestado pertenece al público objetivo del estudio, siendo 3 ítems los que

incorporan esta sección.

**Sección 2: Datos demográficos**

Esta sección constará de 5 ítems, incluyendo preguntas relacionadas con edad, género, nivel educativo, distrito y ocupación. Esta sección permitirá segmentar adecuadamente la muestra según el objetivo del estudio comparativo.

**Sección 3: Inclusión financiera**

Esta sección está compuesta por 15 ítems distribuidos en las dimensiones facilidad de acceso, uso y disponibilidad, adaptadas del modelo de Murugesan et al. (2022), quienes desarrollaron y validaron los constructos de inclusión financiera mediante análisis factorial exploratorio (EFA).

En dicho estudio, la adecuación muestral fue confirmada mediante un índice KMO de 0.857 y una prueba de esfericidad de Bartlett significativa ($p < 0.001$), lo que evidenció la pertinencia del análisis factorial. Asimismo, los constructos presentaron valores de confiabilidad adecuados, con coeficientes alfa de Cronbach de 0.984 para facilidad de acceso, 0.968 para uso y 0.924 para disponibilidad, superando el umbral recomendado de 0.70.

Esta sección está compuesta por 15 ítems distribuidos en cuatro dimensiones:

- Facilidad de acceso (5 ítems): Evalúa el acceso percibido a productos y servicios financieros.
- Uso (5 ítems): Mide la frecuencia y medios utilizados para interactuar con servicios financieros.
- Disponibilidad (5 ítems): Evalúa la percepción de disponibilidad de productos financieros públicos.
- Facilidad percibida de uso (3 ítems): Explora la simplicidad en el uso y aprendizaje de servicios financieros.
- Las respuestas serán registradas en una escala de Likert de 1 (totalmente en

desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo).

**Sección 4: Adopción de billeteras electrónicas**

Esta sección consta de ítems organizados en las dimensiones facilidad percibida de uso, influencia social, atractivo de alternativas, confianza percibida y seguridad percibida, adaptadas del modelo propuesto por Belmonte et al. (2024), basado en el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) extendido.

El instrumento fue validado mediante análisis factorial exploratorio (EFA) y modelamiento de ecuaciones estructurales (PLS-SEM), utilizando una muestra de 500 encuestados. La confiabilidad de los constructos fue evaluada mediante el coeficiente alfa de Cronbach, obteniendo valores adecuados en todas las dimensiones: facilidad percibida de uso ($\alpha = 0.892$), influencia social ($\alpha = 0.811$), atractivo de alternativas ($\alpha = 0.890$), confianza percibida ($\alpha = 0.900$) y seguridad percibida ($\alpha = 0.945$).

Asimismo, se evaluó la confiabilidad compuesta (CR), obteniendo valores superiores a 0.70 en todos los constructos (por ejemplo, facilidad percibida de uso CR = 0.882, confianza percibida CR = 0.917 y seguridad percibida CR = 0.976), lo que confirma la consistencia interna del instrumento.

En cuanto a la validez convergente, los valores de varianza extraída promedio (AVE) fueron superiores a 0.50 en todas las dimensiones, tales como facilidad percibida de uso (AVE = 0.972), influencia social (AVE = 0.680), atractivo de alternativas (AVE = 0.850), confianza percibida (AVE = 0.870) y seguridad percibida (AVE = 0.937), cumpliendo con los criterios establecidos en la literatura.

Consta de 15 ítems organizados en cuatro dimensiones clave:

- Facilidad percibida de uso (3 ítems): Analiza cuan sencillo es aprender y utilizar después las billeteras electrónicas.
- Influencia social (3 ítems): Analiza cómo las recomendaciones o preferencias

sociales impactan en la decisión de usar billeteras electrónicas.

- Atractivo de alternativas (3 ítems): Evalúa la percepción de disponibilidad y atractivo frente a otros métodos de pago.
- Confianza percibida (3 ítems): Indaga sobre la confianza del usuario en el proceso de compra utilizando la billetera electrónica.
- Seguridad percibida (3 ítems): Mide la percepción del usuario respecto a la protección de datos y seguridad de las transacciones.

También se utiliza una escala de Likert del 1 al 5.

### 2.5.2. Confiabilidad del instrumento

**Tabla 3**
*Alfa de Cronbach variable inclusión financiera*

| Estadísticas de fiabilidad | |
|---|---|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| .879 | 15 |

Nota. Elaboración propia

**Tabla 4**
*Alfa de Cronbach variable adopción de billeteras electrónicas*

| Estadísticas de fiabilidad | |
|---|---|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| .959 | 15 |

Nota. Elaboración propia

El instrumento de recolección de datos fue sometido a un proceso de validación de contenido mediante juicio de expertos, con la finalidad de evaluar la pertinencia, claridad y coherencia de los ítems en relación con las variables de estudio.

Posteriormente, se realizó la validación de confiabilidad a través del coeficiente alfa de Cronbach, utilizando el software estadístico SPSS, con el objetivo de medir la consistencia interna del instrumento.

Los resultados en las tablas 17 y 18 evidencian un alto nivel de confiabilidad, obteniéndose un alfa de Cronbach de 0.879 para la variable inclusión financiera y 0.959 para la

variable adopción de billeteras electrónicas. De acuerdo con los criterios establecidos en la literatura, valores superiores a 0.70 indican una adecuada consistencia interna, por lo que se concluye que el instrumento es confiable para su aplicación.

### 2.6. Estrategia de recolección de datos

La recolección de datos para esta investigación se realizará mediante encuestas estructuradas, aplicadas virtualmente a través de Google Forms a participantes de la Generación Z y Baby Boomers en Arequipa. Los enlaces a las encuestas serán distribuidos mediante redes sociales y correo electrónico. Finalmente, las respuestas obtenidas serán codificadas en Microsoft Excel.

Una vez que los datos estén ordenados y codificados en Microsoft Excel, se importarán al programa SPSS para llevar a cabo un análisis exhaustivo. Inicialmente, se realizará un análisis descriptivo detallado, que incluirá la generación de tablas de frecuencia, gráficos de barras y gráficos circulares, con el objetivo de obtener una visión clara de la distribución y las características de las variables en estudio. Posteriormente, se evaluará la normalidad de los datos mediante pruebas estadísticas específicas para determinar la pertinencia de aplicar la correlación de Pearson o Spearman. La elección entre estas dos pruebas de correlación se basará en los resultados de la prueba de normalidad, asegurando así la validez del análisis. Finalmente, los resultados de la correlación seleccionada se utilizarán para dar respuesta a la hipótesis planteada, proporcionando una base sólida para las conclusiones del estudio.

# CAPÍTULO III

## 3. RESULTADOS

### 3.1. Panorama general de los grupos generacionales

Antes de presentar los resultados obtenidos, es importante contextualizar las características de los grupos generacionales analizados en el presente estudio, debido a que la edad y la experiencia tecnológica influyen directamente en el comportamiento financiero y en la adopción de herramientas digitales.

La Generación Z, conformada por individuos nacidos aproximadamente entre 1996 y 2012, se caracteriza por haber crecido en un entorno altamente digitalizado, lo que les otorga una mayor familiaridad con el uso de dispositivos móviles, aplicaciones y plataformas digitales. Esta generación presenta una fuerte orientación hacia la inmediatez, la autonomía en la toma de decisiones y una mayor predisposición al uso de soluciones tecnológicas en su vida cotidiana, incluyendo servicios financieros digitales.

Por otro lado, los Baby Boomers, nacidos entre 1945 y 1965, han desarrollado su experiencia en un contexto predominantemente analógico, por lo que su adopción de tecnologías digitales suele ser más gradual. Este grupo se caracteriza por otorgar mayor importancia a la confianza, la seguridad y la experiencia previa en el sistema financiero, lo que influye en su comportamiento frente a herramientas digitales como las billeteras electrónicas.

En este sentido, diversos estudios han señalado que las diferencias generacionales influyen significativamente en la adopción de tecnologías financieras, siendo los jóvenes más propensos al uso de soluciones digitales, mientras que los adultos mayores priorizan factores como la seguridad y la confianza en su utilización (Hinduan, 2020; Alwi et al., 2021).

En consecuencia, analizar la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera desde una perspectiva generacional permite comprender las diferencias en los patrones de comportamiento y acceso al sistema financiero entre ambos grupos.

## 3.2. Análisis e interpretación de resultados

### 3.2.1. Datos de control

**Tabla 5**
*Preguntas filtro*

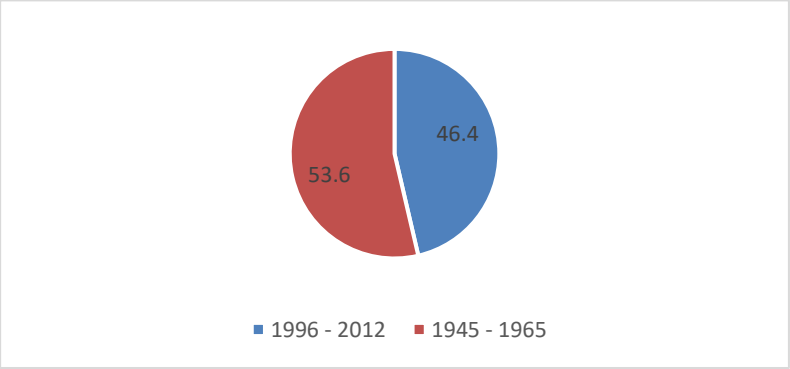
| Ítem | Pregunta | Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|---|---|
| 1 | ¿Has escuchado hablar de las "billeteras electrónicas" o "billeteras digitales" (Yape, Plin, BIM, etc.)? | Sí | 384 | 100.0% |
| 2 | ¿Has accedido o intentado acceder a algún servicio bancario en los últimos 2 años? | Sí | 384 | 100.0% |
| 3 | ¿Vives actualmente en Arequipa? | Sí | 384 | 100.0% |

*Nota.* Elaboración propia

Los resultados presentados en la Tabla 3 evidencian que el 100 % de los encuestados ha escuchado hablar de las billeteras electrónicas o digitales, así como ha accedido o intentado acceder a algún servicio bancario en los últimos dos años y reside en Arequipa. Esto refleja que la totalidad de la muestra cuenta con un nivel básico de familiaridad tanto con herramientas de pago digitales como el sistema financiero formal, condición necesaria para analizar la adopción de billeteras electrónicas y su relación con la inclusión financiera.

Asimismo, estos resultados confirman que la muestra seleccionada es adecuada, ya que todos los participantes presentan experiencia previa o contacto con servicios financieros, lo que permite que las respuestas posteriores se basen en conocimiento y experiencia real, y no en desconocimiento del fenómeno estudiado.

**Figura 5**
*Generación de los encuestados*

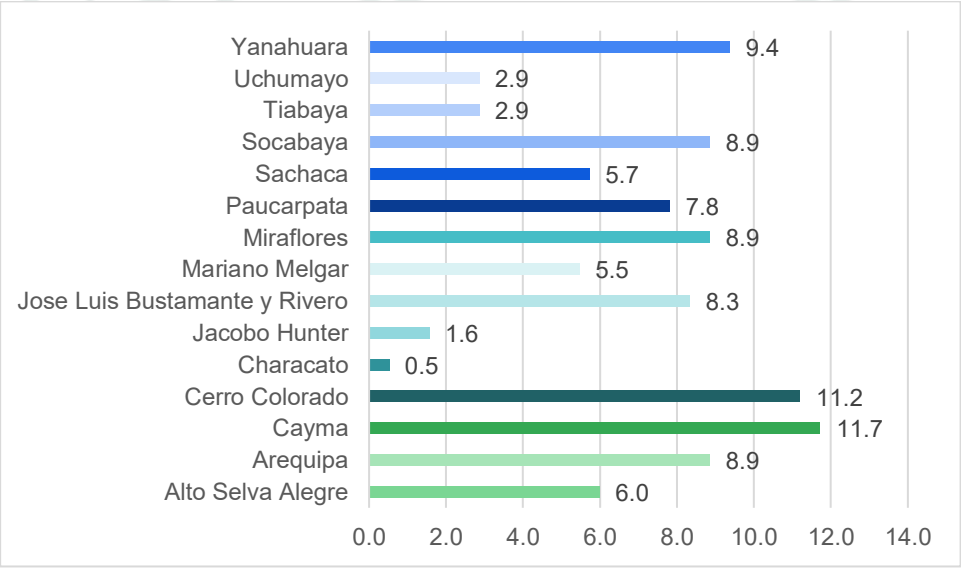



*Nota.* Elaboración propia

La Figura 5 presenta la distribución de los encuestados según su año de nacimiento, diferenciando a la Generación Z (1996–2012) y los Baby Boomers (1945–1965). Del total de la muestra (N = 384), el 46,4 % corresponde a la Generación Z (178 encuestados), mientras que el 53,6 % pertenece a los Baby Boomers (206 encuestados).

Esta distribución responde a un cálculo proporcional de la muestra, basado en el peso poblacional de cada generación en el ámbito de estudio, lo que garantiza una representación equilibrada y estadísticamente adecuada para realizar el análisis comparativo de la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre ambos grupos generacionales.

**Figura 6**
*Distrito de residencia*




*Nota.* Elaboración propia

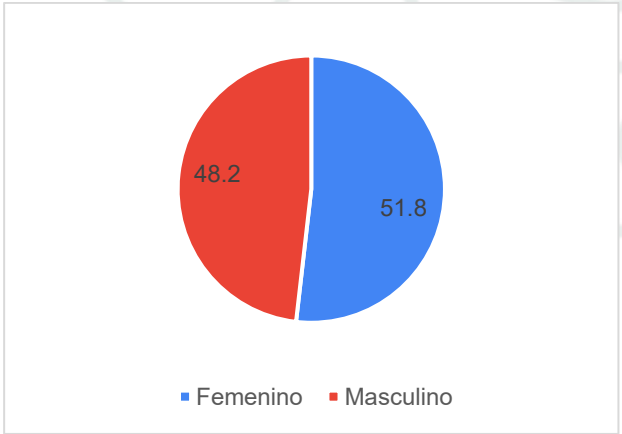
La Figura 6 presenta la distribución de los encuestados según su distrito de residencia en la ciudad de Arequipa, evidenciando que la muestra se encuentra geográficamente diversificada, abarcando los principales distritos urbanos y periurbanos del ámbito de estudio, lo que contribuye a una mayor representatividad territorial.

Los distritos con mayor participación son Yanahuara (9,4 %), Cayma (11,7 %) y Cerro Colorado (11,2 %), seguidos por Arequipa, Miraflores y Socabaya (8,9 % cada uno). Esta distribución muestra una mayor concentración de encuestados en distritos con mayor actividad comercial y financiera, donde el uso de servicios bancarios y medios de pago digitales es más frecuente.

Por otro lado, distritos con menor representación, como Characato (0,5 %) y Jacobo Hunter (1,6 %), mantienen una participación limitada dentro de la muestra, lo cual se relaciona con su menor densidad poblacional y nivel de desarrollo urbano en comparación con otros distritos de Arequipa.

En conjunto, la distribución distrital de los encuestados fortalece el análisis comparativo sobre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera, ya que incorpora diversos contextos territoriales que pueden influir en el acceso, uso y familiaridad con los servicios financieros digitales.

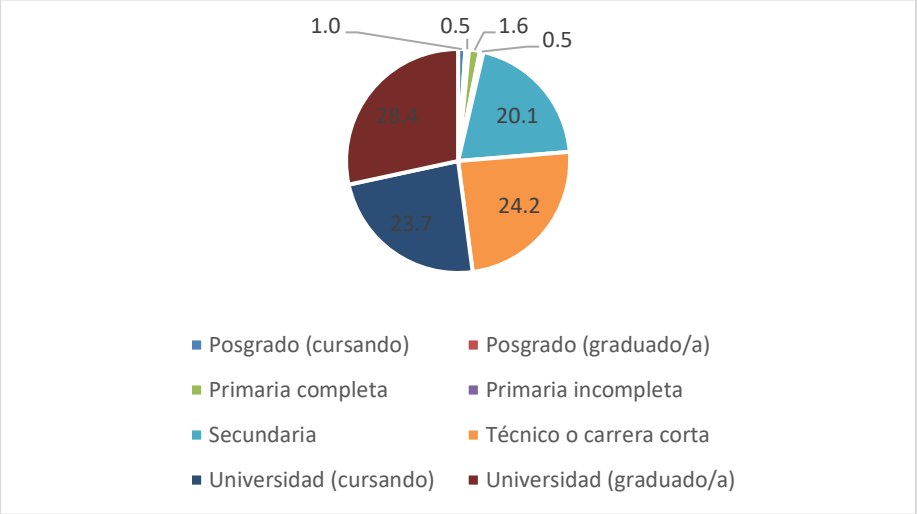
**Figura 7**
Género




*Nota.* Elaboración propia

La Figura 7 presenta la distribución de los encuestados según género, mostrando una composición equilibrada de la muestra. Del total de participantes, el 51,8 % corresponde al género femenino y el 48,2 % al género masculino, lo que permite realizar el análisis de la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera sin una sobrerrepresentación significativa de alguno de los géneros.

**Figura 8**
*Nivel educativo*




*Nota.* Elaboración propia

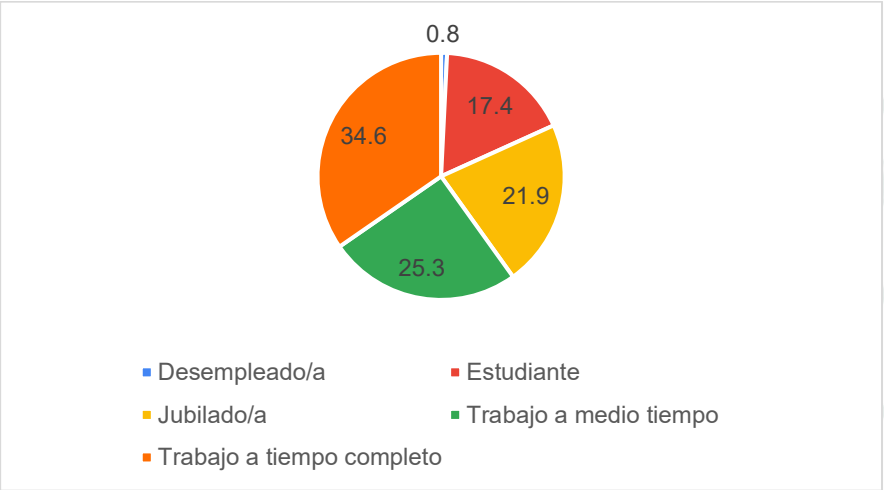
La Figura 8 muestra el nivel educativo de los encuestados, observándose que la mayoría cuenta con educación secundaria completa o superior. En particular, el 28,4 % posee estudios universitarios culminados, seguido por quienes cuentan con formación técnica o carrera corta (24,2 %) y universidad en curso (23,7 %). En conjunto, estos niveles representan una proporción significativa de la muestra.

Los niveles educativos más bajos (primaria completa e incompleta) presentan una participación reducida, lo que indica que la muestra está conformada mayoritariamente por personas con mayor capital educativo, condición que puede influir positivamente en la comprensión, uso y adopción de tecnologías financieras digitales.

En este contexto, la distribución del nivel educativo resulta relevante para el estudio, ya que permite analizar la adopción de billeteras electrónicas y su relación con la inclusión

financiera considerando un perfil educativo diverso, pero predominantemente orientado hacia niveles medios y superiores.

**Figura 9**
*Situación laboral actual*



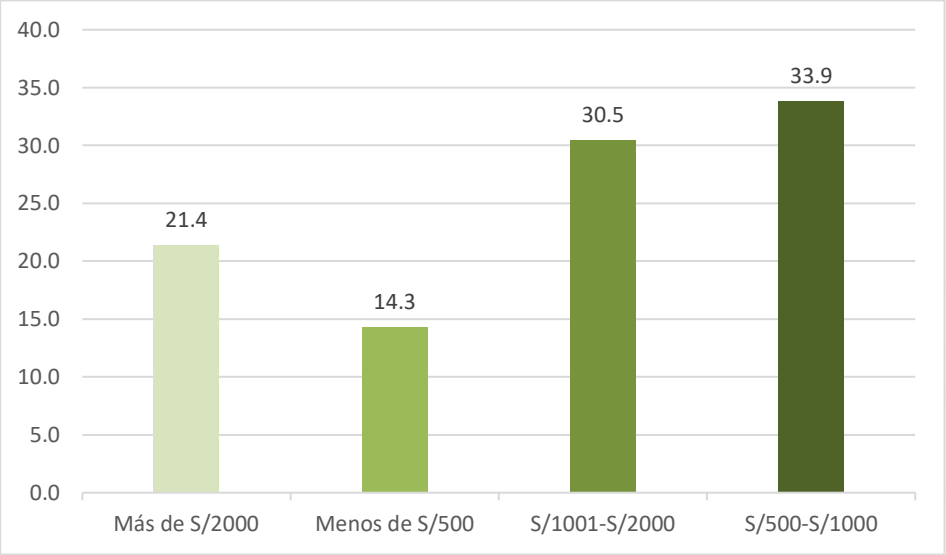

*Nota.* Elaboración propia

La Figura 9 presenta la distribución de los encuestados según su situación laboral actual. Los resultados evidencian que la mayoría de los participantes se encuentra económicamente activa, destacando aquellos con trabajo a tiempo completo (34,6 %) y trabajo a medio tiempo (25,3 %). Asimismo, el 21,9 % corresponde a personas jubiladas, lo cual es coeherente con la inclusión de los Baby Boomers en la muestra.

Por otro lado, el 17,4 % de los encuestados son estudiantes, porcentaje que se asocia principalmente con la Generación Z, mientras que la proporción de personas desempleadas es mínima (0,8 %). Esta distribución refleja una diversidad de situaciones laborales, relevante para analizar cómo el acceso a ingresos y la condición laboral pueden influir en la adopción de billeteras electrónicas y en los niveles de inclusión financiera.

**Figura 10**

*Ingreso promedio mensual*

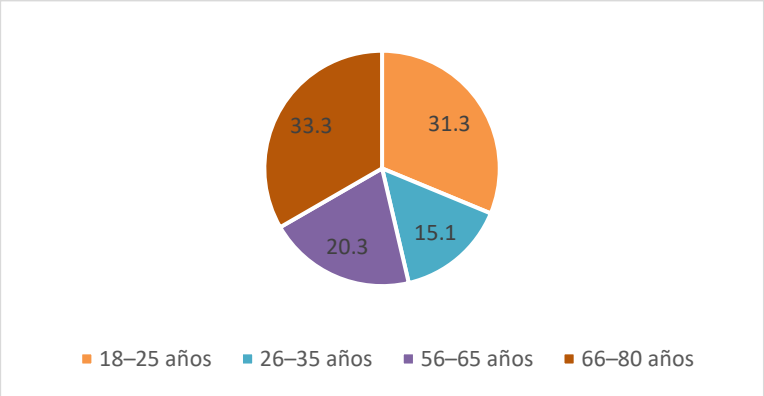



*Nota.* Elaboración propia

La Figura 10 muestra la distribución de los encuestados según su ingreso promedio mensual. Los resultados muestran que la mayor proporción de participantes percibe ingresos entre S/500 y S/1000 (33,9 %), seguida por el rango de S/1001 a S/2000 (30,5 %). En conjunto, estos dos rangos concentran más del 60 % de la muestra, lo que refleja un perfil de ingresos medios.

Asimismo, el 21,4 % de los encuestados percibe ingresos superiores a S/2000, mientras que el 14,3 % registra ingresos menores a S/500. Esta distribución resulta relevante para el estudio, ya que permite analizar la adopción de billeteras electrónicas en distintos niveles de ingreso, considerando que los medios de pago digitales pueden facilitar la inclusión financiera, especialmente en segmentos con ingresos bajos y medios.

**Figura 11**
*Edad*




*Nota.* Elaboración propia

La Figura 11 presenta la distribución de los encuestados según rangos de edad. Se observa que el 33,3 % de la muestra corresponde al grupo de 66 a 80 años, seguido por el grupo de 18 a 25 años (31,3 %), lo que evidencia una participación relevante de los extremos etarios considerados en el estudio.

Asimismo, los rangos de 26 a 35 años (15,1 %) y 56 a 65 años (20,3 %) completan la distribución etaria, reflejando la inclusión de participantes en distintas etapas del ciclo de vida. Esta composición etaria es coherente con el diseño muestral comparativo, orientado a analizar las diferencias entre la Generación Z y los Baby Boomers.

La distribución de edades respalda la validez del análisis intergeneracional, al contar con una presencia significativa de jóvenes y adultos mayores, grupos que presentan patrones diferenciados en el uso de tecnologías digitales y servicios financieros, lo cual resulta clave para evaluar la adopción de billeteras electrónicas y su relación con la inclusión financiera.

### 3.2.2. Resultados descriptivos

**Figura 12**

*Nube de palabras - ¿Qué entienden los encuestados por billeteras digitales?*




*Nota.* Elaboración propia

La Figura 12 presenta la nube de palabras elaborada a partir de las respuestas abiertas de los encuestados respecto a lo que entienden por billeteras digitales. Las palabras con mayor frecuencia reflejan que los participantes asocian este concepto principalmente con aplicaciones móviles orientadas al envío, recepción y transferencia de dinero, así como al pago de bienes y servicios desde el celular.

Asimismo, la presencia recurrente de términos vinculados al uso del celular, la eliminación del efectivo y la referencia a aplicaciones específicas como Yape evidencia una comprensión funcional y práctica de las billeteras digitales, más que una definición técnica o normativa. Esto sugiere que, desde la percepción de los encuestados, las billeteras digitales son entendidas como herramientas cotidianas de pago y gestión del dinero, integradas al uso diario del teléfono móvil.

En conjunto, la nube de palabras muestra que los encuestados poseen un nivel adecuado de familiaridad conceptual con las billeteras digitales, lo cual resulta coherente con el alto nivel

de conocimiento previo identificado en las preguntas filtro y refuerza la pertinencia de analizar su adopción y relación con la inclusión financiera en el contexto del estudio.

**Tabla 6**

*Respuestas por ítems de Inclusión Financiera*

| | Totalmente en desacuerdo | | En desacuerdo | | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | | De acuerdo | | Totalmente de acuerdo | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *f* | % | *f* | % | *f* | % | *f* | % | *f* | % |
| Facilidad de acceso | | | | | | | | | | |
| 1. Es fácil acceder a préstamos bancarios mediante programas de inclusión financiera | 11 | 2.9% | 69 | 18.0% | 165 | 43.0% | 113 | 29.4% | 26 | 6.8% |
| 2. Abrir una cuenta en el banco es sencillo cuando me apoyan con algún programa del gobierno u otra institución | 3 | 0.8% | 18 | 4.7% | 127 | 33.1% | 200 | 52.1% | 36 | 9.4% |
| 3. Usar el banco (como sacar dinero o hacer pagos) me resulta fácil cuando me ayudan o me explican bien | 0 | 0.0% | 12 | 3.1% | 66 | 17.2% | 238 | 62.0% | 68 | 17.7% |
| 4. Puedo abrir una cuenta sin monto mínimo gracias a programas de inclusión | 9 | 2.3% | 48 | 12.5% | 158 | 41.1% | 151 | 39.3% | 18 | 4.7% |
| 5. La agencia bancaria está ubicada en una zona cercana y de fácil acceso | 0 | 0.0% | 7 | 1.8% | 82 | 21.4% | 232 | 60.4% | 63 | 16.4% |
| Uso | | | | | | | | | | |
| 6. Voy con frecuencia al banco para hacer transferencias, depósitos o retiros | 30 | 7.8% | 79 | 20.6% | 130 | 33.9% | 107 | 27.9% | 38 | 9.9% |
| 7. Uso regularmente mi tarjeta de débito o cajero automático para mis operaciones | 11 | 2.9% | 36 | 9.4% | 99 | 25.8% | 141 | 36.7% | 97 | 25.3% |
| 8. Voy al banco para informarme sobre programas o beneficios financieros del gobierno | 32 | 8.3% | 105 | 27.3% | 163 | 42.4% | 60 | 15.6% | 24 | 6.3% |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 9. Acudo al banco cuando necesito solicitar un préstamo | 20 | 5.2% | 65 | 16.9% | 147 | 38.3% | 115 | 29.9% | 37 | 9.6% |
| 10. Voy al banco con frecuencia para pagar mis préstamos | 55 | 14.3% | 120 | 31.3% | 106 | 27.6% | 67 | 17.4% | 36 | 9.4% |
| Disponibilidad | | | | | | | | | | |
| 11. Los préstamos de programas públicos están disponibles en poco tiempo | 13 | 3.4% | 54 | 14.1% | 218 | 56.8% | 93 | 24.2% | 6 | 1.6% |
| 12. Siempre hay alguien en el banco que me ayuda a llenar formularios o realizar trámites | 2 | 0.5% | 14 | 3.6% | 138 | 35.9% | 197 | 51.3% | 33 | 8.6% |
| 13. El personal bancario me informa sobre nuevos programas o beneficios cuando lo necesito | 2 | 0.5% | 49 | 12.8% | 192 | 50.0% | 119 | 31.0% | 22 | 5.7% |
| 14. Obtener un préstamo con apoyo estatal no requiere trámites muy complicados | 11 | 2.9% | 72 | 18.8% | 219 | 57.0% | 77 | 20.1% | 5 | 1.3% |
| 15. En mi banco hay atención especializada para orientarme sobre préstamos o créditos | 1 | 0.3% | 30 | 7.8% | 167 | 43.5% | 158 | 41.1% | 28 | 7.3% |

*Nota.* Elaboración propia

Dimensión: Facilidad de acceso

Ítem 1. Acceso a préstamos bancarios mediante programas de inclusión financiera

Los resultados evidencian que el 36,2 % de los encuestados se encuentra de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que el 43,0 % adopta una posición neutral. Este panorama refleja una valoración positiva moderada; sin embargo, la elevada proporción de respuestas neutrales indica que una parte significativa de los participantes carece de una experiencia directa o de un conocimiento suficiente sobre dichos programas. si bien existe una percepción positiva moderada sobre el acceso a préstamos, una proporción importante de participantes no tiene una experiencia clara o directa con estos programas. Esta neutralidad podría asociarse a factores como el desconocimiento, la escasa utilización o la presencia de barreras informativas. En este

sentido, el acceso a créditos aún no es percibido como plenamente efectivo por todos los usuarios del sistema financiero.

Ítem 2. Facilidad para abrir una cuenta con apoyo institucional

El 61,5 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que demuestra que el acompañamiento de programas del gobierno u otras instituciones facilita significativamente la apertura de cuentas bancarias. Este resultado sugiere que las políticas de inclusión financiera orientadas a reducir barreras administrativas han tenido un impacto positivo. Sin embargo, la presencia de un 33,1 % neutral indica que no todos los encuestados han requerido o recibido este tipo de apoyo. Aun así, se confirma que el respaldo institucional es un factor clave para promover el acceso al sistema financiero.

Ítem 3. Facilidad de uso del banco con apoyo o explicación

El 79,7 % de los encuestados se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo, reflejando una percepción ampliamente positiva respecto al uso de servicios bancarios cuando existe orientación adecuada. Este resultado destaca la importancia del acompañamiento humano para reducir la complejidad percibida del sistema financiero. La ausencia de respuestas en total desacuerdo refuerza la idea de que la dificultad no radica en el servicio en sí, sino en la falta de información o asistencia. Esto es especialmente relevante para poblaciones con menor familiaridad tecnológica o financiera.

Ítem 4. Apertura de cuentas sin monto mínimo gracias a programas de inclusión

El 44,0 % de los encuestados expresa acuerdo o total acuerdo, mientras que el 41,1 % se mantiene neutral. Estos resultados sugieren que, aunque los programas de inclusión han reducido barreras económicas iniciales, no todos los participantes han experimentado directamente este beneficio. La elevada neutralidad podría indicar desconocimiento sobre esta opción o falta de acceso a dichos programas. En consecuencia, si bien la eliminación del monto mínimo es una estrategia positiva, su alcance aún no es plenamente percibido por la población.

Ítem 5. Cercanía y accesibilidad de la agencia bancaria

El 76,8 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que indica que la ubicación física de las agencias bancarias no representa una barrera significativa para la mayoría. Este resultado sugiere una adecuada cobertura territorial en el área de estudio. Asimismo, la cercanía de las agencias facilita el contacto con el sistema financiero, especialmente para aquellos usuarios que requieren atención presencial. En consecuencia, el acceso geográfico se consolida como un factor que contribuye de manera positiva al fortalecimiento de la inclusión financiera.

Dimensión: Uso

Ítem 6. Frecuencia de visitas al banco para operaciones financieras

El 37,8 % de los encuestados se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que el 33,9 % mantiene una posición neutral. Estos resultados evidencian un nivel de uso moderado de las agencias bancarias, el cual podría estar siendo complementado o parcialmente sustituido por otros canales como aplicaciones móviles o billeteras digitales. La distribución de respuestas sugiere que el banco sigue siendo relevante, pero no necesariamente el principal medio para todas las operaciones. Este comportamiento es coherente con un contexto de transición hacia servicios financieros digitales.

Ítem 7. Uso regular de tarjeta de débito o cajero automático

El 62,0 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, evidenciando una adopción significativa de instrumentos financieros básicos. Este resultado indica un nivel funcional de inclusión financiera, ya que el uso de tarjetas y cajeros constituye una puerta de entrada al sistema financiero formal. La proporción de respuestas neutrales (25,8 %) sugiere que algunos usuarios aún utilizan estos medios de manera ocasional. No obstante, el acceso y uso de estos instrumentos está ampliamente extendido.

Ítem 8. Visitas al banco para informarse sobre programas gubernamentales

Solo el 21,9 % de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que el 42,4 % se mantiene neutral y el 35,6 % en desacuerdo. Esto evidencia una baja interacción informativa con el sistema bancario, lo que puede limitar el aprovechamiento de programas de inclusión financiera. La falta de interés o de difusión efectiva podría estar influyendo en este resultado. En consecuencia, se identifica una oportunidad de mejora en la comunicación entre las entidades financieras y los usuarios.

Ítem 9. Acudir al banco para solicitar préstamos

El 39,5 % de los encuestados manifiesta acuerdo o total acuerdo, lo que indica que una parte relevante de la población sí recurre al sistema bancario para financiamiento. Sin embargo, el 38,3 % se mantiene neutral, lo que sugiere que no todos los encuestados han tenido la necesidad o la intención de solicitar un préstamo. Esto podría estar relacionado con el rechazo al endeudamiento o desconocimiento de las condiciones crediticias. En este sentido, el uso del crédito aún no es generalizado.

Ítem 10. Frecuencia de visitas para pagar préstamos

El 45,6 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, mientras que solo el 26,8 % expresa acuerdo o total acuerdo. Esto indica que una proporción considerable no mantiene préstamos activos o utiliza otros medios de pago distintos a la atención presencial. Este resultado es coherente con la baja frecuencia de solicitud de créditos observada en ítems anteriores. Además, sugiere una posible migración hacia canales digitales para el pago de obligaciones financieras.

Dimensión: Disponibilidad

Ítem 11. Rapidez en la disponibilidad de préstamos públicos

El 56,8 % de los encuestados adopta una posición neutral, mientras que el 25,8 % expresa acuerdo o total acuerdo. Esto evidencia que la rapidez en la entrega de préstamos públicos no es claramente percibida por la mayoría, posiblemente por falta de experiencia

directa. La neutralidad sugiere que estos programas no han sido utilizados de forma generalizada. En consecuencia, la disponibilidad temporal de estos créditos aún no constituye un factor determinante de inclusión financiera.

Ítem 12. Apoyo del personal bancario en trámites

El 59,9 % de los encuestados se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que refleja una percepción positiva del acompañamiento del personal bancario. Este apoyo resulta fundamental para reducir barreras administrativas y cognitivas en el acceso a servicios financieros. La presencia de un 35,9 % neutral indica que no todos los usuarios requieren asistencia constante. Sin embargo, el rol del personal se consolida como un facilitador clave de la inclusión financiera.

Ítem 13. Información brindada sobre programas y beneficios financieros

El 36,7 % de los encuestados expresa acuerdo o total acuerdo, mientras que el 50,0 % se mantiene neutral. Esto sugiere que, aunque la información está disponible, no siempre es percibida como suficiente o proactiva. La alta neutralidad podría indicar que la comunicación se da solo cuando el usuario la solicita. En este sentido, mejorar la difusión de programas financieros podría fortalecer la inclusión financiera.

Ítem 14. Simplicidad de trámites para obtener préstamos con apoyo estatal

Solo el 21,4 % de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que el 57,0 % adopta una posición neutral. Esto indica que los trámites aún son percibidos como poco visibles o moderadamente complejos, incluso cuando existe apoyo estatal. La neutralidad sugiere falta de experiencia directa con estos procesos. Por tanto, la simplificación de trámites continúa siendo un desafío para la inclusión financiera.

Ítem 15. Atención especializada para orientación crediticia

El 48,4 % de los encuestados manifiesta acuerdo o total acuerdo, evidenciando que casi la mitad reconoce la existencia de atención especializada en los bancos. No obstante, el 43,5 %

neutral indica que este servicio no es percibido de forma homogénea. Esto sugiere que la orientación crediticia está disponible, pero no es utilizada o conocida por todos los usuarios. Fortalecer este servicio podría mejorar la toma de decisiones financieras informadas.

**Tabla 7**

*Respuesta por ítems de adopción de billeteras electrónicas*

| | Totalmente en desacuerdo | | En desacuerdo | | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | | De acuerdo | | Totalmente de acuerdo | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | *f* | % | *f* | % | *f* | % | *f* | % | *f* | % |
| Facilidad de uso | | | | | | | | | | |
| 16. Aprender a usar una billetera electrónica es fácil para mí | 28 | 7.3% | 58 | 15.1% | 73 | 19.0% | 65 | 16.9% | 160 | 41.7% |
| 17. No tengo problemas para aprender a aceptar pagos mediante una billetera electrónica en mis transacciones | 30 | 7.8% | 64 | 16.7% | 70 | 18.2% | 79 | 20.6% | 141 | 36.7% |
| 18. No tengo problemas para adaptarme al uso de una billetera electrónica como forma alternativa de pago | 29 | 7.6% | 59 | 15.4% | 69 | 18.0% | 73 | 19.0% | 154 | 40.1% |
| Influencia social | | | | | | | | | | |
| 19. He escuchado de personas en quienes confío que debería probar una billetera electrónica | 12 | 3.1% | 43 | 11.2% | 76 | 19.8% | 156 | 40.6% | 97 | 25.3% |
| 20. Las personas que influyen en mis decisiones creen que debería usar una billetera electrónica | 11 | 2.9% | 59 | 15.4% | 98 | 25.5% | 166 | 43.2% | 50 | 13.0% |
| 21. Las personas cuyas opiniones valoro prefieren que yo use una billetera electrónica | 11 | 2.9% | 57 | 14.8% | 106 | 27.6% | 165 | 43.0% | 45 | 11.7% |
| Atractivo alternativas | | | | | | | | | | |
| 22. Hay otras alternativas excelentes disponibles si necesito cambiar de proveedor de pagos | 0 | 0.0% | 14 | 3.6% | 179 | 46.6% | 183 | 47.7% | 8 | 2.1% |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 23. Hay otras opciones de pago que probablemente me satisfarían igual o más que una billetera electrónica | 0 | 0.0% | 32 | 8.3% | 235 | 61.2% | 113 | 29.4% | 4 | 1.0% |
| 24. No hay muchas opciones de pago alternativas con las que probablemente estaría igual o más satisfecho | 5 | 1.3% | 172 | 44.8% | 195 | 50.8% | 9 | 2.3% | 3 | 0.8% |
| Confianza percibida | | | | | | | | | | |
| 25. Tengo fe en cada persona que participa en el proceso de compra con una billetera electrónica | 15 | 3.9% | 58 | 15.1% | 92 | 24.0% | 165 | 43.0% | 54 | 14.1% |
| 26. Tengo fe en las características de seguridad del proceso de pago con una billetera electrónica | 16 | 4.2% | 62 | 16.1% | 83 | 21.6% | 150 | 39.1% | 73 | 19.0% |
| 27. Tengo fe en el proceso de compra con una billetera electrónica | 17 | 4.4% | 58 | 15.1% | 83 | 21.6% | 159 | 41.4% | 67 | 17.4% |
| Seguridad percibida | | | | | | | | | | |
| 28. Creo que cuando uso una billetera electrónica para pagar, mi información personal está segura | 16 | 4.2% | 59 | 15.4% | 95 | 24.7% | 145 | 37.8% | 69 | 18.0% |
| 29. La seguridad de una billetera electrónica no es algo que me preocupe | 30 | 7.8% | 79 | 20.6% | 128 | 33.3% | 126 | 32.8% | 21 | 5.5% |
| 30. Si uso servicios de billetera electrónica, no me preocupará que alguien robe mi tarjeta u otros datos | 28 | 7.3% | 88 | 22.9% | 130 | 33.9% | 115 | 29.9% | 23 | 6.0% |

*Nota.* Elaboración propia

Dimensión: Facilidad de uso

Ítem 16. Aprender a usar una billetera electrónica es fácil para mí

El 58,6 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo o totalmente de acuerdo, destacando una alta percepción de facilidad de aprendizaje. No obstante, el 22,4 % se muestra

en desacuerdo, lo que evidencia que aún existen dificultades para un segmento de la población. La presencia de un 19,0 % neutral sugiere experiencias heterogéneas según edad o familiaridad tecnológica. En general, el resultado indica que la facilidad de uso es un factor favorable para la adopción.

Ítem 17. Facilidad para aprender a aceptar pagos con billetera electrónica

El 57,3 % de los encuestados expresa acuerdo o total acuerdo, lo que refleja una percepción positiva respecto al uso activo de billeteras electrónicas en transacciones. Sin embargo, el 24,5 % manifiesta desacuerdo, lo que podría asociarse a barreras operativas o falta de capacitación. La neutralidad (18,2 %) sugiere que no todos los participantes han tenido la experiencia de aceptar pagos. Esto indica que, aunque la adopción es favorable, aún existen oportunidades de mejora en el aprendizaje práctico.

Ítem 18. Adaptación al uso de billeteras electrónicas como alternativa de pago

El 59,1 % de los encuestados se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que evidencia una buena disposición para adaptarse a este medio de pago. No obstante, el 23,0 % expresa desacuerdo, reflejando resistencia al cambio en una parte de la población. El 18,0 % neutral sugiere un proceso de adopción gradual. En conjunto, el resultado indica que la adaptación es mayoritaria, pero no homogénea entre los usuarios.

Dimensión: Influencia social

Ítem 19. Recomendaciones de personas de confianza

El 65,9 % de los encuestados manifiesta acuerdo o total acuerdo, evidenciando que la recomendación de personas cercanas influye significativamente en la adopción de billeteras electrónicas. Este resultado confirma el peso de la influencia social en decisiones tecnológicas. La baja proporción de desacuerdo (14,3 %) refuerza esta tendencia. En este sentido, el entorno social actúa como un facilitador del uso de billeteras electrónicas.

Ítem 20. Influencia de personas relevantes en la decisión de uso

El 56,2 % de los encuestados se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo, indicando que las opiniones de personas influyentes condicionan positivamente la intención de uso. No obstante, el 25,5 % neutral sugiere que algunos participantes toman decisiones de manera más independiente. El desacuerdo (18,3 %) refleja que la influencia social no afecta por igual a todos. Aun así, se confirma su rol relevante en la adopción.

Ítem 21. Preferencia social por el uso de billeteras electrónicas

El 54,7 % de los encuestados manifiesta estar de acuerdo o total acuerdo, lo que evidencia que el uso de billeteras electrónicas es percibido como socialmente valorado o esperado dentro de su entorno. La neutralidad (27,6 %) sugiere que dicha preferencia social no se manifiesta de manera explícita o uniforme para todos los participantes. El bajo desacuerdo refuerza la aceptación social del medio. En conjunto, los resultados indican que la influencia o presión social actúa como un estímulo moderado para la adopción de billeteras electrónicas.

Dimensión: Atractivo de alternativas

Ítem 22. Existencia de alternativas atractivas de pago

El 49,8 % de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que el 46,6 % se mantiene neutral. Esto indica que los usuarios reconocen la existencia de múltiples opciones de pago, aunque no necesariamente las comparan activamente. La casi ausencia de desacuerdo sugiere que el mercado es percibido como diverso. Este resultado refleja un entorno competitivo para las billeteras electrónicas.

Ítem 23. Otras opciones de pago igual o más satisfactorias

El 30,4 % de los encuestados se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo, mientras que el 61,2 % adopta una posición neutral. Esto sugiere que muchos usuarios no han evaluado comparativamente otras alternativas, o no perciben diferencias claras. La baja proporción de desacuerdo indica que la billetera electrónica no es vista como la única opción viable. En conjunto, la satisfacción comparativa aún no está claramente definida.

Ítem 24. Escasez de alternativas de pago satisfactorias

El 46,1 % de los encuestados se encuentra en desacuerdo o totalmente en desacuerdo, lo que indica que sí perciben la existencia de alternativas viables. La elevada neutralidad (50,8 %) sugiere falta de definición o falta de análisis profundo de opciones. El bajo nivel de acuerdo confirma que las billeteras electrónicas no operan en un contexto de exclusividad. Esto refuerza la idea de competencia entre medios de pago.

Dimensión: Confianza percibida

Ítem 25. Confianza en las personas involucradas en el proceso de pago

El 57,1 % de los encuestados expresa acuerdo o total acuerdo, reflejando una confianza moderadamente alta en el entorno transaccional. Sin embargo, el 19,0 % en desacuerdo indica que persisten dudas en algunos usuarios. La neutralidad (24,0 %) sugiere experiencias diversas. En general, la confianza interpersonal favorece la adopción, aunque no es absoluta.

Ítem 26. Confianza en las características de seguridad

El 58,1 % se muestra de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que evidencia una percepción positiva de la seguridad tecnológica de las billeteras electrónicas. No obstante, el 20,3 % en desacuerdo revela preocupaciones persistentes sobre seguridad digital. La neutralidad indica que no todos los usuarios comprenden plenamente los mecanismos de protección. Aun así, la confianza tecnológica es mayoritaria.

Ítem 27. Confianza en el proceso de compra

El 58,8 % de los encuestados manifiesta acuerdo o total acuerdo, reflejando una aceptación general del proceso de pago digital. El desacuerdo (19,5 %) sugiere que una parte de los usuarios aún percibe riesgos. La neutralidad (21,6 %) indica experiencias limitadas o recientes. En conjunto, la confianza en el proceso favorece la continuidad de uso.

Dimensión: Seguridad percibida

Ítem 28. Seguridad de la información personal

El 55,8 % de los encuestados está de acuerdo o totalmente de acuerdo, lo que evidencia una percepción positiva sobre la protección de datos personales. Sin embargo, el 19,6 % en desacuerdo revela preocupaciones sobre privacidad. La neutralidad (24,7 %) sugiere incertidumbre por parte de los usuarios. La seguridad percibida es adecuada, pero aún susceptible de fortalecerse.

Ítem 29. Preocupación por la seguridad

El 38,3 % expresa acuerdo o total acuerdo, mientras que el 28,4 % se muestra en desacuerdo. Esto indica una división de percepciones respecto a la seguridad, con una proporción relevante que aún presenta inquietudes. La neutralidad (33,3 %) sugiere indecisión o falta de información. En consecuencia, la seguridad sigue siendo un factor crítico en la adopción.

Ítem 30. Riesgo de robo de tarjeta o datos

El 35,9 % de los encuestados manifiesta acuerdo o total acuerdo, frente a un 30,2 % en desacuerdo. Esto refleja percepciones mixtas sobre los riesgos asociados al uso de billeteras electrónicas. La neutralidad (33,9 %) evidencia incertidumbre en una parte significativa de la muestra. Este resultado confirma que la seguridad percibida es un elemento determinante, pero aún no completamente consolidado.

## 3.3. Confirmación o rechazo de hipótesis

### 3.3.1. Prueba de normalidad

**Tabla 8**
*Prueba de normalidad*

| | Kolmogorov-Smirnov[a] | | |
|---|---|---|---|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Facilidad de acceso | 0.124 | 384 | 0.000 |
| Uso | 0.097 | 384 | 0.000 |
| Disponibilidad | 0.140 | 384 | 0.000 |
| Facilidad de uso | 0.187 | 384 | 0.000 |
| Influencia social | 0.172 | 384 | 0.000 |
| Atractivo alternativas | 0.220 | 384 | 0.000 |
| Confianza percibida | 0.200 | 384 | 0.000 |
| Seguridad percibida | 0.110 | 384 | 0.000 |
| Inclusión Financiera | 0.067 | 384 | 0.000 |
| Adopción de billeteras electrónicas | 0.125 | 384 | 0.000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 8 presenta los resultados de la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov con corrección de significación de Lilliefors, aplicada a las dimensiones de inclusión financiera, adopción de billeteras electrónicas y sus respectivos componentes. En todos los casos, los valores de significancia obtenidos son menores a 0,05 (Sig. = 0,000), lo que indica que las variables no siguen una distribución normal.

Específicamente, las dimensiones de inclusión financiera (facilidad de acceso, uso y disponibilidad) y de adopción de billeteras electrónicas (facilidad de uso, influencia social, atractivo de alternativas, confianza percibida y seguridad percibida) presentan estadísticos de Kolmogorov-Smirnov que confirman la no normalidad de los datos, pese al tamaño muestral elevado (N = 384).

Estos resultados son consistentes con investigaciones en ciencias sociales que emplean escalas tipo Likert, donde las respuestas tienden a concentrarse en determinadas categorías y no se distribuyen de forma continua. En consecuencia, se justifica el uso de pruebas estadísticas no paramétricas para el análisis inferencial, tales como el coeficiente Rho de Spearman para analizar la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera.

### 3.3.2. Respuesta al objetivo específico 1

**Tabla 9**

*U de Mann-Whitney Adopción de billeteras electrónicas entre Generaciones*

| | |
|---|---|
| N total | 384 |
| U de Mann-Whitney | 33483.000 |
| W de Wilcoxon | 49414.000 |
| Estadístico de prueba | 33483.000 |
| Error estándar | 1083.890 |
| Estadístico de prueba estandarizado | 13.977 |
| Sig. asintótica (prueba bilateral) | 0.000 |

*Nota.* Elaboración propia

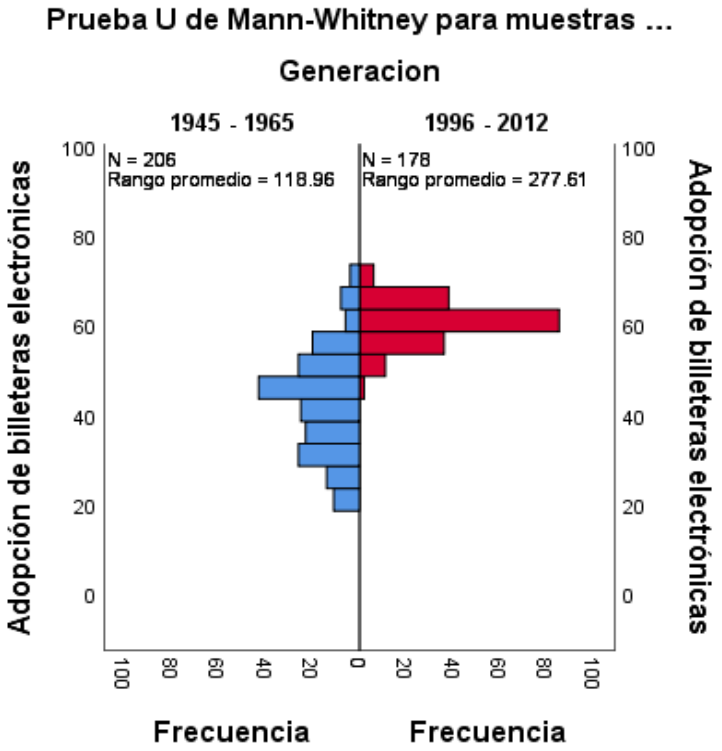
La Tabla 9 presenta los resultados de la prueba U de Mann-Whitney, aplicada para comparar el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers. El valor de significancia asintótica obtenido ($p = 0{,}000 < 0{,}05$) indica la existencia de una diferencia estadísticamente significativa entre ambos grupos generacionales.

El estadístico de prueba estandarizado ($Z = 13{,}977$) evidencia que la magnitud de la diferencia es amplia y consistente, lo que confirma que el nivel de adopción de billeteras electrónicas no es homogéneo entre las generaciones analizadas. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa, concluyendo que la generación a la que pertenece el individuo influye significativamente en la adopción de billeteras electrónicas.

Estos resultados permiten afirmar que la Generación Z presenta un nivel de adopción distinto y significativamente mayor en comparación con los Baby Boomers, lo cual es coherente con las diferencias generacionales en el uso de tecnologías digitales, familiaridad con aplicaciones móviles y actitudes hacia los medios de pago electrónicos.

**Figura 13**

*U de Mann-Whitney Adopción de billeteras electrónicas entre Generaciones*




*Nota.* Elaboración propia

La Figura 13 muestra la distribución comparativa del nivel de adopción de billeteras electrónicas entre los Baby Boomers (1945–1965) y la Generación Z (1996–2012), a partir de los rangos promedio obtenidos en la prueba U de Mann-Whitney.

Se observa que la Generación Z presenta un rango promedio considerablemente mayor (277,61) en comparación con los Baby Boomers (118,96). Esta diferencia en los rangos indica que los puntajes de adopción de billeteras electrónicas son sistemáticamente más altos en la Generación Z, lo que refleja una mayor frecuencia e intensidad de uso de este tipo de tecnología financiera.

Gráficamente, las barras correspondientes a la Generación Z se concentran en los niveles más altos de adopción, mientras que en el grupo de Baby Boomers predominan valores más bajos y dispersos. Esta diferencia visual refuerza el resultado estadístico obtenido en la

prueba U de Mann-Whitney, donde se evidenció una diferencia estadísticamente significativa entre ambos grupos ($p < 0,05$).

En conjunto, la figura confirma que la edad y pertenencia generacional influyen de manera determinante en la adopción de billeteras electrónicas, siendo la Generación Z el grupo con mayor predisposición y uso de estos medios de pago digitales, en contraste con los Baby Boomers, quienes presentan un nivel de adopción significativamente menor.

### 3.3.3. Respuesta al objetivo específico 2

**Tabla 10**
*U de Mann-Whitney inclusión financiera entre generaciones*

| | |
|---|---|
| N total | 384 |
| U de Mann-Whitney | 15463.000 |
| W de Wilcoxon | 31394.000 |
| Estadístico de prueba | 15463.000 |
| Error estándar | 1083.446 |
| Estadístico de prueba estandarizado | -2.650 |
| Sig. asintótica (prueba bilateral) | 0.008 |

*Nota.* Elaboración propia

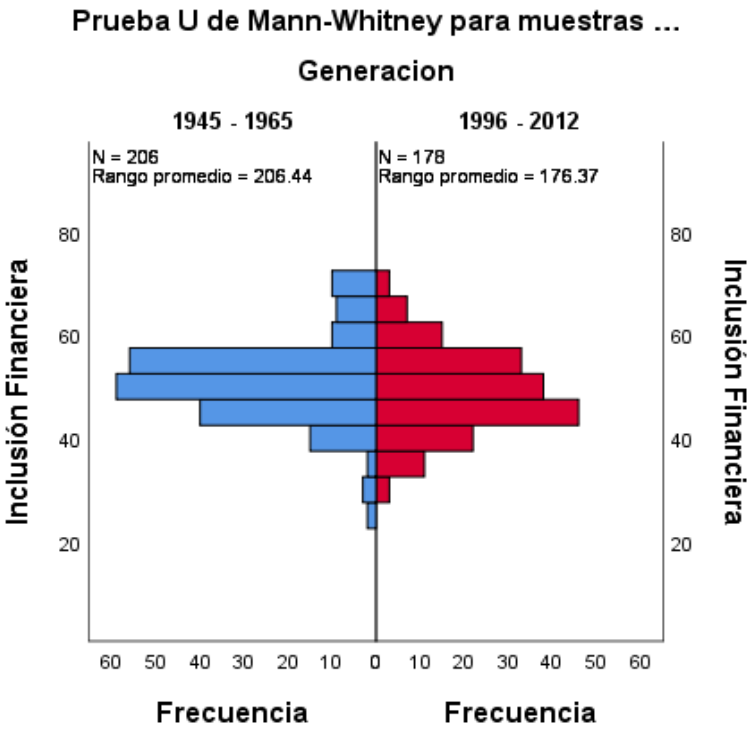
La Tabla 10 presenta los resultados de la prueba U de Mann-Whitney, aplicada para comparar el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers. El valor de significancia asintótica obtenido ($p = 0,008 < 0,05$) indica que existe una diferencia estadísticamente significativa entre ambos grupos generacionales.

El estadístico de prueba estandarizado ($Z = -2,650$) evidencia que la diferencia observada, aunque menor en magnitud en comparación con la adopción de billeteras electrónicas, es consistente y relevante desde el punto de vista estadístico. Esto confirma que la inclusión financiera no se presenta de manera homogénea entre las generaciones analizadas.

Estos resultados permiten concluir que el nivel de inclusión financiera difiere significativamente entre la Generación Z y los Baby Boomers, lo cual puede estar asociado a diferencias en el acceso, uso y disponibilidad de servicios financieros, así como a la experiencia acumulada y la familiaridad con el sistema bancario formal.

En síntesis, la prueba U de Mann-Whitney confirma que existen diferencias significativas en la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa, durante el año 2025, dando cumplimiento al objetivo específico correspondiente. Estos hallazgos respaldan la pertinencia de analizar la inclusión financiera desde una perspectiva generacional, considerando que los comportamientos y niveles de acceso al sistema financiero no son uniformes entre los distintos grupos etarios.

**Figura 14**
*U de Mann-Whitney inclusión financiera entre generaciones*




*Nota.* Elaboración propia

La Figura 14 muestra la comparación de la inclusión financiera entre los Baby Boomers (1945–1965) y la Generación Z (1996–2012), a partir de los rangos promedio obtenidos en la prueba U de Mann-Whitney.

Los resultados evidencian que los Baby Boomers alcanzan un rango promedio mayor (206,44) en comparación con la Generación Z (176,37), lo que refleja que este grupo

generacional registra niveles relativamente más altos de inclusión financiera. Gráficamente, los Baby Boomers concentran una mayor frecuencia en los valores medios y altos de inclusión financiera, lo cual sugiere una mayor experiencia y permanencia en el sistema financiero formal.

Por su parte, la Generación Z presenta una distribución más concentrada en rangos ligeramente inferiores, lo que podría relacionarse con una menor trayectoria bancaria, a pesar de su mayor familiaridad con herramientas digitales. Esta diferencia visual es coherente con los resultados estadísticos de la prueba U de Mann-Whitney, donde se identificó una diferencia estadísticamente significativa entre ambas generaciones ($p < 0,05$).

En conjunto, la figura confirma que, aunque la Generación Z presenta mayores niveles de adopción de billeteras electrónicas, los Baby Boomers evidencian un mayor nivel de inclusión financiera, lo que pone de manifiesto que la adopción tecnológica no implica necesariamente una inclusión financiera más elevada.

### 3.3.4. Respuesta al objetivo específico 3

**Tabla 11**

*Dimensiones de billeteras electrónicas e inclusión financiera en la Generación Z*

| | | | Inclusión Financiera |
|---|---|---|---|
| Rho de Spearman | Facilidad de uso | Coeficiente de correlación | .335** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 178 |
| | Influencia social | Coeficiente de correlación | 0.050 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.505 |
| | | N | 178 |
| | Atractivo alternativas | Coeficiente de correlación | -0.043 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.569 |
| | | N | 178 |
| | Confianza percibida | Coeficiente de correlación | .650** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 178 |
| | Seguridad percibida | Coeficiente de correlación | .519** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 178 |

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 11 presenta los resultados del análisis de correlación Rho de Spearman entre las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z (N = 178).

Facilidad de uso

Se identifica una correlación positiva moderada entre la facilidad de uso de las billeteras electrónicas y la inclusión financiera ($\rho = 0{,}335$; $p < 0{,}01$). Este resultado evidencia que, a medida que los jóvenes perciben mayor facilidad para usar estas aplicaciones, mejora su nivel de inclusión financiera. La facilidad de uso actúa como un facilitador funcional que reduce barreras de acceso y uso del sistema financiero. Esto sugiere que interfaces simples y procesos intuitivos son claves para integrar financieramente a la Generación Z.

Influencia social

La relación entre influencia social e inclusión financiera es positiva muy débil y estadísticamente no significativa ($\rho = 0{,}050$; $p = 0{,}505$). Este resultado sugiere que, en la Generación Z, las recomendaciones o presiones del entorno social no inciden de manera determinante en su nivel de inclusión financiera. Los jóvenes tienden a tomar decisiones financieras de forma más autónoma. En consecuencia, la inclusión financiera en este grupo no depende del entorno social, sino de factores más individuales y tecnológicos.

Atractivo de alternativas

Se identifica una correlación negativa muy débil y estadísticamente no significativa entre el atractivo de alternativas de pago y la inclusión financiera ($\rho = -0{,}043$; $p = 0{,}569$). Este hallazgo indica que la disponibilidad de diversas opciones de pago no incide directamente en el nivel de inclusión financiera de la Generación Z. Para este grupo generacional, la inclusión financiera no depende de la comparación entre medios de pago, sino que está más asociada a la funcionalidad percibida y al grado de confianza en los servicios que ya utilizan.

Confianza percibida

La confianza percibida muestra una correlación positiva fuerte y estadísticamente significativa con la inclusión financiera ($\rho = 0{,}650$; $p < 0{,}01$). Este resultado evidencia que la confianza en las billeteras electrónicas es un factor determinante para la inclusión financiera de la Generación Z. A medida que se incrementa el nivel de confianza en el proceso de pago y en los actores involucrados, mayor es la disposición a utilizar servicios financieros formales. La confianza emerge como el principal motor de inclusión financiera en este grupo generacional.

Seguridad percibida

Se observa una correlación positiva moderada-alta y significativa entre la seguridad percibida y la inclusión financiera ($\rho = 0{,}519$; $p < 0{,}01$). Esto indica que la percepción de protección de datos e información personal favorece significativamente la inclusión financiera en la Generación Z. La seguridad actúa como un requisito básico para el uso continuo de servicios financieros digitales. Sin una percepción adecuada de seguridad, la inclusión financiera se ve limitada, incluso en usuarios digitalmente hábiles.

En la Generación Z, la inclusión financiera se encuentra significativamente asociada con factores tecnológicos y perceptuales, especialmente la confianza percibida, la seguridad percibida y la facilidad de uso. En contraste, la influencia social y el atractivo de alternativas no muestran una relación significativa, lo que sugiere un comportamiento financiero más autónomo y racional en este grupo generacional.

**Tabla 12**

*Dimensiones de billeteras electrónicas e inclusión financiera - Generación BB*

| **Correlaciones** | | | |
|---|---|---|---|
| | | | Inclusión Financiera |
| Rho de Spearman | Facilidad de uso | Coeficiente de correlación | .740** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 206 |
| | Influencia social | Coeficiente de correlación | .711** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 206 |
| | Atractivo alternativas | Coeficiente de correlación | .400** |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | | N | 206 |
| | Confianza percibida | Coeficiente de correlación | .731** |

| | | |
|---|---|---|
| | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | N | 206 |
| Seguridad percibida | Coeficiente de correlación | .719** |
| | Sig. (bilateral) | 0.000 |
| | N | 206 |

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 12 presenta los resultados del análisis de correlación Rho de Spearman entre las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en los Baby Boomers (N = 206).

Facilidad de uso

Se observa una correlación positiva fuerte y estadísticamente significativa entre la facilidad de uso y la inclusión financiera ($\rho = 0{,}740$; $p < 0{,}01$). Este resultado indica que, para los Baby Boomers, la percepción de facilidad en el uso de billeteras electrónicas es un factor crítico para su integración al sistema financiero. Dificultades operativas o complejidad tecnológica pueden convertirse rápidamente en barreras de exclusión financiera. Por tanto, la simplicidad y claridad en el uso resultan determinantes para este grupo.

Influencia social

La influencia social presenta una correlación positiva fuerte y significativa con la inclusión financiera ($\rho = 0{,}711$; $p < 0{,}01$). Esto evidencia que las recomendaciones de familiares, amigos o personas de confianza influyen directamente en la inclusión financiera de los Baby Boomers. A diferencia de la Generación Z, este grupo tiende a apoyarse en su entorno social para adoptar nuevas tecnologías financieras. La confianza interpersonal actúa como un puente hacia la inclusión financiera.

Atractivo de alternativas

Se identifica una correlación positiva moderada y significativa entre el atractivo de alternativas y la inclusión financiera ($\rho = 0{,}400$; $p < 0{,}01$). Este resultado sugiere que la percepción de contar con diversas opciones de pago favorece la inclusión financiera en los Baby

Boomers. La posibilidad de elegir entre alternativas reduce la percepción de riesgo y aumenta la sensación de control. En este sentido, un ecosistema financiero variado contribuye a su integración.

Confianza percibida

La confianza percibida muestra una correlación positiva fuerte y significativa con la inclusión financiera ($\rho = 0{,}731$; $p < 0{,}01$). Esto indica que la confianza en el proceso de pago, en las instituciones y en los actores involucrados es fundamental para la inclusión financiera de los Baby Boomers. Sin confianza, la adopción tecnológica no se traduce en inclusión efectiva. Este resultado refuerza la importancia de generar entornos financieros confiables para este grupo.

Seguridad percibida

Se observa una correlación positiva fuerte y significativa entre la seguridad percibida y la inclusión financiera ($\rho = 0{,}719$; $p < 0{,}01$). Esto evidencia que la percepción de protección de datos y de seguridad en las transacciones es un requisito esencial para la inclusión financiera de los Baby Boomers. El temor a fraudes o robos de información puede limitar significativamente el uso de servicios financieros digitales. Por ello, la seguridad constituye un pilar central en la inclusión financiera de este grupo.

En los Baby Boomers, la inclusión financiera se encuentra fuertemente asociada con todas las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas, especialmente con la facilidad de uso, la confianza percibida, la seguridad percibida y la influencia social. A diferencia de la Generación Z, este grupo presenta una mayor dependencia del entorno social y de la percepción de seguridad para integrarse al sistema financiero.

Este patrón evidencia que la inclusión financiera en los Baby Boomers no depende únicamente del acceso tecnológico, sino de factores psicosociales y de acompañamiento, lo que resalta la necesidad de estrategias diferenciadas por generación.

**Tabla 13**

*Comparación: dimensiones de billeteras electrónicas e inclusión por generación*

| Dimensión de adopción | Gen Z (n = 178) ρ | p-valor | Baby Boomers (n = 206) ρ | p-valor |
|---|---|---|---|---|
| Facilidad de uso | 0.335 | 0.000 | 0.740 | 0.000 |
| Influencia social | 0.050 | 0.505 | 0.711 | 0.000 |
| Atractivo de alternativas | −0.043 | 0.569 | 0.400 | 0.000 |
| Confianza percibida | 0.650 | 0.000 | 0.731 | 0.000 |
| Seguridad percibida | 0.519 | 0.000 | 0.719 | 0.000 |

*Nota.* Elaboración propia

Los resultados obtenidos permiten afirmar que las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas que se relacionan con la inclusión financiera difieren significativamente entre la Generación Z y los Baby Boomers, tanto en magnitud como en naturaleza de la relación.

En la Generación Z, la inclusión financiera se encuentra asociada principalmente a factores tecnológicos individuales, destacando la confianza percibida ($\rho = 0{,}650$; $p < 0{,}01$) y la seguridad percibida ($\rho = 0{,}519$; $p < 0{,}01$) como las dimensiones con mayor fuerza de correlación. Asimismo, la facilidad de uso presenta una relación positiva moderada ($\rho = 0{,}335$; $p < 0{,}01$), lo que indica que, si bien la usabilidad influye en la inclusión financiera, no constituye el principal determinante en este grupo. Por el contrario, la influencia social ($\rho = 0{,}050$; $p > 0{,}05$) y el atractivo de alternativas ($\rho = -0{,}043$; $p > 0{,}05$) no muestran relaciones significativas, lo que evidencia que la inclusión financiera en la Generación Z responde a un comportamiento más autónomo, digital y basado en la confianza tecnológica, más que en la validación social o en la comparación entre medios de pago.

En contraste, en los Baby Boomers, la inclusión financiera presenta correlaciones positivas fuertes y estadísticamente significativas con todas las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas. Destacan especialmente la facilidad de uso ($\rho = 0{,}740$; $p < 0{,}01$), la confianza percibida ($\rho = 0{,}731$; $p < 0{,}01$), la seguridad percibida ($\rho = 0{,}719$; $p < 0{,}01$) y la influencia social ($\rho = 0{,}711$; $p < 0{,}01$), lo que evidencia que este grupo requiere condiciones simultáneas de simplicidad, confianza, seguridad y respaldo social para integrarse efectivamente al sistema financiero. Además, el atractivo de alternativas también muestra una

correlación positiva moderada ($\rho = 0{,}400$; $p < 0{,}01$), sugiriendo que la percepción de contar con múltiples opciones reduce la aversión al riesgo y favorece la inclusión financiera en esta generación.

Desde una perspectiva comparativa, los resultados confirman que la confianza y la seguridad son dimensiones transversales que influyen en ambas generaciones, aunque con mayor intensidad en los Baby Boomers. No obstante, la diferencia central radica en que la Generación Z presenta un modelo de inclusión financiera selectivo, centrado en factores tecnológicos clave, mientras que los Baby Boomers exhiben un modelo integral, donde todas las dimensiones de adopción contribuyen de manera significativa a su inclusión financiera.

En consecuencia, se concluye que la adopción de billeteras electrónicas no impacta de forma homogénea en la inclusión financiera, sino que opera mediante mecanismos diferenciados según la generación, lo que responde plenamente al objetivo específico planteado. Estos hallazgos refuerzan la necesidad de diseñar estrategias de inclusión financiera segmentadas, orientadas a fortalecer la confianza y seguridad digital en jóvenes, y a priorizar la usabilidad, el acompañamiento social y la reducción de la complejidad tecnológica en los Baby Boomers.

### 3.3.5. Respuesta al objetivo general

**Tabla 14**

*Adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera según generación*

| Modelo | R | R cuadrado | R cuadrado ajustado | Error estándar de la estimación |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .698[a] | 0.487 | 0.483 | 5.749 |

a. Predictores: (Constante), Interacción_AB_G, Adopción de billeteras electrónicas, Generación

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 14 presenta los indicadores de ajuste del modelo de regresión que analiza la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera, incorporando la variable generación y el término de interacción entre ambas. El coeficiente de correlación múltiple obtenido ($R = 0{,}698$) indica la existencia de una relación fuerte entre las variables independientes incluidas en el modelo y la inclusión financiera.

Asimismo, el valor de R cuadrado = 0,487 evidencia que el 48,7 % de la variabilidad de la inclusión financiera es explicada por la adopción de billeteras electrónicas, la generación y su interacción. Este nivel de explicación es considerable para estudios de tipo social y financiero. El R cuadrado ajustado (0,483) confirma la estabilidad del modelo, mostrando que las variables predictoras aportan información relevante sin generar sobreajuste. Por su parte, el error estándar de la estimación (5,749) indica una dispersión aceptable de los valores observados respecto a los valores estimados.

**Tabla 15**

*ANOVA: Adopción de billeteras electrónicas-inclusión financiera por generación*

| Modelo | | Suma de cuadrados | gl | Media cuadrática | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regresión | 11906.151 | 3 | 3968.717 | 120.065 | .000[b] |
| | Residuo | 12560.807 | 380 | 33.055 | | |
| | Total | 24466.958 | 383 | | | |

a. Variable dependiente: Inclusión Financiera

b. Predictores: (Constante), Interacción_AB_G, Adopción de billeteras electrónicas, Generación

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 15 muestra los resultados del análisis de varianza (ANOVA) del modelo de regresión. El estadístico F obtenido (F = 120,065) con un nivel de significancia p = 0,000 < 0,05 indica que el modelo es estadísticamente significativo en su conjunto. Esto significa que las variables predictoras incluidas (adopción de billeteras electrónicas, generación y su interacción) explican de manera significativa la inclusión financiera.

**Tabla 16**

*Coeficientes: Adopción de billeteras electrónicas-inclusión financiera*

| Modelo | | Coeficientes no estandarizados | | Coeficientes estandarizados | t | Sig. | 95.0% intervalo de confianza para B | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Desv. Error | Beta | | | Límite inferior | Límite superior |
| 1 | (Constante) | 27.205 | 1.553 | | 17.520 | 0.000 | 24.151 | 30.258 |
| | Adopción de billeteras electrónicas | 0.553 | 0.035 | 0.862 | 15.877 | 0.000 | 0.484 | 0.621 |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Generación | -34.663 | 5.961 | -2.165 | -5.815 | 0.000 | -46.385 | -22.942 |
| Interacción_AB_G | 0.383 | 0.101 | 1.453 | 3.785 | 0.000 | 0.184 | 0.582 |
| a. Variable dependiente: Inclusión Financiera | | | | | | | |

*Nota.* Elaboración propia

La Tabla 16 presenta los coeficientes del modelo de regresión que explica la inclusión financiera a partir de la adopción de billeteras electrónicas, la generación y el término de interacción entre adopción y generación, considerando la codificación donde 0 = Baby Boomers y 1 = Generación Z.

El valor de la constante (B = 27,205; p < 0,001) representa el nivel estimado de inclusión financiera para los Baby Boomers (Generación = 0) cuando el nivel de adopción de billeteras electrónicas es cero. Este valor sirve como punto de referencia del modelo y permite interpretar los efectos diferenciales de las demás variables.

El coeficiente de la adopción de billeteras electrónicas es positivo y estadísticamente significativo (B = 0,553; p < 0,001). Esto indica que, en el grupo de referencia (Baby Boomers), cada incremento en la adopción de billeteras electrónicas se asocia con un aumento de 0,553 unidades en la inclusión financiera. En consecuencia, la adopción tiene un efecto positivo directo sobre la inclusión financiera, especialmente relevante para este grupo generacional.

El coeficiente asociado a la variable generación es negativo y significativo (B = −34,663; p < 0,001). Dado que la Generación Z está codificada como 1, este resultado indica que, a un mismo nivel de adopción, la Generación Z presenta un nivel base de inclusión financiera menor que los Baby Boomers. Esto es coherente con la menor trayectoria bancaria y experiencia financiera acumulada de los jóvenes, pese a su mayor familiaridad digital.

El coeficiente de interacción (B = 0,383; p < 0,001) es positivo y estadísticamente significativo, lo que indica que el efecto de la adopción de billeteras electrónicas sobre la inclusión financiera es mayor en la Generación Z que en los Baby Boomers.

Esto significa que:

- Para los Baby Boomers (0), el efecto de la adopción sobre la inclusión financiera es de 0,553.
- Para la Generación Z (1), el efecto total de la adopción es de 0,553 + 0,383 = 0,936.

Es decir, cada incremento en la adopción de billeteras electrónicas genera un aumento mayor en la inclusión financiera de la Generación Z que en los Baby Boomers.

### 3.4. Discusión

Los resultados del presente estudio evidencian que la adopción de billeteras electrónicas se relaciona de manera positiva y significativa con la inclusión financiera, explicando el 48,7 % de su variabilidad ($R^2 = 0,487$). Asimismo, se identificó que esta relación no es homogénea, sino que varía según la generación, siendo más intensa en la Generación Z, lo que confirma la existencia de un efecto moderador de la variable generacional en dicha relación.

Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Ozili (2018) y Gupta y Kanungo (2022), quienes sostienen que las tecnologías financieras digitales tienen un alto potencial inclusivo al reducir barreras de acceso, costos de transacción y limitaciones geográficas en el sistema financiero. De igual forma, Shrestha y Tamang (2023) evidencian que la adopción de billeteras electrónicas actúa como un catalizador de la inclusión financiera en contextos urbanos, facilitando la integración de los usuarios al sistema financiero formal.

En el ámbito nacional, los resultados del estudio también son consistentes con lo reportado por Cruz (2024) y García y Romero (2023), quienes demostraron que la adopción de billeteras digitales explica una proporción significativa de la inclusión financiera. No obstante, al igual que en el presente estudio, dichos autores evidencian que el impacto no es uniforme, sino que depende de características propias del usuario, como su perfil, experiencia y nivel de familiaridad con las herramientas digitales.

Sin embargo, el principal aporte del presente estudio radica en evidenciar que la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera se comporta de manera diferenciada según la generación. En particular, se identificó que la Generación Z presenta mayores niveles de adopción de billeteras electrónicas, mientras que los Baby Boomers registran mayores niveles de inclusión financiera, lo que sugiere que la familiaridad tecnológica no necesariamente se traduce de forma directa en una mayor inclusión dentro del sistema financiero.

Este resultado puede explicarse a partir de las características propias de cada grupo generacional. La Generación Z, al haber crecido en un entorno altamente digitalizado, presenta una mayor predisposición hacia el uso de aplicaciones móviles y tecnologías financieras, lo que facilita la adopción de billeteras electrónicas como medio de pago habitual. En este sentido, Hinduan (2020) y The Jakarta Post (2019) señalan que esta generación se caracteriza por su orientación hacia soluciones digitales rápidas e intuitivas, lo que favorece su integración al ecosistema financiero digital.

De manera complementaria, los resultados del presente estudio son consistentes con lo reportado por Alwi et al. (2021), quienes encontraron que la facilidad de uso y la conveniencia tecnológica influyen significativamente en la intención de uso de billeteras electrónicas, especialmente en poblaciones jóvenes. Asimismo, Shrestha y Tamang (2023) evidenciaron que los usuarios jóvenes presentan una mayor predisposición a adoptar soluciones digitales, lo que incrementa su interacción con el sistema financiero digital.

En contraste, los Baby Boomers presentan un patrón distinto, donde la inclusión financiera se encuentra fuertemente asociada a factores como la facilidad de uso, la confianza percibida, la seguridad y la influencia social, evidenciando una mayor dependencia de condiciones externas para la adopción tecnológica. Esto se refleja en las correlaciones positivas y significativas observadas entre estas dimensiones y la inclusión financiera en este grupo, lo

que indica que la adopción de billeteras electrónicas en adultos mayores no depende únicamente de la disponibilidad tecnológica, sino de factores psicosociales y de percepción de riesgo.

Este comportamiento evidencia que, a diferencia de la Generación Z, los Baby Boomers requieren un entorno que combine simplicidad, seguridad, confianza y validación social para integrarse efectivamente al sistema financiero digital. En este sentido, la inclusión financiera en este grupo no responde únicamente a factores tecnológicos, sino a un modelo más integral donde intervienen variables cognitivas, sociales y emocionales.

En términos comparativos, los resultados confirman que la confianza y la seguridad son dimensiones transversales que influyen en ambas generaciones, aunque con mayor intensidad en los Baby Boomers. No obstante, la diferencia central radica en que la Generación Z presenta un comportamiento más autónomo y digital, mientras que los Baby Boomers muestran una mayor dependencia del entorno social y de la percepción de riesgo para adoptar tecnologías financieras.

En consecuencia, se concluye que la adopción de billeteras electrónicas no impacta de forma uniforme en la inclusión financiera, sino que opera mediante mecanismos diferenciados según la generación. Este hallazgo constituye el principal aporte del estudio, al evidenciar que las estrategias de inclusión financiera deben diseñarse de manera segmentada, considerando las características específicas de cada grupo generacional.

## Conclusiones

**Primera:** Se concluye que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera, la cual varía según la generación. El modelo de regresión explica el 48,7 % de la variabilidad de la inclusión financiera ($R^2 = 0,487$) y es estadísticamente significativo ($F = 120,065$; $p < 0,05$). Asimismo, el término de interacción evidencia que el impacto de la adopción sobre la inclusión financiera es mayor en la Generación Z, con un efecto total de 0,936 unidades, frente a 0,553 unidades en los Baby Boomers. Esto indica que, aunque los Baby Boomers presentan un mayor nivel base de inclusión financiera, la adopción de billeteras electrónicas contribuye de manera más intensa a la inclusión financiera de la Generación Z.

**Segunda:** Se concluye que existen diferencias estadísticamente significativas en el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre ambas generaciones ($U = 33483$; $p < 0,05$). La Generación Z presenta un nivel de adopción significativamente mayor, evidenciado por rangos promedio más altos en la prueba U de Mann-Whitney. Esto confirma que la edad y la pertenencia generacional influyen directamente en la adopción de tecnologías financieras digitales, siendo los jóvenes más proclives a utilizar billeteras electrónicas.

**Tercera:** Se concluye que existen diferencias significativas en el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers ($U = 15463$; $p < 0,05$), siendo estos últimos quienes presentan mayores niveles de inclusión financiera. Este resultado evidencia que una mayor adopción de herramientas digitales no implica automáticamente una mayor inclusión financiera, ya que factores como la trayectoria bancaria y la experiencia previa con el sistema financiero continúan siendo determinantes.

**Cuarta:** Se concluye que las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas asociadas a la inclusión financiera difieren significativamente según la generación. En la Generación Z, las dimensiones con mayor correlación son la confianza percibida ($\rho = 0,650$),

la seguridad percibida (ρ = 0,519) y la facilidad de uso (ρ = 0,335), mientras que la influencia social y el atractivo de alternativas no resultan significativos. En contraste, en los Baby Boomers todas las dimensiones presentan correlaciones positivas y significativas, destacando la facilidad de uso (ρ = 0,740), la confianza percibida (ρ = 0,731), la seguridad percibida (ρ = 0,719) y la influencia social (ρ = 0,711). Esto demuestra que la inclusión financiera en los Baby Boomers depende de un conjunto más amplio de factores tecnológicos y sociales, mientras que en la Generación Z predomina un enfoque más individual y tecnológico.

## Recomendaciones

**Primera:** Dado que la adopción de billeteras electrónicas influye de manera diferenciada en la inclusión financiera según la generación, se recomienda que las políticas públicas y estrategias de inclusión financiera adopten un enfoque generacional. En el caso de la Generación Z, resulta pertinente reforzar acciones orientadas a promover el uso activo de billeteras electrónicas, priorizando la facilidad de uso, la seguridad y la confianza. Para los Baby Boomers, se sugiere complementar estas iniciativas con orientación básica y acompañamiento en el uso de herramientas digitales. De este modo, se contribuiría a maximizar el impacto inclusivo de las tecnologías financieras en ambos grupos.

**Segunda:** Considerando el mayor nivel de adopción de billeteras electrónicas en la Generación Z, se recomienda que las entidades financieras y fintech consoliden y amplíen funcionalidades digitales, priorizando interfaces intuitivas y procesos ágiles y una experiencia de usuario sencilla. Asimismo, resulta pertinente reforzar aspectos relacionados con la seguridad y la transparencia de las operaciones, a fin de fomentar un uso continuo y responsable de estos medios de pago. De esta manera, se contribuirá a sostener y fortalecer la adopción de billeteras electrónicas en este grupo generacional.

**Tercera:** Dado que los Baby Boomers presentan mayores niveles de inclusión financiera, pero menor adopción de herramientas digitales, se recomienda implementar programas de acompañamiento y alfabetización financiera digital a este grupo generacional. Estas acciones deberían centrarse en el uso básico y seguro de billeteras electrónicas y otros servicios financieros digitales, reforzando la confianza y reduciendo la resistencia al cambio tecnológico. De este modo, se facilitaría una transición progresiva desde los servicios tradicionales hacia los canales digitales, sin afectar su vínculo con el sistema financiero formal.

**Cuarta:** Considerando que la confianza, la seguridad y la facilidad de uso son dimensiones determinante en ambas generaciones —y que la influencia social es especialmente

relevante en los Baby Boomers— se recomienda que las instituciones financieras refuercen los mecanismos de seguridad, la comunicación clara y el soporte personalizado, promoviendo además el uso de testimonios y recomendaciones para incentivar la adopción en adultos mayores.

## Referencias


Abdul, A., Nor, M., Mohamed, D., & Fady, S. (2021). An Analysis Of Systematic Literature Review on The Development of Islamic Oriented Instruments. *27*(1), 3222-3233. https://www.academia.edu/48046020/An_Analysis_of_Systematic_Literature_Review_on_The_Development_of_Islamic_Oriented_Instruments

Alhassan, M., Kolog, E., & Boateng, R. (2020). Effect of gratification on user attitude and continuance use of mobile payment services: A developing country context. *Journal of Systems and Information Technology, 22*(4), 351-378. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jsit-01-2020-0010/full/html

Alianza para la Inclusión Financiera. (2013). *Medición de la inclusión financiera: Conjunto Principal de Indicadores de Inclusión Financiera.* Alianza para la Inclusión Financiera.

Allen, F., Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., & Peria, M. (2016). The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of financial Intermediation, 27*, 1-30. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1042957315000534

Alwi, S., Salleh, M., Alpandi, R., Ya'acob, F., & Abdullah, S. (2021). Fintech as financial inclusion: Factors affecting behavioral intention to accept mobile e-wallet during Covid-19 outbreak. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 12*(7), 2130-2141. https://search.proquest.com/openview/5d08fb73ccb0f77df48378a8b925a58c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2045096

Amidzic, G., Massara, A., & Mialou, A. (2014). Assessing countries' financial inclusion standing-A new composite index. *International Monetary Fund, 19*, 1–31. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=r14ZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Amidzic,+G.%3B+Massara,+A.%3B+Mialou,+A.+Assessing+Countries%E2%80

%99+Financial+Inclusion+Standing%E2%80%94A+New+Composite+Index%3B+IMF+Working+Paper+WP/14/36%3B+International+Moneta

Amoroso, D., & Magnier, R. (2012). Building a research model for mobile wallet consumer adoption: the case of mobile Suica in Japan. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research, 7*(1), 94-110. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-18762012000100008&script=sci_arttext&tlng=en

Au, Y., & Zafar, H. (2008). *A multi-country assessment of mobile payment adoption.* College of Business.

Banco Central de Reserva del Perú. (2024). Reporte de Inflación - Setiembre 2024. 1-6. https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2024/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2024-recuadro-6.pdf

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Martinez, M. (2008). Banking Services for Everyone? Barriers to Bank Access and Use around the World. *The World Bank Economic Review, 22*(3), 397-430. https://doi.org/https://doi.org/10.1093/wber/lhn020

Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (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.2024.104526

Cámara , N., Peña , X., & Tuesta , D. (noviembre de 2013). Determinantes de la inclusión financiera en Perú. *Documento de trabajo, 13*, 1-28. https://www.researchgate.net/profile/David-Tuesta/publication/291808681_Determinantes_de_la_Inclusion_Financiera_en_el_Peru/links/56a615d808ae6c437c1ad21b/Determinantes-de-la-Inclusion-Financiera-en-el-

Peru.pdf

Cataldo, A. (2015). Limitaciones y oportunidades del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM). *Universidad de Atacama*, 1-6. https://www.researchgate.net/profile/Alejandro-Cataldo/publication/266851907_Limitaciones_y_oportunidades_del_Modelo_de_Aceptacion_Tecnologica_TAM/links/543d350a0cf240f04d0e8319/Limitaciones-y-oportunidades-del-Modelo-de-Aceptacion-Tecnologica-TAM.pdf

Chandra, S., & Kumar, K. (2018). Exploring factors influencing organizational adoption of augmented reality in ecommerce: Empirical analysis using technology-organization-environment model. *Journal of electronic commerce research, 19*(3), 237–265. http://ojs.jecr.org/jecr/sites/default/files/2018vol19no3_paper3.pdf

Chaouali, W., Ben Yahia, I., & Souiden, N. (2016). The interplay of counter-conformity motivation, social influence, and trust in customers' intention to adopt Internet banking services: The case of an emerging country. *Journal of Retailing and Consumer services, 28*, 209-218. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096969891530103X

Cheong, J., Park, M., & Hwang, J. (2004). *Mobile payment adoption in Korea: Switching from credit card.* Biennial Conference.

Claessens, S. (2006). *Current Challenges in Financial Regulation (World Bank Policy Research Working Paper.* The World Bank.

Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera. (2024). Reporte de la Política Nacional de Inclusión Financiera: Enero 2024 – Junio 2024. (8), 1-21. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inclusion_financiera/reportes/Reporte_semestral_PNIF_ene_jun_2024.pdf

Coyla, S. (2022). *Variables sociodemográficas asociadas a las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores arequipeños durante la pandemia, 2022.* Arequipa: Universidad Católica de Santa María.

https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d8416373-3326-454c-9613-03ecedbe7084/content

Cruz, A. (2024). Adopción de billeteras digitales como determinante de la inclusión financiera en comerciantes ambulantes en Cusco. *Quipukamayoc, 32*(67), 69-81. https://doi.org/10.15381/quipu.v32i67.27956

Cruz, A. (Enero - Junio de 2024). Adopción de Billeteras digitales como determinante de la inclusión financiera en comerciantes ambulantes en Cusco. *32*(67), 69-81. https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.15381/quipu.v32i67.27956

Dabla-Norris, E., Deng, Y., Ivanova, A., Karpowicz, I., Unsal, F., VanLeemput, E., & Wong, J. (2015). *Financial Inclusion: Zeroing in on Latin America.* International Monetary Fund. https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2015/wp15206.pdf

Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly, 13*(3), 319-340. https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008

Dev, S. (2006). Financial inclusion: Issues and challenges. *Economic and political weekly*, 4310-4313. https://www.jstor.org/stable/4418799

El Comercio. (24 de Agosto de 2021). *¿Qué es una billetera digital y para qué sirve?* https://elcomercio.pe/respuestas/que-es-una-billetera-digital-y-para-que-sirve-ewallets-revtli-noticia/#:~:text=Entonces%2C%20las%20billeteras%20digitales%20son,productos%20y%20servicios%20sin%20contacto

Estrada, E., & Cutipa, A. (2025). Factores de intención de uso de billeteras digitales en el contexto global: Una Revisión Sistemática. https://comunicacionunap.com/index.php/rev/article/view/1261/453

Fan, J., Shao, M., Li, Y., & Huang, X. (2018). Understanding users' attitude toward mobile

payment use: A comparative study between China and the USA. *Industrial Management & Data Systems, 118*(3), 524-540. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/imds-06-2017-0268

Garcia, F., & Romero, J. (2023). *Billetera digital y su impacto en la inclusión financiera de las bodegas de Lima Norte 2023.* Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/673062/Garcia_CF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gefen, D. (2000). E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega, 28*(6), 725-737. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305048300000219

Gupta, S., & Kanungo, R. (2022). Inclusión financiera a través de la digitalización: Viabilidad económica para el segmento de la base de la pirámide (BOP). *Science Direct, 148*, 262-276. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.070

Gupte, R., Venkataramani, B., & Gupta, D. (2012). Computation of financial inclusion index for India. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 37*, 133-149. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812007604

Hinduan, Z. R. (2020). Generation Z in Indonesia: The self-driven digital. *Emerald Publishing Limited*, 121-134. https://doi.org/doi:10.1108/978-1-80043-220-820201012

Hoque, M., & Alam, M. (2018). What determines the purchase intention of liquid milk during a food security crisis? The role of perceived trust, knowledge, and risk. *Sustainability, 10*(10), 1-22. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su10103722

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). *Arequipa Compendio Estadístico 2024.* https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7605421/6453267-compendio-estadistico-arequipa-2024.pdf?v=1739203974

Karsim, Rini, Reza, R., Syaiful, A., & Loso, J. (Julio de 2024). The perception of security and risk, ease of use benefits are the determining factors in adopting a Digital Wallet.

*Journal of Management: Small and Medium Enterprises, 17*(2), 525 - 535. https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JEM/article/view/17027/6867

Kaur, S., & Arora, S. (2020). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: trust as a moderator. *Journal of Asia Business Studies, 15*(1), 1-30. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jabs-08-2019-0252/full/html

Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International journal of information management, 34*(1), 1-13. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401213000844

McAllister, D. (1995). Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of management journal, 38*(1), 24-59. https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256727

Mehra, A., Paul, J., & Kaurav, R. (2021). Determinants of mobile apps adoption among young adults: Theoretical extension and analysis. *Journal of Marketing Communications, 27*(5), 481-509. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527266.2020.1725780

Mejía, D. (26 de Agosto de 2021). *Inclusión financiera: ¿qué hemos aprendido hasta ahora?* https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/08/inclusion-financiera-que-hemos-aprendido-hasta-ahora/

Mekovec, R., & Hutinski, Z. (2012). The role of perceived privacy and perceived security in online market. *Proceedings of the 35th International Convention MIPRO*, 1549-1554. https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6240857/

Muhammad, I., & Siti, H. (2020). Factors Influencing Malaysian Consumers' Intention to Use Quick Response (QR) Mobile Payment. *Jurnal Pengurusan, 67*, 57. https://doi.org/https://doi.org/10.17576/pengurusan-2019-57-02

Murugesan, T. K., Ramirez Asis, E., Mukthar, K. P., Villanueva Calderón, J., Julca Guerrero, F., Castillo Picon, J., & Pelaez Diaz, G. (2022). Developing and validating constructs: A pragmatic measurement of financial inclusion as a tool for sustainable growth. *Sustainability*, *14*(20), 12955. https://doi.org/10.3390/su142012955

Oney, E., Guven, G., & Rizvi, W. (2017). The determinants of electronic payment systems usage from consumers' perspective. *Economic research-Ekonomska istraživanja, 30*(1), 394-415. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1331677x.2017.1305791

Ozili, P. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa istanbul review, 18*(4), 329-340. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214845017301503

Padiya, J., & Bantwa, A. (2018). Adoption of E-wallets: a post demonetisation study in Ahmedabad City. *Pacific Business Review International, 10*(10), 84-95. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3735394

Park, C., & Mercado, R. (2015). Financial inclusion, poverty, and income inequality in developing Asia. *Electronic Journal, 63*(01), 185-206. https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S0217590818410059

Postigo, M. (2023). *Factores que influyen en la satisfacción del cliente del servicio de billeterea digital "Yape" mediada por la experiencia con la marca, Arequipa - 2023.* Arequipa: Universidad Católica de Santa María. https://repositorio.ucsm.edu.pe/items/ec995524-375a-40d9-af34-b4fea2045a0b

Sabli, N., Pforditen, N., Supian, K., Azmi, F., & Solihin, N. (2021). The acceptance of e-wallet in Malaysia. *Selangor Business Review, 6*(1), 1-14. https://sbr.journals.unisel.edu.my/ojs/index.php/sbr/article/view/86

Sahay, M., Cihak, M., N'Diaye, M., Barajas, M., Mitra, M., Kyobe, M., & Yousefi, M. (2015). Financial inclusion: can it meet multiple macroeconomic goals? *International Monetary*

*Fund*. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tLMaEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Sahay,+R.,+%C4%8Cih%C3%A1k,+M.,+N%27Diaye,+P.+M.+B.+P.,+Barajas,+A.,+Mitra,+S.,+Kyobe,+A.,+...+%26+Yousefi,+S.+R.+(2015).+Financial+inclusion:+Can+it+meet+multiple+macroeconomic+goal

Salas , M., & Ábrego, D. (Enero - Marzo de 2024). Influencia de la seguridad y la confianza como antecedentes de la aceptación y uso del comercio electrónico. *INNOVAR, 34*(91). https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/110010/91059

Salas-Rubio, M., & Almazán, D. (2024). Influencia de la seguridad y la confianza como antecedentes de la aceptación y uso del comercio electrónico. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales, 34*(91), 1-24. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9534379

Sarma, M., & Pais, J. (2008). Financial inclusion and development: A cross country analysis. *Annual conference of the human development and, 168*, 1–30. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jid

Shin, D. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior, 25*(6), 1343-1354. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563209000958

Shrestha, R., & Tamang, L. (2023). Financial Inclusion through FinTech Innovation: Predicting User Acceptance of Digital Wallet. *THE BATUK : A Peer Reviewed Journal of Interdisciplinary Studies, 9*(2), 37-48. https://doi.org/10.3126/batuk.v9i2.57026

Srinivasan, N. (2007). Policy issues and role of banking system in financial inclusion. *Economic and Political Weekly, 42*, 3091-3095. https://www.jstor.org/stable/4419836

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). (2022). *Inclusión financiera*. https://www.sbs.gob.pe/inclusion

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). (2024). *Perú: reporte de indicadores de inclusión financiera de los sistemas financiero, de seguros y de pensiones*. https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2024/Junio/CIIF-0001-jn2024.PDF

Syukurlowen, E., Ginting, G., & Andriyansah. (2024). Identification of concerning behavioral aspects decisions on the actual use of electronic money in the baby boomer generation. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 9*(2), 421-434. https://jurnal.stkippersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE/article/view/3636/2103

The Jakarta Post. (21 de Mayo de 2019). *Los millennials y la generación Z son cada vez más pesimistas sobre sus vidas, según una encuesta*. https://www.thejakartapost.com/youth/2019/05/21/millennials-and-gen-z-are-increasingly-pessimistic-about-their-lives-survey-finds.html

Toledo, E., & León, V. (2023). Financial Inclusion in Peru: Appraisal and Perspectives. *Quipukamayoc, 31*(65), 73 - 84. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v31i65.25882

Uddin, M., & Akhi, A. (2014). E-wallet system for Bangladesh an electronic payment system. *International Journal of Modeling and Optimization, 4*, 216-219. https://www.researchgate.net/profile/Mohammad-Salah-Uddin/publication/290462723_E-Wallet_System_for_Bangladesh_an_Electronic_Payment_System/links/5b4f7767a6fdcc8dae2b3719/E-Wallet-System-for-Bangladesh-an-Electronic-Payment-System.pdf

Vela, J., Olmedo, C., & Ibarra-Cisneros, M. (2024). E-commerce: experiencia, seguridad, confianza y satisfacción. *Investigación administrativa, 53*(133), 1-17. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782024000100005&script=sci_arttext

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Modelo de aceptación de tecnología 3 y una agenda de

investigación sobre intervenciones. *Ciencias de la Decisión, 39*(2), 273 - 315. https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x

Venkatesh, V., & Davis, F. (2000). Una extensión teórica del modelo de aceptación de tecnología: cuatro estudios de campo longitudinales. *Ciencias de la Gestión, 46*(2), 186 - 204. https://doi.org/https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926

Yusuf, S., & Lee, J. (2015). Technology adoption: A conjoint analysis of consumers' preference on future online banking services. *Information Systems, 53*, 1-15. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.is.2015.04.006

# ANEXOS

## Anexo 1. Plan de tesis aprobado

### 1. Problema de Investigación

Estudio comparativo de la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa, 2025.

#### 1.1. Descripción del problema

Durante los últimos años, la transformación digital ha impactado significativamente en diversos aspectos de la vida cotidiana, incluyendo los métodos de pago y las transacciones financieras. La adopción y el uso generalizado de dispositivos móviles personales como los teléfonos inteligentes y los asistentes digitales han destacado la relevancia de la flexibilidad en una amplia gama de productos y servicios destinados al consumidor. Esta ha impulsado que, gracias a los avances tecnológicos, las personas recurran cada vez más a dispositivos portátiles para llevar a cabo tareas diarias, incluyendo operaciones de pago (Abdul et al., 2021).

En ese contexto las billeteras electrónicas se consolidaron como una alternativa eficiente para realizar las transferencias, En Perú aplicaciones como Yape, Plin, Tunki y Lukita son las principales billeteras digitales, estas permiten realizar operaciones cotidianas desde cualquier teléfono inteligente de tal forma que ayuda a impulsar la inclusión financiera al facilitar el acceso a servicios financieros a un mayor número de personas. Estas aplicaciones se han vuelto muy populares gracias a su facilidad de uso y a la eliminación de comisiones en transferencias (El Comercio, 2021).

Por otro lado, es importante resaltar que la inclusión financiera desarrolla un rol fundamental en la disminución de la pobreza y la desigualdad porque permite a personas de bajos recursos acceder a créditos, ahorros, seguros y entre otros productos o servicios ofrecidos por empresas (Gupta & Kanungo, 2022).

Pese a su importancia y al avance acelerado de tecnología, persiste una brecha entorno

a la inclusión financiera, el Banco Mundial señala que existe un aproximado de 1700 millones de personas que no tienen cuentas bancarias y en América Latina hay 360 millones que enfrentan la misma problemática (Mejía, 2021). El Perú ha experimentado un avance significativo entre 2015 – 2023, sin embargo, esta mejora general esconde diferencias importantes en el acceso a cuentas en entidades financieras según el nivel de ingreso. Mientras que, en 2023, el 80% de los adultos en el quintil superior de gasto poseían una cuenta, solo el 40% del quintil inferior tenía acceso a estos servicios (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2024).

El problema central radica en las desigualdades en la inclusión financiera digital entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa a pesar del avance tecnológico y la creciente adopción de billeteras digitales. Si bien la inclusión financiera en Perú ha evolucionado considerablemente, con un incremento del 41% al 59% en adultos con cuentas financieras entre 2019 y 2024 y una mayor presencia geográfica al 92% de distritos, persisten diferencias generacionales en el acceso y uso de servicios financieros digitales (Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera [CMIF], 2024).

La generación Z, nativa digital, se adapta rápidamente a las nuevas tecnologías financieras, mientras que los Baby Boomers muestran mayor resistencia debido a barreras tecnológicas, falta de confianza y preferencia por métodos tradicionales. Esta diferencia generacional, en un contexto donde las billeteras digitales ofrecen una oportunidad para democratizar el acceso a servicios financieros, plantea un desafío para lograr una inclusión financiera equitativa y sostenible en Arequipa. Comprender los factores que influyen en la adopción de billeteras electrónicas en cada generación es crucial para diseñar políticas y estrategias que cierren esta brecha y promuevan el bienestar económico de todos los segmentos de la población.

### 1.2. Interrogantes básicas

### 1.2.1. Interrogante general

¿Cómo varía la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025?

### 1.2.2. Interrogantes específicas

¿En qué difiere el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025?

¿En qué se diferencia el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025?

¿Qué dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas están más correlacionadas con la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, y cuáles son las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones?

## 1.3. Objetivos de investigación

### 1.3.1. Objetivo General

Comparar la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025.

### 1.3.2. Objetivos específicos

Comparar el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025.

Comparar el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025.

Comparar las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas que están más correlacionadas con la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, destacando las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones.

## 1.4. Justificación

### 1.4.1. Justificación teórica

La investigación posee un valor teórico significativo debido a que profundiza en la relación entre la adopción de billeteras digitales y la inclusión financiera en las generaciones Z y Baby Boomer en Arequipa. Aporta nuevos conocimientos sobre las diferencias generacionales en la aceptación y uso de esta tecnología, lo cual es fundamental en un contexto donde se ve la creciente digitalización de los servicios financieros y la necesidad de estrategias inclusivas. Además, analiza cómo la brecha generacional en el acceso a estos servicios impacta la inclusión financiera e identifica factores clave para los dos grupos de edad. Este estudio es novedoso ya que compara el comportamiento de distintas generaciones y sus hallazgos podrán servir como base para futuras investigaciones en inclusión financiera y transformación digital en poblaciones diversas.

### 1.4.2. Justificación practica

La presente investigación tiene implicaciones prácticas significativas debido a que los resultados serán aplicables en el contexto financiero de Arequipa, específicamente en las generaciones Z y Baby Boomer, facilitando a las instituciones financieras implementar estrategias ciertas para promover la adopción de billeteras digitales. Los beneficiarios directos serán los usuarios de la generación Z y alguno de los Baby Boomers que estén interesados en métodos de pago innovadores de tal forma que podrán integrarse al sistema financiero formal, también los formuladores de políticas públicas tendrán información valiosa para poder diseñar programas donde exista la inclusión financiera. De este modo se espera que la adopción de billeteras digitales contribuya a reducir la exclusión financiera, haciendo posible el acceso a servicios financieros esenciales mejorando la calidad de vida de los usuarios y al mismo tiempo fomentando la formalización económica en la región.

### 1.4.3. Justificación metodológica

A nivel metodológico, la investigación adopta un enfoque cuantitativo, dado que nos

permite medir y analizar la relación entre las dos variables elegidas. El estudio se enmarca en un nivel descriptivo y correlacional, ya que se busca caracterizar el uso de billeteras digitales en ambas generaciones y de esta manera analizar la relación entre la inclusión financiera y la adopción. Se implementa un diseño no experimental y transversal para observar el hecho en un momento específico sin manipulación. Las encuestas aseguran la recolección estandarizada de datos para un análisis riguroso. Este método es viable dado el acceso a las poblaciones objetivo y los recursos disponibles, asegurando la validez y confiabilidad de los resultados.

### 1.5. Limitaciones de la investigación

La presente investigación no presenta limitaciones significativas que afecten el desarrollo de la investigación. El acceso a la población objetivo, los instrumentos de recolección de datos y los recursos metodológicos son adecuados, permitiendo llevar a cabo el estudio en las condiciones previstas y garantizando la confiabilidad de los resultados.

## 2. BASES TEÓRICAS E HIPÓTESIS

### 2.1. Definición de variables

#### 2.1.1. Inclusión financiera

Es un tema que ha suscitado mucho interés, a investigadores, académicos, políticos, reguladores y hasta economistas a nivel internacional (Srinivasan, 2007). Se considera la inclusión financiera como un plan de acción que busca brindar estratégicamente productos, servicios financieros y bancarios a la gente, usando el crecimiento de un país de forma sostenible, Los programas de inclusión financiera apuntan hacia la integración social de la población brindando servicios y productos bancarios y financieros elementales, independientemente de la clase de ahorro o ingreso que posean los individuos (Allen et al., 2016).

Lo principal sobre inclusión financiera es que se proporcionan servicios financieros a personas que están en condición de pobreza, este término se utiliza comúnmente para referirse a la oferta de servicios de ahorro y microcréditos a sectores marginados de la sociedad, de una manera accesible y económica (Amidzic et al., 2014). Los sectores de la población con menos recursos disponibles son capaces de lograr un mejor aprovechamiento de los recursos que poseen y adquirir conocimientos sobre los productos bancarios y financieros disponibles a través de las entidades comerciales y financieras; gracias a los avances en las tecnologías FinTech y las transacciones digitales, las startups tecnológicas están ahora logrando llegar a las personas más necesitadas mediante la inclusión financiera (Gupte et al., 2012).

Es el acceso y la oferta de servicios financieros para todas las personas en la sociedad, especialmente para aquellos en situación de pobreza y los grupos excluidos (Ozili, 2018). Otro enfoque para la inclusión de servicios financieros es la prestación de servicios bancarios a precios convenientes para grandes segmentos de poblaciones marginadas y de bajos ingresos (Dev, 2006). Además, se entiende como la disponibilidad y el uso de servicios financieros en el

sector formal; estas definiciones comparten un elemento común, que es la noción de que cada uno de los componentes de la población debería tener acceso a los servicios financieros que se ofrecen (Sahay et al., 2015).

#### 2.1.1.1. Dimensiones

**a. Facilidad de acceso**

El acceso se vincula con la existencia efectiva de productos y servicios financieros; según la disponibilidad de la oferta en una región geográfica determinada (Beck et al., 2008).

Es la capacidad de la población para utilizar los servicios financieros de manera tecnológicamente eficiente y la provisión de infraestructura y puntos de acceso dentro del sistema financiero que ofrecen una amplia gama de servicios de estándares apropiados; tal como se explica, en la facilidad de acceso se trata no solo de eliminar las barreras geográficas, sino que los servicios sean disponibles a diferentes sectores de la población, incluso los más vulnerables, al igual que debe garantizarse la oferta de contables que acomple a los usuarios (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP SBS, 2022).

**b. Uso**

Es la aplicación real de los productos y servicios que un individuo ha obtenido dentro del sistema financiero formal. (Claessens, 2006).

Es la regularidad y constancia en relación con la manera en que las personas hacen uso de los servicios financieros disponibles, no es suficiente que los individuos tengan acceso a estos servicios; es fundamental que los utilicen de forma activa para aprovechar los beneficios que ofrecen, un uso adecuado implica que la población no solo realice transacciones esporádicas, sino que integre estos servicios en sus actividades diarias, como ahorrar, efectuar pagos o administrar su liquidez, este uso continuo ayuda a mejorar la capacidad de las personas y empresas para desarrollar actividades económicas de manera más ordenada y eficaz. Incrementar el uso de los servicios financieros implica fomentar la confianza en estos

instrumentos y promover una cultura financiera que permita a los usuarios aprovechar plenamente las herramientas que están a su disposición. (SBS, 2022).

**c. Disponibilidad**

Por ejemplo, Sarma y Pais (2008) consideran la penetración, disponibilidad y uso como dimensiones de la inclusión financiera, sin tener en cuenta la calidad, que es una de las dimensiones más relevantes. De manera similar, Park y Mercado (2015), siguiendo la metodología de Sarma y Pais (2008), toman en cuenta la disponibilidad de servicios bancarios y el uso como dimensiones de la inclusión financiera, pero también omiten la calidad.

Para Sarma y Pais (2008) describen en tres aspectos clave: accesibilidad, disponibilidad y utilización del sistema financiero, además, desarrolla un índice compuesto de inclusión financiera, utilizando la distancia euclidiana, para evaluar el nivel de inclusión financiera en diversas economías.

### 2.1.2. Adopción de billeteras electrónicas

Las investigaciones sobre las billeteras electrónicas han destacado de manera constante su prevalencia en las transacciones financieras, proporcionando soluciones prácticas para diversas actividades de transferencia de pagos (Yusuf & Lee, 2015). La llegada de las transacciones sin efectivo ha brindado una comodidad sin igual a los usuarios, permitiendo realizar transacciones financieras con solo tocar un dispositivo móvil. Estudios previos han señalado que los consumidores prefieren los sistemas de pago sin efectivo debido a su conveniencia y facilidad de uso (Alwi et al., 2021).

De acuerdo con Padiya y Bantwa (2018) Rathore Hem Shweta examina los factores que estimulan la adopción de billeteras digitales como método de pago por parte de los consumidores y los riesgos y desafíos que enfrentan los usuarios, su estudio se realizó mediante la recopilación de datos primarios utilizando un cuestionario estructurado a 132 usuarios de teléfonos inteligentes, los hallazgos revelaron que los principales impulsores hacia la adopción

de billeteras digitales son la facilidad de realizar pagos en línea, la lealtad a la marca y la utilidad de la billetera digital, lo que indica el nivel de satisfacción de los usuarios con los servicios proporcionados por estas plataformas, sin embargo, los problemas más críticos y desafiantes para su adopción siguen siendo las cuestiones de seguridad y protección de datos.

La disponibilidad de las billeteras electrónicas permite a las personas efectuar transacciones y acceder a una amplia variedad de servicios que se encuentran integrados en sus aplicaciones; las billeteras electrónicas permiten transacciones entre consumidores y plataformas en línea, entre consumidores, entre consumidores y empresas, así como entre consumidores y máquinas, actualmente, con el desarrollo de las billeteras electrónicas, transacciones cotidianas como el pago de boletos de tren, así como el funcionamiento similar al de una tarjeta de crédito, han mejorado y optimizado (Shin, 2009). Las billeteras electrónicas pueden convertirse en una herramienta de transacciones que brinda comodidad y seguridad en línea (Uddin & Akhi, 2014).

#### 2.1.2.1. Dimensiones

**a. Facilidad percibida de uso**

Está relacionada con el nivel que tiene una persona respecto a la sencillez y contundencia que una tecnología o sistema puede presentar (Davis, 1989). PEU, dentro de los sistemas de pago móvil, resulta determinante en tomar la decisión de adopción; de acuerdo al Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM) extendido, la PEU afecta de manera directa la utilidad percibida (PU) porque los usuarios tienden a apreciar los sistemas que consideran más fáciles de usar como más benéficos; además, la PEU impacta a las percepciones sociales porque las tecnologías más fácilmente manipulables tienen más probabilidades de ser recomendadas y compartidas dentro de las redes sociales (Alhassan et al., 2020).

Mehra et al. (2021) también menciona que la PEU tiene un efecto directo en la actitud de los usuarios hacia la adopción de una tecnología determinada; los sistemas considerados no

complicados o intuitivos tienden a ser utilizados de manera continua. La usabilidad también impacta la utilidad percibida, las influencias sociales y la intención de utilizar sistemas de pago móvil.

La dimensión de uso hace alusión al grado o frecuencia con que se utilizan los productos y servicios financieros; para medir el uso, es preciso obtener datos sobre la regularidad con la que se accede a estos servicios (Alianza para la Inclusión Financiera, 2013).

**b. Influencia social**

La influencia social (IS) se utiliza para evaluar la disposición de los consumidores a adoptar el pago móvil; los posibles influenciadores que motivan a los consumidores a usar AEW incluyen a familiares, amigos, colegas y vecinos; de esta manera, la IS refleja cómo los factores sociales influyen en los consumidores, motivándolos a realizar adquisiciones o vender productos nuevos (Chandra & Kumar, 2018). De manera similar, Martins et al. (2014) descubrieron como impactó la disposición de los usuarios en línea a adoptar servicios de Internet, mientras que Chaouali et al. (2016) indicaron que la influencia social impactó la percepción individual sobre el uso de productos innovadores a través de servicios tecnológicos. En el marco del modelo UTAUT, la influencia social (IS) se puede entender como el resultado de las normas subjetivas y los factores sociales que influyen en la intención de utilizar dinero electrónico.

**c. Atractivo de alternativas**

El concepto de Atractivo de Alternativas (AA) es complejo y tiene varias influencias en el proceso de adopción tecnológica. La investigación de Amoroso y Magnier (2012) señala que las conclusiones sobre los indicadores de atractivo tienen un impacto limitado, sugiriendo que no hay mucho debate en este campo, especialmente en relación con el uso de NFC en pagos móviles, aunque se encontraron hallazgos significativos que afectaron a otras variables. Por otro lado, Au y Zafar (2008) enfatizan que la adopción de pagos móviles está influenciada por

la presencia de tecnologías competidoras y el efecto de arrastre dentro de un país determinado. Esto sugiere que el atractivo de las alternativas no solo depende de las influencias sociales, sino también de las actitudes de los usuarios. Además, Cheong et al. (2004) identificaron una correlación negativa entre la intención de uso conductual y el atractivo de las alternativas, lo que indica que la presencia de opciones competidoras puede disminuir la intención de los usuarios de adoptar nuevas tecnologías.

**d. Confianza percibida**

Es un factor esencial en la adopción de monederos electrónicos por los consumidores, siendo la experiencia del usuario un aspecto crucial. Conforme los usuarios ganan mayor confianza y familiarizados con las transacciones realizadas a través de monederos electrónicos, aumenta la probabilidad de que continúen utilizándolos (Oney et al., 2017).

La confianza percibida es un concepto complejo que abarca diversas dimensiones, tales como el conocimiento, la institución, el cálculo, la cognición y la personalidad, las cuales impactan directamente en la confianza que el usuario tiene hacia un monedero electrónico (Fan et al., 2018).

Según Hoque y Alam (2018) a medida que los consumidores desarrollan confianza en un sistema o proveedor de servicios, tienden a utilizar la aplicación de manera constante para realizar compras, el conocimiento adquirido aumenta el nivel de confianza en la fuente de información, por lo tanto, aprovechar el conocimiento previo del consumidor para generar confianza puede fortalecer su intención de compra.

Se define como la expectativa positiva que un individuo tiene respecto a creer y confiar en las palabras, acciones y decisiones de otros (McAllister, 1995). Según lo explicado por Gefen (2000), la confianza implica la disposición de los usuarios hacia un resultado esperado de la tecnología y su creencia de que el proveedor de servicios cumplirá con sus responsabilidades,

la confianza percibida se considera un factor clave que refuerza la relación entre la intención de comportamiento y el uso efectivo de la tecnología (Sabli et al., 2021).

**e. Seguridad percibida**

Se entiende como la percepción de los consumidores en línea sobre cómo están protegidos frente a los riesgos asociados con la seguridad (Mekovec & Hutinski, 2012). Los pagos realizados mediante métodos digitales, si no cuentan con características de seguridad, pueden permitir el acceso no autorizado a la información personal y ofrecer oportunidades atractivas para que los ciberdelincuentes vulneren los datos (Kaur & Arora, 2020).

Según Vela et al. (2024) la seguridad se refiere a la capacidad de un sitio web para prevenir la divulgación no autorizada de información, lo cual es crucial para fomentar la confianza del consumidor. Salas-Rubio y Almazán (2024) señalan que la seguridad percibida por los usuarios tiene un impacto positivo en la confianza al utilizar el comercio electrónico, siendo esencial para que los consumidores se sientan protegidos durante las transacciones en línea, además, la decisión de utilizar billeteras electrónicas depende de factores como la facilidad de uso, la seguridad percibida y la experiencia del cliente.

### 2.1.3. Antecedentes Internacionales

Shrestha & Tamang (2023) Financial Inclusion through FinTech Innovation: Predicting User Acceptance of Digital Wallet. THE BATUK: A Peer Reviewed Journal of Interdisciplinary Studies.

El estudio tuvo como objetivo principal la comprensión de los factores que influyen en la adopción de billeteras digitales y analizar su impacto en la inclusión financiera en el Valle de Katmandú, Nepal; para la elaboración de esta investigación se realizó una encuesta, esta fue aplicada a 384 usuarios relacionados con billeteras digitales y se concluyó que la adopción de estas billeteras tiene la capacidad de promover la inclusión financiera al superar barreras como es el acceso limitado a servicios bancarios especialmente entre personas de bajos ingresos. Este

estudio es fundamental ya que muestra como la utilidad percibida, el valor del precio y la confianza influyen significativamente en la adopción de billeteras digitales, además los resultados proporcionan información valiosa para el diseño de políticas públicas y estrategias empresariales orientadas a fomentar su uso.

Alwi et al. (2021) Fintech As Financial Inclusion: Factors Affecting Behavioral Intention To Accept Mobile E-Wallet During Covid-19 Outbreak. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education.

El objetivo general de la investigación fue definir los factores que afectan la intención conductual de implementar billeteras electrónicas móviles después del COVID – 19 en Malasia; para la realización de dicha investigación se elaboró 200 encuestas donde respondieron personas de Malasia, Maldivas, Reino Unido, India, Bangladesh, entre otros y de acuerdo con los resultados la conclusión es que hay un impacto significativo en la intención de uso de las billeteras electrónicas, destacando la importancia de estos sistemas de pago especialmente tras el brote de COVID – 19. Esta investigación es útil ya que evalúa factores como la utilidad percibida y la pandemia en la aceptación de billeteras electrónicas.

### 2.1.4. Antecedentes Nacionales

Cruz (2024) Adopción de billeteras digitales como determinante de la inclusión financiera en comerciantes ambulantes en Cusco Quipukamayoc.

En la presente investigación el objetivo principal fue medir la influencia de la adopción de billeteras digitales en la inclusión financiera en los comerciantes ambulantes en Cusco; para desarrollarlo se empleó un enfoque cuantitativo con un alcance prospectivo y analítico donde se encuestaron a 242 personas comerciantes ambulantes en Cusco y se llegó a la conclusión que la adopción de billeteras digitales explica la variación en la inclusión financiera ya que con la llegada de la tecnología se puede realizar pagos desde cualquier parte del mundo. Esta investigación resulta ser relevante ya que analiza dos variables fundamentales y resalta la

importancia de políticas públicas para poner reducir brechas.

Garcia & Romero (2023) Billetera digital y su impacto en la inclusión financiera de las bodegas de Lima Norte 2023 Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

El propósito clave de la investigación fue identificar el impacto de las billeteras digitales en la inclusión financiera de las bodegas de Lima Norte, para su ejecución se aplicó una encuesta a una muestra piloto de 10 propietarios de bodegas ubicados en los distritos de Lima Norte donde se tuvo como respuesta que las billeteras digitales tienen un impacto positivo en la inclusión financiera de dichas bodegas, por otro lado se identificó la necesidad de mejorar la seguridad para poder reducir la desconfianza en los pagos digitales. Dicha investigación es valiosa ya que los hallazgos entre las variables que se evalúan son útiles para enmarcar en nuestra investigación.

### 2.1.5. Antecedentes Locales

Coyla (2022) Variables Sociodemográficas asociadas a las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores Arequipeños durante la pandemia, 2022 Universidad Católica de Santa María.

El objetivo fundamental de esta investigación fue explorar la relación entre variables sociodemográficas y el uso de billeteras digitales en Arequipa, para su desarrollo se aplicó una ficha de datos sociodemográficos y una escala de actitudes hacia las billeteras digitales a una muestra de 384 personas entre hombres y mujeres y se sacó como conclusión que existe un vínculo entre ciertas variables como (tener un negocio, grado de instrucción y número de aplicaciones en el celular) y el uso de billeteras digitales donde según los resultados Yape y Plin fueron las más usadas. Esta investigación tiene información importante sobre billeteras electrónicas y su relación con algunos factores en Arequipa.

Postigo (2023) Factores que influyen en la satisfacción del cliente del servicio de billetera digital "Yape" mediada por la experiencia con la marca, Arequipa – 2023 Universidad

Católica de Santa María.

En la investigación el objetivo es analizar los factores que influyen en la satisfacción del cliente del servicio yape como una billetera digital en Arequipa en el 2023 para lo cual se realizó un estudio con una muestra de 183 personas, con una distribución equitativa en cuánto a género y una prevalencia de las generaciones Z, millennials donde se concluyó que los usuarios de la billetera digital Yape están mayormente satisfechos y tienen un apego fuerte con la marca sin embargo, consideran que también deben mejorar. Es una investigación con información relevante ya que se logra analizar la satisfacción del cliente y la experiencia de la marca en Arequipa lo cual nos servirá para tener un contexto local relevante.

## 2.2. Operacionalización de las variables

### 2.2.1. Análisis de Variables

Variable independiente: Adopción de billeteras electrónicas

Variable dependiente: Inclusión Financiera

### 2.2.2. Operacionalización

**Tabla 8**
*Operacionalización de las variables*

| Variables | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|---|
| Inclusión financiera | Facilidad de acceso | Nivel de facilidad percibida para acceder a productos financieros básicos. |
| | | Nivel de facilidad percibida para usar los servicios bancarios disponibles. |
| | | Nivel de facilidad percibida para acceder a crédito sin complicaciones. |
| | Uso | Nivel de frecuencia con la que los usuarios acceden o utilizan servicios bancarios. |
| | | Nivel de uso de aplicaciones móviles o servicios de asesoría financiera. |
| | Disponibilidad | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de productos financieros ofrecidos por entidades públicas. |
| | | Nivel de facilidad percibida en el proceso de solicitud de crédito. |
| Adopción de billeteras electrónicas | Facilidad percibida de uso | Nivel de facilidad percibida para aprender a usar una billetera electrónica. |
| | | Nivel de facilidad percibida para realizar pagos utilizando una billetera electrónica. |

| | | |
|---|---|---|
| | Influencia social | Nivel de acuerdo con la afirmación de que amigos, familiares o colegas han recomendado el uso de billeteras electrónicas. |
| | | Nivel de acuerdo con la percepción de que la mayoría de su entorno social utiliza billeteras electrónicas. |
| | Atractivo de alternativas | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de varias billeteras electrónicas en el mercado. |
| | | Nivel de satisfacción al comparar la billetera electrónica utilizada con otras alternativas. |
| | Confianza percibida | Nivel de confianza percibida en el proceso de compra a través de billeteras electrónicas. |
| | Seguridad percibida | Nivel de confianza percibida en la protección de datos personales al utilizar billeteras electrónicas. |
| | | Nivel de preocupación percibida sobre el riesgo de fraude o robo al utilizar billeteras electrónicas. |

*Nota.* Elaboración propia.

### 2.2.3. Matriz de consistencia

**Tabla 9**
*Matriz de consistencia*

| Problema General | Objetivo General | Hipótesis general | Variables | Dimensiones | Indicadores |
|---|---|---|---|---|---|
| ¿Cómo varía la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025? | Comparar la relación entre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers de Arequipa durante el año 2025. | Dado que la adopción de billeteras electrónicas está en aumento entre diferentes generaciones en Arequipa, es probable que exista una relación significativa entre la adopción de billeteras electrónicas y la mejora en la inclusión financiera, y que esta relación varíe significativamente entre la Generación Z y los Baby Boomers durante el año 2025. | Inclusión financiera | Facilidad de acceso | Nivel de facilidad percibida para acceder a productos financieros básicos. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida para usar los servicios bancarios disponibles. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida para acceder a crédito sin complicaciones. |
| **Problemas específicos** | **Objetivos específicos** | | | Uso | Nivel de frecuencia con la que los usuarios acceden o utilizan servicios bancarios. |
| ¿En qué difiere el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025? | Comparar el nivel de adopción de billeteras electrónicas entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025. | | | | Nivel de uso de aplicaciones móviles o servicios de asesoría financiera. |
| | | | | Disponibilidad | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de productos financieros ofrecidos por entidades públicas. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida en el proceso de solicitud de crédito. |
| ¿En qué se diferencia el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en | Comparar el nivel de inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers | | Adopción de billeteras electrónicas | Facilidad percibida de uso | Nivel de facilidad percibida para aprender a usar una billetera electrónica. |
| | | | | | Nivel de facilidad percibida para realizar pagos utilizando una billetera electrónica. |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Arequipa durante el año 2025? | en Arequipa durante el año 2025. | | Influencia social | Nivel de acuerdo con la afirmación de que amigos, familiares o colegas han recomendado el uso de billeteras electrónicas. |
| | | | | Nivel de acuerdo con la percepción de que la mayoría de su entorno social utiliza billeteras electrónicas. |
| ¿Qué dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas están más correlacionadas con la inclusión financiera en la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, y cuáles son las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones? | Comparar las dimensiones de la adopción de billeteras electrónicas que están más correlacionadas con la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa durante el año 2025, destacando las diferencias en estas correlaciones entre ambas generaciones. | | Atractivo de alternativas | Nivel de percepción sobre la disponibilidad de varias billeteras electrónicas en el mercado. |
| | | | | Nivel de satisfacción al comparar la billetera electrónica utilizada con otras alternativas. |
| | | | Confianza percibida | Nivel de confianza percibida en el proceso de compra a través de billeteras electrónicas. |
| | | | Seguridad percibida | Nivel de confianza percibida en la protección de datos personales al utilizar billeteras electrónicas. |
| | | | | Nivel de preocupación percibida sobre el riesgo de fraude o robo al utilizar billeteras electrónicas. |

*Nota.* Elaboración propia basada en la investigación.

## 2.3. Hipótesis

### 2.3.1. Hipótesis general

Dado que la adopción de billeteras electrónicas está en aumento entre diferentes generaciones en Arequipa, es probable que exista una relación significativa entre la adopción de billeteras electrónicas y la mejora en la inclusión financiera, y que esta relación varíe significativamente entre la Generación Z y los Baby Boomers durante el año 2025.

# 3. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

## 3.1. Tipo de problema

El presente estudio se aborda desde un enfoque cuantitativo, dado que se analizarán datos numéricos obtenidos a través de encuestas para determinar la relación entre la adopción de billeteras digitales y la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa.

Este enfoque permitirá medir y cuantificar las variables en estudio, facilitando el análisis estadístico y la obtención de resultados objetivos. El alcance es de tipo descriptivo-correlacional, puesto que, además de buscar la asociación entre la adopción de billeteras digitales y la inclusión financiera, se describirán las características y el nivel de adopción de billeteras electrónicas, así como el grado de inclusión financiera en cada grupo generacional en Arequipa.

En cuanto al diseño, la investigación es no experimental, ya que no se manipularán las variables. Se observará y analizará la realidad tal como se presenta, sin intervención del investigador. Esto permitirá obtener una visión natural y auténtica del fenómeno estudiado.

La temporalidad del estudio es transversal, dado que los datos se recolectarán en un momento específico, durante el año 2025. Esto proporcionará una visión sincrónica de la relación entre las variables en el contexto actual de Arequipa.

## 3.2. Campo, Área y Línea

Campo: Ciencias Económicas Administrativas

Área: Ingeniería Comercial

Línea: Finanzas y proyectos

## 3.3. Campo de verificación

### 3.3.1. Ámbito

El ámbito de la investigación se llevará a cabo en la ciudad de Arequipa debido a la

creciente digitalización y un acceso cada vez más amplio a servicios financieros, lo cual la convierte en un escenario adecuado para estudiar fenómenos como la inclusión financiera y la adopción de billeteras electrónicas. Tendrá un énfasis en las generaciones Z y Baby Boomers, quienes representan segmentos con características contrastantes en cuanto al acceso, uso y percepción de herramientas digitales, como las billeteras electrónicas. Además, el estudio buscará identificar las brechas existentes en cuanto a inclusión financiera entre ambos grupos, considerando factores como la disponibilidad, el uso y la facilidad de acceso a servicios financieros formales.

### 3.3.2. Temporalidad

La recolección de datos se llevará a cabo específicamente en el mes de mayo de 2025. La elección de este periodo responde a la necesidad de obtener información precisa y actualizada sobre el comportamiento de ambos grupos generacionales en un contexto económico y tecnológico en constante evolución. La investigación completa se llevará a cabo desde abril hasta agosto de 2025.

## 3.4. Población y diseño muestral

#### 3.4.1.1. Población

La población estará compuesta por varones y mujeres residentes de la ciudad de Arequipa de la generación Z nacidos entre (1996 - 2012) y la Generación Baby Boomers nacidos entre (1945 - 1965); estos grupos serán seleccionados en función de su uso de billeteras electrónicas. Se garantizará la diversidad en términos de acceso a tecnología, donde se incluirán tanto a aquellos con acceso constante a internet como a los que tienen un acceso limitado. Esta selección permitirá analizar de manera comparativa la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre ambas generaciones. Según el (Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2024) la población de la generación Z está compuesta por 203,471 personas, mientras la generación Baby Boomers esta compuesta por 255,169 personas.

#### 3.4.1.2. Muestra

Según el INEI (2024), la población de la Generación Z en Arequipa es de 203,471 personas, mientras que la población de los Baby Boomers es de 255,169 personas.

El estudio tiene como objetivo comparar la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre ambos grupos generacionales, por lo que se utilizará un muestreo estratificado proporcional para garantizar que ambas generaciones estén adecuadamente representadas en la muestra.

El tamaño total de la muestra se calculará considerando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Siguiendo el principio del muestreo proporcional, la muestra se dividirá de la siguiente manera:

- Generación Z: 203,471 personas.
- Baby Boomers: 255,169 personas.
- Población total combinada: 458,640 personas.

Iniciamos hallando la muestra general:

$$n = \frac{N * Z_\alpha^2 * p * q}{e^2 * (N-1) + Z_\alpha^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra buscado

N = Tamaño de la población o universo

Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado.

De modo que:

$$n = \frac{458\,640 * 1{,}96^2 * 0{,}5 * 0{,}5}{0{,}05^2 * (458\,640 - 1) + 1{,}96 * 0{,}5 * 0{,}5}$$

$$n = 384$$

Cálculos Proporcionales:

Para la Generación Z:

$$n_Z = \frac{203\,471}{458\,640} \times 384 = 178\,personas$$

Para los Baby Boomers:

$$n_{BB} = \frac{255169}{458\,640} \times 384 = 206\,personas$$

## 3.5. Técnicas e instrumentos

En la presente investigación, se utilizará la técnica de encuesta, permitiendo recopilar datos cuantitativos sobre la adopción de billeteras electrónicas y la inclusión financiera entre la Generación Z y los Baby Boomers en Arequipa. El instrumento principal será un cuestionario estructurado con preguntas cerradas en escala de Likert. Este formato facilitará la obtención de respuestas estandarizadas y medibles, adecuadas para el análisis comparativo entre los grupos generacionales. Las preguntas explorarán hábitos de uso, conocimiento de herramientas digitales y acceso a servicios financieros, mientras que la escala de Likert medirá actitudes y percepciones sobre la utilidad y confianza en las billeteras electrónicas.

### 3.5.1. Estructuras de los Instrumentos

**Sección 1: Preguntas filtro**

Antes de iniciar con el cuestionario, se plantean preguntas filtro con el objetivo de determinar si el encuestado pertenece al público objetivo del estudio, siendo 3 ítems los que incorporan esta sección.

**Sección 2: Datos demográficos**

Esta sección constará de 5 ítems, incluyendo preguntas relacionadas con edad, género, nivel educativo, distrito y ocupación. Esta sección permitirá segmentar adecuadamente la muestra según el objetivo del estudio comparativo.

**Sección 3: Inclusión financiera**

Esta sección está compuesta por 15 ítems distribuidos en 3 dimensiones:

- Facilidad de acceso (5 ítems): Evalúa el acceso percibido a productos y servicios financieros.
- Uso (5 ítems): Mide la frecuencia y medios utilizados para interactuar con servicios financieros.
- Disponibilidad (5 ítems): Evalúa la percepción de disponibilidad de productos financieros públicos.

Las respuestas serán registradas en una escala de Likert de 1 (totalmente en desacuerdo) a 5 (totalmente de acuerdo).

**Sección 4: Adopción de billeteras electrónicas**

Consta de 15 ítems organizados en cuatro dimensiones clave:

- Facilidad percibida de uso (3 ítems): Analiza cuan sencillo es aprender a aprender a utilizar las billeteras electrónicas.
- Influencia social (3 ítems): Analiza cómo las recomendaciones o preferencias sociales impactan en la decisión de usar billeteras electrónicas.
- Atractivo de alternativas (3 ítems): Evalúa la percepción de disponibilidad y atractivo frente a otros métodos de pago.
- Confianza percibida (3 ítems): Indaga sobre la confianza del usuario en el proceso de compra utilizando la billetera electrónica.
- Seguridad percibida (3 ítems): Mide la percepción del usuario respecto a la protección de datos y seguridad de las transacciones.

También se utiliza una escala de Likert del 1 al 5.

### 3.6. Estrategia de recolección de datos

La recolección de datos para esta investigación se realizará mediante encuestas estructuradas, aplicadas virtualmente a través de Google Forms a participantes de la Generación

Z y Baby Boomers en Arequipa. Los enlaces a las encuestas serán distribuidos mediante redes sociales y correo electrónico. Finalmente, las respuestas obtenidas serán codificadas en Microsoft Excel.

Una vez que los datos estén ordenados y codificados en Microsoft Excel, se importarán al programa SPSS para llevar a cabo un análisis exhaustivo. Inicialmente, se realizará un análisis descriptivo detallado, que incluirá la generación de tablas de frecuencia, gráficos de barras y gráficos circulares, con el objetivo de obtener una visión clara de la distribución y las características de las variables en estudio. Posteriormente, se evaluará la normalidad de los datos mediante pruebas estadísticas específicas para determinar la pertinencia de aplicar la correlación de Pearson o Spearman. La elección entre estas dos pruebas de correlación se basará en los resultados de la prueba de normalidad, asegurando así la validez del análisis. Finalmente, los resultados de la correlación seleccionada se utilizarán para dar respuesta a la hipótesis planteada, proporcionando una base sólida para las conclusiones del estudio.

## 3.7. Cronograma, recursos y presupuesto

### 3.7.1. Cronograma

**Tabla 10**

*Cronograma de la investigación*

| | Abril | | | | Mayo | | | | Junio | | | | Julio | | | | Agosto | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Etapas de la tesis | S 1 | S 2 | S 3 | S 4 | S 1 | S 2 | S 3 | S 4 | S 1 | S 2 | S 3 | S 4 | S 1 | S 2 | S 3 | S 4 | S 1 | S 2 | S 3 | S 4 |
| Definición de tema | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Búsqueda de antecedentes | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Planteamiento del problema | | | x | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Marco teórico | | | | x | x | | | | | | | | | | | | | | | |
| Presentación del proyecto | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | | |
| Levantamiento de observaciones de proyecto | | | | | | x | | | | | | | | | | | | | | |

| | | |

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA


Abdul, A., Nor, M., Mohamed, D., & Fady, S. (2021). An Analysis Of Systematic Literature Review on The Development of Islamic Oriented Instruments. *27*(1), 3222-3233. https://www.academia.edu/48046020/An_Analysis_of_Systematic_Literature_Review_on_The_Development_of_Islamic_Oriented_Instruments

Alhassan, M., Kolog, E., & Boateng, R. (2020). Effect of gratification on user attitude and continuance use of mobile payment services: A developing country context. *Journal of Systems and Information Technology, 22*(4), 351-378. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jsit-01-2020-0010/full/html

Alianza para la Inclusión Financiera. (2013). *Medición de la inclusión financiera: Conjunto Principal de Indicadores de Inclusión Financiera.* Alianza para la Inclusión Financiera.

Allen, F., Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., & Peria, M. (2016). The foundations of financial inclusion: Understanding ownership and use of formal accounts. *Journal of financial Intermediation, 27*, 1-30. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1042957315000534

Alwi, S., Salleh, M., Alpandi, R., Ya'acob, F., & Abdullah, S. (2021). Fintech as financial inclusion: Factors affecting behavioral intention to accept mobile e-wallet during Covid-19 outbreak. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 12*(7), 2130-2141. https://search.proquest.com/openview/5d08fb73ccb0f77df48378a8b925a58c/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2045096

Amidzic, G., Massara, A., & Mialou, A. (2014). Assessing countries' financial inclusion standing-A new composite index. *International Monetary Fund, 19*, 1–31. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=r14ZEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Amidzic,+G.%3B+Massara,+A.%3B+Mialou,+A.+Assessing+Countries%E2%80

%99+Financial+Inclusion+Standing%E2%80%94A+New+Composite+Index%3B+IMF+Working+Paper+WP/14/36%3B+International+Moneta

Amoroso, D., & Magnier, R. (2012). Building a research model for mobile wallet consumer adoption: the case of mobile Suica in Japan. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research, 7*(1), 94-110. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-18762012000100008&script=sci_arttext&tlng=en

Au, Y., & Zafar, H. (2008). *A multi-country assessment of mobile payment adoption.* College of Business.

Banco Central de Reserva del Perú. (2024). Reporte de Inflación - Setiembre 2024. 1-6. https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Inflacion/2024/setiembre/reporte-de-inflacion-setiembre-2024-recuadro-6.pdf

Beck, T., Demirgüç-Kunt, A., & Martinez, M. (2008). Banking Services for Everyone? Barriers to Bank Access and Use around the World. *The World Bank Economic Review, 22*(3), 397-430. https://doi.org/https://doi.org/10.1093/wber/lhn020

Belmonte, Z. J. A., Prasetyo, Y. T., Cahigas, M. M. L., Nadlifatin, R., & Gumasing, M. J. J. (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.2024.104526

Chandra, S., & Kumar, K. (2018). Exploring factors influencing organizational adoption of augmented reality in ecommerce: Empirical analysis using technology-organization-environment model. *Journal of electronic commerce research, 19*(3), 237–265. http://ojs.jecr.org/jecr/sites/default/files/2018vol19no3_paper3.pdf

Chaouali, W., Ben Yahia, I., & Souiden, N. (2016). The interplay of counter-conformity

motivation, social influence, and trust in customers' intention to adopt Internet banking services: The case of an emerging country. *Journal of Retailing and Consumer services, 28*, 209-218. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096969891530103X

Cheong, J., Park, M., & Hwang, J. (2004). *Mobile payment adoption in Korea: Switching from credit card.* Biennial Conference.

Claessens, S. (2006). *Current Challenges in Financial Regulation (World Bank Policy Research Working Paper.* The World Bank.

Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera. (2024). Reporte de la Política Nacional de Inclusión Financiera: Enero 2024 – Junio 2024. (8), 1-21. https://www.mef.gob.pe/contenidos/inclusion_financiera/reportes/Reporte_semestral_PNIF_ene_jun_2024.pdf

Coyla, S. (2022). *Variables sociodemográficas asociadas a las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores arequipeños durante la pandemia, 2022.* Arequipa: Universidad Católica de Santa María. https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d8416373-3326-454c-9613-03ecedbe7084/content

Cruz, A. (2024). Adopción de billeteras digitales como determinante de la inclusión financiera en comerciantes ambulantes en Cusco. *Quipukamayoc, 32*(67), 69-81. https://doi.org/10.15381/quipu.v32i67.27956

Davis, F. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly, 13*(3), 319-340. https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008

Dev, S. (2006). Financial inclusion: Issues and challenges. *Economic and political weekly*, 4310-4313. https://www.jstor.org/stable/4418799

El Comercio. (24 de Agosto de 2021). *¿Qué es una billetera digital y para qué sirve?*

https://elcomercio.pe/respuestas/que-es-una-billetera-digital-y-para-que-sirve-ewallets-revtli-noticia/#:~:text=Entonces%2C%20las%20billeteras%20digitales%20son,productos%20y%20servicios%20sin%20contacto

Fan, J., Shao, M., Li, Y., & Huang, X. (2018). Understanding users' attitude toward mobile payment use: A comparative study between China and the USA. *Industrial Management & Data Systems, 118*(3), 524-540. https://doi.org/https://doi.org/10.1108/imds-06-2017-0268

Garcia, F., & Romero, J. (2023). *Billetera digital y su impacto en la inclusión financiera de las bodegas de Lima Norte 2023.* Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/673062/Garcia_CF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gefen, D. (2000). E-commerce: the role of familiarity and trust. *Omega, 28*(6), 725-737. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0305048300000219

Gupta, S., & Kanungo, R. (2022). Inclusión financiera a través de la digitalización: Viabilidad económica para el segmento de la base de la pirámide (BOP). *Science Direct, 148*, 262-276. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.070

Gupte, R., Venkataramani, B., & Gupta, D. (2012). Computation of financial inclusion index for India. *Procedia-Social and Behavioral Sciences, 37*, 133-149. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042812007604

Hoque, M., & Alam, M. (2018). What determines the purchase intention of liquid milk during a food security crisis? The role of perceived trust, knowledge, and risk. *Sustainability, 10*(10), 1-22. https://doi.org/https://doi.org/10.3390/su10103722

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). *Arequipa Compendio Estadístico 2024.* https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/7605421/6453267-compendio-

estadistico-arequipa-2024.pdf?v=1739203974

Kaur, S., & Arora, S. (2020). Role of perceived risk in online banking and its impact on behavioral intention: trust as a moderator. *Journal of Asia Business Studies, 15*(1), 1-30. https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/jabs-08-2019-0252/full/html

Martins, C., Oliveira, T., & Popovic, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International journal of information management, 34*(1), 1-13. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401213000844

McAllister, D. (1995). Affect-and cognition-based trust as foundations for interpersonal cooperation in organizations. *Academy of management journal, 38*(1), 24-59. https://journals.aom.org/doi/abs/10.5465/256727

Mehra, A., Paul, J., & Kaurav, R. (2021). Determinants of mobile apps adoption among young adults: Theoretical extension and analysis. *Journal of Marketing Communications, 27*(5), 481-509. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13527266.2020.1725780

Mejía, D. (26 de Agosto de 2021). *Inclusión financiera: ¿qué hemos aprendido hasta ahora?* https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/08/inclusion-financiera-que-hemos-aprendido-hasta-ahora/

Mekovec, R., & Hutinski, Z. (2012). The role of perceived privacy and perceived security in online market. *Proceedings of the 35th International Convention MIPRO*, 1549-1554. https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/6240857/

Muhammad, I., & Siti, H. (2020). Factors Influencing Malaysian Consumers' Intention to Use Quick Response (QR) Mobile Payment. *Jurnal Pengurusan, 67*, 57. https://doi.org/https://doi.org/10.17576/pengurusan-2019-57-02

Murugesan, T. K., Ramirez Asis, E., Mukthar, K. P., Villanueva Calderón, J., Julca Guerrero,

F., Castillo Picon, J., & Pelaez Diaz, G. (2022). Developing and validating constructs: A pragmatic measurement of financial inclusion as a tool for sustainable growth. *Sustainability*, *14*(20), 12955. https://doi.org/10.3390/su142012955

Oney, E., Guven, G., & Rizvi, W. (2017). The determinants of electronic payment systems usage from consumers' perspective. *Economic research-Ekonomska istraživanja, 30*(1), 394-415. https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1331677x.2017.1305791

Ozili, P. (2018). Impact of digital finance on financial inclusion and stability. *Borsa istanbul review, 18*(4), 329-340. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214845017301503

Padiya, J., & Bantwa, A. (2018). Adoption of E-wallets: a post demonetisation study in Ahmedabad City. *Pacific Business Review International, 10*(10), 84-95. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3735394

Park, C., & Mercado, R. (2015). Financial inclusion, poverty, and income inequality in developing Asia. *Electronic Journal, 63*(01), 185-206. https://www.worldscientific.com/doi/abs/10.1142/S0217590818410059

Postigo, M. (2023). *Factores que influyen en la satisfacción del cliente del servicio de billeterea digital "Yape" mediada por la experiencia con la marca, Arequipa - 2023.* Arequipa: Universidad Católica de Santa María. https://repositorio.ucsm.edu.pe/items/ec995524-375a-40d9-af34-b4fea2045a0b

Sabli, N., Pforditen, N., Supian, K., Azmi, F., & Solihin, N. (2021). The acceptance of e-wallet in Malaysia. *Selangor Business Review, 6*(1), 1-14. https://sbr.journals.unisel.edu.my/ojs/index.php/sbr/article/view/86

Sahay, M., Cihak, M., N'Diaye, M., Barajas, M., Mitra, M., Kyobe, M., & Yousefi, M. (2015). Financial inclusion: can it meet multiple macroeconomic goals? *International Monetary Fund*.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=tLMaEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA4&dq=Sahay,+R.,+%C4%8Cih%C3%A1k,+M.,+N%27Diaye,+P.+M.+B.+P.,+Barajas,+A.,+Mitra,+S.,+Kyobe,+A.,+...+%26+Yousefi,+S.+R.+(2015).+Financial+inclusion:+Can+it+meet+multiple+macroeconomic+goal

Salas-Rubio, M., & Almazán, D. (2024). Influencia de la seguridad y la confianza como antecedentes de la aceptación y uso del comercio electrónico. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales, 34*(91), 1-24. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9534379

Sarma, M., & Pais, J. (2008). Financial inclusion and development: A cross country analysis. *Annual conference of the human development and, 168*, 1–30. https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jid

Shin, D. (2009). Towards an understanding of the consumer acceptance of mobile wallet. *Computers in Human Behavior, 25*(6), 1343-1354. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0747563209000958

Shrestha, R., & Tamang, L. (2023). Financial Inclusion through FinTech Innovation: Predicting User Acceptance of Digital Wallet. *THE BATUK : A Peer Reviewed Journal of Interdisciplinary Studies, 9*(2), 37-48. https://doi.org/10.3126/batuk.v9i2.57026

Srinivasan, N. (2007). Policy issues and role of banking system in financial inclusion. *Economic and Political Weekly, 42*, 3091-3095. https://www.jstor.org/stable/4419836

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS). (2022). *Inclusión financiera*. https://www.sbs.gob.pe/inclusion

Uddin, M., & Akhi, A. (2014). E-wallet system for Bangladesh an electronic payment system. *International Journal of Modeling and Optimization, 4*, 216-219. https://www.researchgate.net/profile/Mohammad-Salah-Uddin/publication/290462723_E-

Wallet_System_for_Bangladesh_an_Electronic_Payment_System/links/5b4f7767a6fdcc8dae2b3719/E-Wallet-System-for-Bangladesh-an-Electronic-Payment-System.pdf

Vela, J., Olmedo, C., & Ibarra-Cisneros, M. (2024). E-commerce: experiencia, seguridad, confianza y satisfacción. *Investigación administrativa, 53*(133), 1-17. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2448-76782024000100005&script=sci_arttext

Yusuf, S., & Lee, J. (2015). Technology adoption: A conjoint analysis of consumers' preference on future online banking services. *Information Systems, 53*, 1-15. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.is.2015.04.006

# ANEXOS

## Anexo 1. Cuestionario

| **Uso de billeteras electrónicas e inclusión financiera en Arequipa: Un estudio entre generaciones** | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Gracias por participar en esta encuesta.<br>Tus respuestas son anónimas y se utilizarán solo con fines académicos.<br>El formulario no tomará más de 10 minutos.<br>¡Agradezco mucho tu tiempo y colaboración! | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | |
| ¿En qué año naciste? | | | Antes de 1945 / 1945-1965 / 1966-1995 / 1996-2012 / Después de 2012 | | | | | | 1945-1965 (Sí) / 1996-2012 (Sí) / Otro (No) |
| ¿Vives actualmente en Arequipa? | | | Sí / No | | | | | | Sí (Sí) / No (No) |
| ¿En qué distrito de Arequipa resides? | | | [Lista de distritos] | | | | | | Todos los distritos (Sí) |
| ¿Qué edad tienes? | | | | | | | | | Todos (Sí) |
| ¿Cuál es tu sexo? | | | Masculino / Femenino | | | | | | Todos (Sí) |
| ¿Cuál es tu nivel educativo? | | | Primaria incompleta / Primaria completa / Secundaria / Técnico o carrera corta / Universidad (cursando) / Universidad (graduado/a) / Posgrado (cursando) / Posgrado (graduado/a) | | | | | | Todos (Sí) |
| ¿Cuál es tu situación laboral actual? | | | Estudiante / Trabajo a tiempo completo / Trabajo a medio tiempo / Jubilado/a / Desempleado/a | | | | | | Todos (Sí) |
| ¿Cuál es tu ingreso mensual promedio? | | | Menos de S/500 / S/500-S/1000 / S/1001-S/2000 / Más de S/2000 | | | | | | Todos (Sí) |
| **Totalmente en desacuerdo (1) / En desacuerdo (2) / Neutral (Ni de acuerdo ni en desacuerdo) / (3) De acuerdo / (4) Totalmente de acuerdo (5)** | | | | | | | | | |
| **Dimensión** | **Indicador** | **N°** | **Ítem** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| Facilidad de acceso | Acceso percibido a productos financieros básicos | 1 | Es fácil acceder a préstamos bancarios mediante programas de inclusión financiera. | | | | | | |
| | Acceso percibido a productos financieros básicos | 2 | Acceder a una cuenta bancaria por medio de programas sociales es fácil. | | | | | | |
| | Facilidad operativa en el uso de servicios | 3 | Usar servicios bancarios mediante programas públicos me resulta sencillo. | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Facilidad operativa en el uso de servicios | 4 | Puedo abrir una cuenta sin monto mínimo gracias a programas de inclusión. | | | | | |
| | Acceso a crédito simplificado | 5 | La agencia bancaria está ubicada en una zona cercana y de fácil acceso. | | | | | |
| Uso | Frecuencia de uso de servicios bancarios | 6 | Voy con frecuencia al banco para hacer transferencias, depósitos o retiros. | | | | | |
| | Frecuencia de uso de servicios bancarios | 7 | Uso regularmente mi tarjeta de débito o cajero automático para mis operaciones. | | | | | |
| | Uso de medios electrónicos y asesoría | 8 | Voy al banco para informarme sobre programas o beneficios financieros del gobierno. | | | | | |
| | Uso de medios electrónicos y asesoría | 9 | Acudo al banco cuando necesito solicitar un préstamo. | | | | | |
| | Uso de medios electrónicos y asesoría | 10 | Voy al banco con frecuencia para pagar mis préstamos. | | | | | |
| Disponibilidad | Disponibilidad de productos financieros públicos | 11 | Los préstamos de programas públicos están disponibles en poco tiempo. | | | | | |
| | Disponibilidad de productos financieros públicos | 12 | Siempre hay alguien en el banco que me ayuda a llenar formularios o realizar trámites. | | | | | |
| | Disponibilidad de productos financieros públicos | 13 | El personal bancario me informa sobre nuevos programas o beneficios cuando lo necesito. | | | | | |
| | Simplicidad del proceso crediticio | 14 | Obtener un préstamo con apoyo estatal no requiere trámites muy complicados. | | | | | |
| | Simplicidad del proceso crediticio | 15 | En mi banco hay atención especializada para orientarme sobre préstamos o créditos. | | | | | |
| Facilidad de uso | Facilidad de aprendizaje en el uso | 16 | Aprender a usar una billetera electrónica es fácil para mí. | | | | | |
| | Facilidad de aprendizaje en el uso | 17 | No tengo problemas para aprender a aceptar pagos mediante una billetera electrónica en mis transacciones. | | | | | |
| | Facilidad en operaciones de pago | 18 | No tengo problemas para adaptarme al uso de una billetera electrónica como forma alternativa de pago. | | | | | |
| Influencia social | Recomendación social directa | 19 | He escuchado de personas en quienes confío que debería probar una billetera electrónica. | | | | | |
| | Recomendación social directa | 20 | Las personas que influyen en mis decisiones creen que debería usar una billetera electrónica. | | | | | |
| | Preferencia social percibida | 21 | Las personas cuyas opiniones valoro prefieren que yo use una billetera electrónica. | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Atractivo alternativas | Percepción de disponibilidad de otras opciones | 22 | Hay otras alternativas excelentes disponibles si necesito cambiar de proveedor de pagos. | | | | | |
| | Percepción de disponibilidad de otras opciones | 23 | Hay otras opciones de pago que probablemente me satisfarían igual o más que una billetera electrónica. | | | | | |
| | Satisfacción comparativa con billetera | 24 | No hay muchas opciones de pago alternativas con las que probablemente estaría igual o más satisfecho. | | | | | |
| Confianza percibida | Confianza en el proceso de compra | 25 | Tengo fe en cada persona que participa en el proceso de compra con una billetera electrónica. | | | | | |
| | Confianza en el proceso de compra | 26 | Tengo fe en las características de seguridad del proceso de pago con una billetera electrónica. | | | | | |
| | Confianza en el proceso de compra | 27 | Tengo fe en el proceso de compra con una billetera electrónica. | | | | | |
| Seguridad percibida | Seguridad de datos personales | 28 | Creo que cuando uso una billetera electrónica para pagar, mi información personal está segura. | | | | | |
| | Seguridad de datos personales | 29 | La seguridad de una billetera electrónica no es algo que me preocupe. | | | | | |
| | Preocupación por la seguridad general | 30 | Si uso servicios de billetera electrónica, no me preocupará que alguien robe mi tarjeta u otros datos. | | | | | |

## Anexo 2. Base de datos

| PF3 | GENERACIÓN | PF4 | DC1 | DC2 | DC3 | DC4 | DC5 | DC6 | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | P11 | P12 | P13 | P14 | P15 | P16 | P17 | P18 | P19 | P20 | P21 | P22 | P23 | P24 | P25 | P26 | P27 | P28 | P29 | P30 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Cayma | 26 | Femenino | Posgrado (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | Más de S/ 2000 | 2 | 2 | 5 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 2 | 1 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 22 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 2 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 22 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 22 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 22 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 1 | 3 | 1 | 4 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 22 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 21 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 20 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 21 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 27 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 24 | Femenino | Posgrado (curs | Trabajo a medio | S/ 1001- S/ | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | ando) | tiempo | 2000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 22 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/1001-S/2000 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 25 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/1001-S/2000 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 | 1 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 20 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/500 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 65 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | Menos de S/500 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 77 | Masculino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 65 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 68 | Masculino | Posgrado (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 66 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/1001-S/2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 75 | Masculino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | Menos de S/500 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 64 | Masculino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/500-S/1000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 70 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustama | 62 | Femenino | Técnico o carre | Trabajo a tiempo | S/1001-S/ | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | nte y Rivero | | | ra corta | completo | 2000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 67 | Masculino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 74 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 62 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Characato | 69 | Femenino | Primaria completa | Trabajo a medio tiempo | S/500-S/1000 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 60 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 74 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | |
| Si | 0 | Si | Sachaca | 61 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 76 | Masculino | Primaria incompleta | Jubilado/a | Menos de S/500 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 63 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | |
| Si | 0 | Si | Uchumayo | 68 | Masculino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/500-S/1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 65 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/500-S/1000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | |
| Si | 0 | Si | Cayma | 75 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/500-S/ | 3 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | | | 1000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 67 | Masculino | Primaria completa | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 63 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 76 | Masculino | Primaria incompleta | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 70 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 65 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Pau carpata | 72 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 60 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 73 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 68 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 61 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 66 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 62 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 74 | Masculino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 64 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 25 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 27 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 22 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 26 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 19 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 28 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 23 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 29 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Uchumayo | 20 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 24 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500-S/ 1000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 26 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001-S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 28 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 21 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 25 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 29 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Jacobo Hunter | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 |
| Si | 1 | Si | Jacobo Hunter | 20 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 27 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 1 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 21 | Masculino | Secundaria | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 24 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500-S/ 1000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 |

| | | |

| | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Alegre | | | ra corta | completo | 2000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 29 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 27 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 20 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 20 | Femenino | Técnico o carrera corta | Estudiante | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jacobo Hunter | 28 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 23 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 26 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 29 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 26 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 24 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Uchumayo | 25 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 23 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 28 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 26 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 28 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 26 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 18 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 23 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 19 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 28 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 22 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 27 | Masculino | Universidad (grad | Trabajo a tiempo | Más de S/ | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | uado /a) | completo | 2000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 20 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/500-S/1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 24 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 18 | Femenino | Técnico o carrera corta | Estudiante | Menos de S/500 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Uchumayo | 19 | Masculino | Técnico o carrera corta | Estudiante | Menos de S/500 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 25 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Uchumayo | 28 | Femenino | Posgrado (cursando) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 18 | Masculino | Técnico o carrera corta | Estudiante | Menos de S/500 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 24 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Uchumayo | 26 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 22 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/500 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 20 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/500-S/1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Miraflores | 19 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 1 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 24 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 21 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jacobo Hunter | 23 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 25 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 20 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 22 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 19 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 26 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 21 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 24 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 23 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 25 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 20 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 22 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 27 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 19 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 26 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 20 | Femenino | Técnico o carrera corta | Estudiante | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 23 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 24 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 25 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 22 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 27 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 19 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 24 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 22 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Uchumayo | 25 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 23 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 20 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 62 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 65 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 60 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 63 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Socabaya | 64 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 61 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 60 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 66 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 1 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 |
| Si | 0 | Si | Sachaca | 62 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 64 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 26 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 22 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 23 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 28 | Femenino | Posgrado (cursando) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 19 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 27 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Socabaya | 25 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 18 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Uchumayo | 24 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 28 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 25 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 25 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 22 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 28 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 20 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 24 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 21 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 27 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 26 | Femenino | Posgrado (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Arequipa | 28 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 25 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Tiabaya | 21 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 22 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 26 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 69 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 74 | Femenino | Primaria completa | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 66 | Masculino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 64 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 68 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Uchumayo | 61 | Femenino | Técnico o carre | Trabajo a tiempo | S/ 1001- S/ | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | ra corta | completo | 2000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 62 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Sachaca | 65 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 60 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 63 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/2000 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Sachaca | 64 | Femenino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 73 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 65 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/500-S/1000 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 63 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/500-S/1000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 67 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/2000 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 60 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 61 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Tiabaya | 65 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/1001-S/2000 | 3 | 1 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 1 | 3 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 2 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Arequipa | 79 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 65 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 78 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 1 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Uchumayo | 69 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 500 0- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 74 | Femenino | Primaria completa | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 63 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 67 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 71 | Femenino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/ 500 0- S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 64 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 73 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 78 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500 0- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 74 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 500 0- S/ 1000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |

| | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Arequipa | 68 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | Más de S/ 2000 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 73 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 61 | Masculino | Secundaria | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 62 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 66 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 70 | Masculino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 68 | Masculino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 71 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 67 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 72 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 66 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 68 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 66 | Masculino | Universidad (grad | Trabajo a tiempo | Más de S/ | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | | uado/a) | completo | 2000 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 68 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 70 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 66 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 66 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 65 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 69 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 69 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 72 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 78 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 69 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 70 | Femenino | Secundaria | Trabajo a tiempo completo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 67 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Cayma | 74 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 65 | Femenino | Secundaria | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Tiabaya | 73 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 68 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 66 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Sachaca | 70 | Femenino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 65 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | Más de S/ 2000 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 72 | Masculino | Universidad (cursando) | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 66 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 75 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Mariano Melgar | 65 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 67 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |

| | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 22 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 29 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 27 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 29 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 19 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 28 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 26 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cerro Colorado | 22 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 27 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Paucarpata | 24 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Miraflores | 29 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 20 | Femenino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 26 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 28 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Sachaca | 25 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jacobo Hunter | 27 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Cayma | 28 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 1 | Si | Yanahuara | 26 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 19 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 24 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500 - S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 63 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500 - S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 60 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 66 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500 - S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 60 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 61 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001 - S/ 2000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 74 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 66 | Masculino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500 - S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 71 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500 - S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 78 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500 - S/ 1000 | 1 | 2 | 3 | 1 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 64 | Femenino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001 - S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |

| | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Miraflores | 60 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 77 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 1 | 2 | 3 | 1 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 69 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 74 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 1 | 2 | 3 | 1 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 62 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 80 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 4 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 68 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 71 | Femenino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Arequipa | 61 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Yanahuara | 64 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 69 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 72 | Femenino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 2 | 3 | 4 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |

| | | |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Socabaya | 65 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001-S/ 2000 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 74 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 62 | Masculino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001-S/ 2000 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 75 | Masculino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 64 | Masculino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 70 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 72 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | Menos de S/ 500 | 1 | 2 | 2 | 1 | 4 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 73 | Masculino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 60 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 66 | Femenino | Secundaria | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Jose Luis Bustamante y Rivero | 63 | Masculino | Técnico o carrera corta | Trabajo a tiempo completo | S/ 1001-S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Sachaca | 71 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 500-S/ 1000 | 2 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Si | 0 | Si | Alto Selva Alegre | 76 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Si | 0 | Si | Paucarpata | 68 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 74 | Masculino | Técnico o carrera corta | Jubilado/a | Más de S/ 2000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Miraflores | 63 | Femenino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cerro Colorado | 66 | Femenino | Secundaria | Trabajo a medio tiempo | S/ 1001- S/ 2000 | 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 0 | Si | Socabaya | 61 | Masculino | Universidad (graduado/a) | Trabajo a tiempo completo | Más de S/ 2000 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 70 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Si | 1 | Si | Socabaya | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 1 | Si | Mariano Melgar | 21 | Masculino | Universidad (cursando) | Estudiante | Menos de S/ 500 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 1 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 |
| Si | 1 | Si | Alto Selva Alegre | 23 | Femenino | Universidad (cursando) | Trabajo a medio tiempo | S/ 500- S/ 1000 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 5 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Si | 0 | Si | Cayma | 70 | Femenino | Secundaria | Jubilado/a | S/ 500- S/ 1000 | 2 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 |