REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias Económico Administrativas

Escuela Profesional de Administración de Empresas

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS ASOCIADAS A LAS ACTITUDES HACIA LAS BILLETERAS DIGITALES EN LOS CONSUMIDORES AREQUIPEÑOS DURANTE LA PANDEMIA, 2022.

Tesis presentada por la Bachiller:

Coyla Chise, Shirley Caren

para optar el Título Profesional de **Licenciada en Administración de Empresas**

Asesor:

Mg. Rivero Fernández, Renzo Rimaneth

Arequipa- Perú

2022

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

UCSM-ERP

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TITULACIÓN CON TESIS

DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 29 de Septiembre del 2022

Dictamen: 006577-C-EPAE-2022

Visto el borrador del expediente 006577, presentado por:

2013201142 - COYLA CHISE SHIRLEY CAREN

Titulado:

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS ASOCIADAS A LAS ACTITUDES HACIA LAS BILLETERAS DIGITALES EN LOS CONSUMIDORES AREQUIPEÑOS DURANTE LA PANDEMIA, 2022.

Nuestro dictamen es:

APROBADO

1149 - ESPINOZA RIEGA JORGE DAVID
DICTAMINADOR

3198 - RIVEROS TACO LUIS ALFREDO
DICTAMINADOR

3199 - CARDENAS NUÑEZ BETH EVELYN
DICTAMINADOR

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación principalmente a dios, por protegerme y darme las fuerzas para superar cada obstáculo y permitir continuar enfocada en mis metas.

A mis padres por su apoyo incondicional, y por ser siempre mis principales motivadores y los que han guiado y formado a la persona que soy hoy en día.

A mis hermanos que han aportado con sus concejos, ánimos, y presencia para cumplir con todos mis propósitos, además de saber que mis logros, también son los suyos.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por haberme guiado a lo largo de mi carrera, y estar presente en cada momento que necesite de él.

A la universidad y docentes por todos los conocimientos adquiridos, y experiencias que llevare por siempre en el corazón.

Finalmente, a todas aquellas personas, compañeros y amigos que dedicaron de su tiempo e información para la culminación de mi proyecto.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

RESUMEN

La presente investigación explora las relaciones entre las variables sociodemográficas y el uso de las billeteras digitales entre los pobladores de la ciudad de Arequipa. Para ello se seleccionó una muestra de 384 personas (191 hombres y 193 mujeres), y se aplicó la ficha de datos sociodemográficos y una escala de actitudes hacia las billeteras digitales que cuenta con índices adecuados de validez y confiabilidad. Entre los resultados, se tiene que las billeteras digitales más utilizadas son Yape del Banco de Crédito y Plin de BBVA Continental. Asimismo, el tener un negocio, el uso previo a la pandemia de billeteras digitales, el nivel socioeconómico, el grado de instrucción y el número de aplicaciones en el celular se asocian positiva y significativamente con la frecuencia de uso de billeteras digitales. Además, el tener negocio, el uso previo de las billeteras digitales previo a la pandemia y el número de aplicaciones, se asocian con las actitudes positivas hacia las billeteras digitales. Se concluye, por tanto, que sí existe una asociación significativa entre ciertas variables sociodemográficas y el uso de las billeteras digitales.

Palabras clave: *Billeteras digitales, banca electrónica, variables sociodemográficas*.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ABSTRACT

The present research explores the relationship between sociodemographic variables and the use of digital wallets among the population from Arequipa City. In order to get that aim, it was selected a sample of 384 people (191 males and 193 females), and it were applied a sociodemographic chart and Attitudes Toward Digital Wallets Scale with adequate indexes of validity and reliability. As results, it was found that most used digital wallets were Yape of Banco de Crédito and Plin of BBVA Continental. Moreover, having a business, the previous use of digital wallets before the pandemic, the educational attainment, the socioeconomic status and the number of applications in the cellphone, are associated positive and significatively with the frequency of use of the digital wallets. In addition, having a business, previous use of digital wallets before the pandemic and the number of applications in the cellphone are associated with positive attitudes towards digital wallets. It is concluded that there is a significant association between some sociodemographic variables and the use of digital wallets.

Keywords: *Digital wallets, electronic bank, sociodemographic variables*.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ÍNDICE

DICTAMEN APROBATORIO ii
DEDICATORIA iii
AGRADECIMIENTO iv
RESUMEN v
ABSTRACT vi
ÍNDICE DE TABLAS ix
ÍNDICE DE FIGURAS x
INTRODUCCIÓN 1
CAPITULO I 4
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 4
1.1. Enunciado del problema. 5
1.2. Formulación del problema 10
1.2.1. Enunciado del problema general 10
1.2.2. Enunciado de los problemas específicos 10
1.3. Objetivos 11
1.3.1. Objetivo General 11
1.3.2. Objetivos Específicos 11
1.4. Importancia de la investigación 12
1.4.1. Valor teórico: 12
1.4.2. Valor metodológico 12
1.4.3. Valor práctico indirecto 13
1.5. Limitaciones del estudio 13
1.6. Definición de términos 14
1.7. Marco teórico 16
1.7.1. Covid-19 16
1.7.2. Sistema financiero peruano 20
1.7.3. Big data y blockchain 24
1.7.4. Inclusión financiera 25
1.7.5. Digitalización 30
1.7.6. Transformación digital de la banca 31

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.7.7. Dinero electrónico y billetera digital 32
1.7.8. E-commerce 38
1.7.9. E-commerce en el mercado y algunos sectores con mayor impacto 39
1.7.10. Billetera digital 43
1.7.11. Principales billeteras digitales 44
1.7.12. Crecimiento de las transferencias por medio de las billeteras digitales 53
1.7.13. Pasarelas de pago 54
1.7.14. Factores sociodemográficos 55
1.8. Hipótesis 57
1.8.1. Hipótesis general 57
1.8.2. Hipótesis especificas 57
CAPITULO II 59
2. PLATEAMIENTO OPERACIONAL 59
2.1. Tipo de investigación 60
2.2. Diseño de investigación 60
2.3. Operacionalización de variables 61
2.4. Muestra 62
2.5. Instrumentos 63
2.6. Procedimientos 64
CAPITULO III 65
3. RESULTADOS 65
3.1. Análisis de resultados 66
3.2. Participantes de la investigación: 66
3.3. Estadísticos descriptivos 67
3.4. Correlaciones 78
DISCUSIÓN 86
CONCLUSIONES 93
RECOMENDACIONES 97
REFERENCIAS 99
ANEXOS 114

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 *Evolución del Sistema Financiero* 22

Tabla 2 *Operacionalización de variables* 61

Tabla 3 *Edad y Cantidad de Aplicaciones en Celular* 68

Tabla 4 *Sexo* 68

Tabla 5 *Estado Civil* 69

Tabla 6 *Grado de Instrucción* 70

Tabla 7 *Nivel socioeconómico* 71

Tabla 8 *Ingresos mensuales* 72

Tabla 9 *¿Tiene algún negocio actual?* 73

Tabla 10 *¿Con qué frecuencia utiliza las billeteras digitales?* 74

Tabla 11 *¿Para qué utiliza las billeteras digitales?* 75

Tabla 12 *¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?* 76

Tabla 13 *Estadísticos descriptivos* 78

Tabla 14 *¿Para qué utiliza las billeteras digitales? relacionada con variables sociodemográficas* 81

Tabla 15 *¿Con qué frecuencia utiliza las billeteras digitales?* 82

Tabla 16 *Actitudes positivas hacia las billeteras digitales* 83

Tabla 17 *Actitudes negativas hacia las billeteras digitales* 84

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 *Índice desestacionalizado de actividad económica (2019-III)* 20

Figura 2 Índice de Inclusión financiera y sus componentes 30

Figura 3 *Esquema del funcionamiento del dinero electrónico* 34

Figura 4 *Cómo se utiliza la transferencia de Crédito como instrumento de pago* 48

Figura 5 *Logotipo Yape* 50

Figura 6 *Logotipo Tunki* 51

Figura 7 *Logotipo Plin* 52

Figura 8 *Calculo Tamaño de muestra finita* 62

Figura 9 *Participantes* 66

Figura 10 ¿Cuáles de las billeteras digitales conoce? 76

Figura 11 *¿Cuál de las billeteras digitales es la que más utiliza?* 77

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

INTRODUCCIÓN

El comercio electrónico y la banca digital han sido de uso cada vez más frecuente, desde su reciente inserción en los países del primer mundo, que ha ido extendiéndose cada vez más rápidamente hacia los países en vías de desarrollo como el nuestro. Ante sus ventajas y beneficios, se han erigido también, múltiples riesgos y limitaciones, que han restringido su uso en los sectores sociales más elevados de los países de la región.

Sin embargo, ante la situación de aislamiento obligatorio y de cuarentena que se ha vivido en los últimos años a causa de la pandemia de Covid-19, el uso del e-commerce en sus diversas formas, se ha difundido entre los sectores populares. Una de estas formas es el de las billeteras digitales, que han probado ser de gran utilidad al facilitar las transacciones bancarias y dinamizar los procesos de compra venta entre diversas personas o instancias.

De este modo, las billeteras digitales se convirtieron en el modo ideal de comercio en el contexto de la pandemia por su rapidez, su facilidad de uso y la seguridad que implica, siempre que utilice de manera adecuada. En tal sentido, la presente investigación intenta analizar el grado de asociación entre las actitudes hacia las billeteras digitales y diversas variables sociodemográficas, tales como el sexo, la edad, el estado civil, el grado de instrucción, el nivel socioeconómico y los ingresos mensuales. Además, se han considerado otras variables respecto al uso de las billeteras digitales, como el tener un negocio, la frecuencia y finalidad de su uso, saber si se hacía uso de las billeteras digitales antes de la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

pandemia, conocer las billeteras digitales de mayor incidencia en la población arequipeña, el número de aplicativos de que se dispone, etc.

Nuestros resultados ofrecen datos muy interesantes que han sido obtenidos de una muestra representativa de Arequipa, y que sugieren que el acceso a las tecnologías de la información, son los factores más relevantes para el uso de las billeteras digitales, y que aspectos como el tener negocio, el uso previo de las billeteras digitales previo a la pandemia y el número de aplicaciones, se asocian con actitudes favorables hacia estas tecnologías.

La presente investigación está dividida en tres capítulos, en el primer capítulo se analiza el planteamiento del problema, con sus respectivos objetivos y justificación; además de abordarse los fundamentos teóricos del sistema financiero peruano, la digitalización de la banca, el dinero electrónico, las billeteras digitales y el e-commerce.

En el segundo capítulo se aboca al planteamiento operacional, que incluye el tipo y diseño de investigación, la operacionalización de variables, el proceso de selección de la muestra, las características de los instrumentos y los procedimientos para la recolección de datos.

En el tercer capítulo, se presentan los resultados del estudio, que han sido analizados estadísticamente con pruebas estadísticas pertinentes con respecto al objetivo de la investigación y las variables de estudio. Además, se realiza una discusión teórica del tema abordado en función de los resultados obtenidos, que permiten contrastar nuestros resultados con otras investigaciones locales, nacionales e internacionales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Finalmente, se presentan las conclusiones que permiten clarificar el cumplimiento de nuestras hipótesis de investigación en función de los objetivos planteados, así como las recomendaciones que se desprenden de tales conclusiones, para arribar a propuestas sugerentes que faciliten la inserción de las billeteras digitales entre la población.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.1. Enunciado del problema.

Hoy en día uno de los temas más tratados tanto en los medios de comunicación como en las personas o en las investigaciones es el cambio que ha traído la pandemia, definitivamente ha marcado un hito histórico.

La pandemia del Covid-19, ha generado estrés, depresión, sobre todo si está asociado a las actividades económicas, afectando la salud mental de las personas por la preocupación (Caycho-Rodríguez, 2020). Así también las medidas restrictivas que impuso el gobierno, permitieron que las empresas y las personas mantengan el distanciamiento social evitando los contagios, lo que ha traído consigo grandes cambios en los medios de comunicación, en las empresas, en las personas y en nuestros hábitos de consumo, así como la facturación de nuestras compras y servicios. Este impacto se ha desarrollado a nivel global (Araujo, 2020), y otro cambio que trajo la pandemia, es la digitalización de las empresas, pues son muchas las empresas que decidieron vender sus productos por página web, Facebook, Instagram, WhatsApp y aplicaciones lo que permite realizar diversas tareas sin tener que exponerse o generar mayores contagios.

En cuanto a las transacciones, también se realizaron cambios, pues una de las aplicaciones que más crecieron en la pandemia fueron las billeteras digitales, debido a que por el confinamiento las entidades financieras no estaban atendiendo de manera

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

presencial para evitar los posibles contagios. Ahora bien, las billeteras digitales, son una herramienta digital que permite realizar pagos de productos o servicios desde el celular, este servicio se ha vuelto muy popular ya que garantiza la protección de las tarjetas en cada una de las transacciones y lo que más agrada a los usuarios es que no se cobra ninguna comisión por las transferencias (El Comercio, 2021)

Estás aplicaciones por su fácil uso, se hicieron conocidas rápidamente. Las billeteras digitales más usadas son Yape, Plin, Tunki y Lukita; estás billeteras digitales permiten realizar operaciones digitales de forma cotidiana desde cualquier Smartphone. Estás aplicaciones hasta hoy en día juegan un rol importante en la inclusión financiera, ya que la tecnología móvil se ha disparado sobre todo en el contexto de la pandemia, debido a la necesidad de realizar operaciones de manera rápida. Otro medio digital utilizado frecuentemente, es la banca móvil, que se ha sumado durante la pandemia a las aplicaciones de la billetera digital.

Esta iniciativa del dinero electrónico se inició en el 2013 por la Asociación de Bancos del Perú, también participó la Federación de Cajas Municipales (FEPCMAC), para el año 2014, se lanzó el proyecto de dinero electrónico llamado, Modelo Perú (Huamani, 2017), es así que para el año 2016 se lanza BIM la primera billetera digital, actualmente es una de las redes más amplias del mercado con un millón de usuarios hasta el 2021 (Gonzales, 2021) este tipo de tecnología móvil se ha disparado sobre todo en el contexto de la pandemia, debido a la necesidad de realizar

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

operaciones de manera rápida, sin tener que exponerse, actualmente las más plataformas más utilizadas son la banca móvil y las aplicaciones de la billetera digital; es así que en el mercado peruano existen varias billeteras digitales como Yape, Lukita, Plin, Tunki, Bim, etc.

Ahora bien, Yape inició sus operaciones en el 2017 y actualmente cuenta con 8 millones de usuarios (Bravo, 2021), mientras que Plin tiene 4 millones de usuarios (Cáceda, 2021). Estas son las aplicaciones que más se usan en el Perú.

Por otro lado, el uso de la billetera digital o electrónica ha aumentado al 66 por ciento en la pandemia (Andina, 2020), Tunki pretende llegar a los 2.5 millones de usuarios para el 2022 (Villar, 2021), y para el 2020 el crecimiento de esta plataforma digital se incrementó al 75%, pasando los 48 millones de operaciones a 84 000 operaciones, en la actualidad son más de 12 millones de personas que utilizan algún tipo de billetera digital (BBVA Communications, 2020). Sin embargo, en Ayacucho, Puno y Cusco, los niveles de inclusión financiera son muy bajos, ya que las billeteras digitales no tuvieron ningún crecimiento (Andina, 2020).

En cuanto a Latinoamérica el avance de la inclusión financiera ha sido lenta antes de la pandemia, sin embargo, ha empezado a resonar con el avance del Covid-19 (Vargas, 2021); así también los beneficios que trae la inclusión financiera son el desarrollo económico de la población en cuanto a el ahorro y el consumo, es por ello

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

que es muy importante promover la inclusión financiera (Allen et al., 2019), sobre todo en las áreas rurales o las zonas de escasos recursos.

Es así que la pandemia ha permitido que el mercado de las billeteras digitales se siga expandiendo sobre todo en el año 2020 y el 2021. Actualmente son varias las empresas que iniciaron con la implementación de las billeteras digitales lo que permite un crecimiento de la inclusión financiera. Ahora, la banca tradicional ha evolucionado a la banca digital, ya que es una excelente alternativa de compra y venta de productos y servicios; permite gestionar mejor los tiempos, ahorrar tiempo y dinero, así mismo evita los posibles robos o que se paguen con billetes falsos (Vargas, 2021).

La difusión de este medio digital es cada vez más frecuente y de cierta forma obliga a las personas y a los negocios a usar dispositivos digitales o aplicaciones, así también brinda a los clientes una opción más segura de transacción. Tanto las empresas como las entidades financieras le sacaron provecho al "pago sin contacto", así mismo, las empresas han logrado incrementar sus ventas y sobrevivir frente a la pandemia, ya que las pequeñas empresas, como las bodegas, solo realizaban transacciones en efectivo, sin embargo debido a la coyuntura que se está viviendo y para evitar posibles contagios se implementó este sistema de pago sobre todo con el código QR, el cual se encuentra en un lugar visible del negocio, lo mismo sucede con las empresas de taxi, como *in Drive,* Uber, entre otros donde muestran la opción

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

de pago con yape, ahora también es importante resaltar que no se cobra comisión alguna por las transferencias lo que permite que más empresas se animen a trabajar con este sistema.

La importancia de la inclusión financiera radica en que cuanto más grande y sólido sea el sistema financiero de un país o una región, mayores serán las oportunidades de inversión que se irán creando y explorando, lo que permitirá un crecimiento económico sostenido y la subsecuente mejora en los niveles de empleo y de vida. Si el mercado financiero es pequeño y débil, pocas serán las oportunidades de inversión que puedan ser aprovechas adecuadamente por las personas, y el país o región estarán condenadas al estancamiento y la pobreza (Fernández, 2008).

El presente trabajo de investigación tiene por finalidad conocer y describir cuales son las principales características del uso de las billeteras digitales y cómo estás se asocian con las variables sociodemográficas como la edad, el sexo, grado de instrucción, ingresos mensuales y la ocupación. Estos resultados podrían ayudar a las empresas a tomar mejores decisiones con sus clientes lo cual generaría un mayor movimiento comercial, una mayor inclusión financiera, lo que permite reducir la pobreza. Ahora bien, debido a la pandemia hay un cambio en el consumidor peruano, así como a nivel mundial, la tendencia es seguir implementando canales digitales, reduciendo el costo administrativo y de operaciones, por otro lado, es importante que

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

se realicen posteriores estudios relacionados a los canales digitales o a la inclusión financiera, sobre todo en los lugares más alejados del Perú.

Es así que el presente estudio pretende determinar que existe una asociación significativa entre las variables sociodemográficas y el uso de billeteras digitales durante la pandemia del Covid-19.

1.2.Formulación del problema

1.2.1. Enunciado del problema general

- ¿En qué medida existe una asociación significativa entre las variables sociodemográficas y las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores arequipeños durante la pandemia de Covid-19?

1.2.2. Enunciado de los problemas específicos

- ¿Cuál de las billeteras digitales es la más usada y cuál es su frecuencia relativa del uso en la ciudad de Arequipa?
- ¿Cuáles de las variables sociodemográficas mantienen asociaciones más significativas con la frecuencia de uso de las billeteras digitales?
- ¿Cuáles de las variables sociodemográficas mantienen asociaciones más significativas con las actitudes positivas y negativas hacia las billeteras digitales?

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.3.Objetivos

1.3.1. Objetivo General

- Determinar si existe una asociación positiva entre las variables sociodemográficas y las actitudes hacia las billeteras digitales en los consumidores arequipeños durante la pandemia de Covid-19.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar las billeteras digitales más usadas y su frecuencia relativa del uso en la ciudad de Arequipa.
- Establecer cuáles de las variables sociodemográficas se asocian con la frecuencia de uso de las billeteras digitales.
- Establecer cuáles de las variables sociodemográficas se asocian con las actitudes positivas y negativas hacia las billeteras digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

1.4.Importancia de la investigación

1.4.1. Valor teórico:

La presente investigación es relevante puesto que aporta conocimientos respecto a los temas que se están tratando como es el uso de la billetera digital la cual se ha incrementado, debido al confinamiento que ha traído la pandemia del Covid-19, por lo que este tipo de servicio digital se ha vuelto necesario para evitar los contagios, también permite la inclusión financiera, ya que no es necesario acercarse a los bancos para poder realizar una transacción rompiendo las barreras en los lugares más alejados.

Así también cuenta con un valor importante ya que se analizarán las relaciones entre las variables sociodemográficas como edad, sexo, estado civil, grado de instrucción, nivel socioeconómico y los ingresos mensuales de los habitantes de la ciudad de Arequipa con el uso de las billeteras digitales.

1.4.2. Valor metodológico

A nivel metodológico, la investigación abarca relaciones de variables las cuales son objeto de estudio, así mismo este tema es poco estudiado, pero se ha encontrado diversos planes de negocios donde se propone la implementación de la billetera digital, mas no se encuentra un estudio donde se analice estadísticamente las relaciones sociodemográficas con el uso de las billeteras digitales, al menos no en Perú.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Además, el instrumento el cual se va a elaborar para la investigación se podrá utilizar en otras investigaciones ya que medirá el uso, frecuencia, fines y preferencias de los usuarios de la billetera digital, lo que permitirá generar mayor conocimiento o realizar otra investigación de tipo replica.

1.4.3. Valor práctico indirecto

Está investigación puede tener un valor indirecto siempre y cuando al culminar la investigación se puedan utilizar los datos para tomar medidas o decisiones que promuevan el uso de la billetera digital. Por ello, se pretende desprender de este trabajo una publicación en formato de artículo en una revista indexada para que, de este modo, la información pueda llegar a los tomadores de decisiones que dirigen entidades financieras, con la finalidad de que puedan adoptar las recomendaciones a las que se arriba en el presente estudio.

1.5.Limitaciones del estudio

Con respecto a las limitaciones de esta investigación, no se encontraron estudios relacionados a las variables sociodemográficas que se encuentren relacionadas a las billeteras digitales, sin embargo se encontraron planes de negocios con respecto a las billeteras digitales, con temporalidad de aproximadamente de hace diez a cinco años lo que indica que esta digitalización de los monederos son buenos, rentables y fáciles de usar, sin embargo las personas hasta antes de la pandemia no lo utilizaban por

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

temor a ser estafados o porque simplemente porque estaban acostumbrados a tener el dinero en forma física.

1.6.Definición de términos

Para la investigación que se está desarrollando, es importante conocer y tener claras algunas definiciones sobre las variables de estudio o las que se encuentran relacionadas con el tema de estudio.

a. **BILLETERA DIGITAL:** Son transacciones financieras a través de aplicaciones digitales, se utiliza a partir de un smartphone, en cuanto a la utilidad es muy parecida a la tarjeta de débito o crédito, esta aplicación debe vincularse con alguna tarjeta de crédito o con el número de DNI.

b. **PAGO MÓVIL:** Es el pago móvil o transferencia a partir de una plataforma que ofrece servicios de pago de servicios y/o productos la cual debe de contar con internet y comunicación con las tecnologías, así también se registran las entradas y salidas de estos servicios.

c. **PANDEMIA:** Es una enfermedad contagiosa, la cual se propaga rápidamente en una población o localidad, afectando a un gran número de personas.

d. **COVID-19:** Es una enfermedad infecciosa causada por el virus conocido como SARS-CoV-2, entre los síntomas más comunes se encuentran: fiebre, tos, cansancio, perdida del gusto, dolor de garganta.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

e. **APLICACIÓN DE ANDROID:** Es un aplicativo móvil o app móvil, la cual se encuentra diseñada para ejecutarse en un dispositivo móvil o Tablet.

f. **SMARTPHONE:** Es un dispositivo móvil con pantalla táctil el cual permite al usuario conectarse vía internet, gestionar aplicaciones, correos, etc.

g. **E-COMMERCE:** o también llamado comercio eléctrico, es el procesa de compra y venta de productos, y servicios por medio de la internet.

h. **INCLUSIÓN FINANCIERA:** Es el uso o acceso de servicios financieros que tiene una población y/o empresas, lo que permite un mayor crecimiento en un sector de la población de escasos recursos, generando una mejora en cuanto a sus gastos, ingresos, inversiones y administración del riesgo.

i. **CÓDIGO QR:** O también llamado Quick Response debido a sus siglas. Es un código de barra que tiene forma cuadrada el cual contiene una serie de datos únicos para cada usuario, permite escanearlos, y acceder al portal informativo sin tener la necesidad de agregar o adicionar datos en el dispositivo móvil, este tipo de tecnología ha evolucionado por lo tanto es un medio seguro, rápido y fácil de utilizar.

j. **BANCA TRADICONAL:** Es la entidad financiera la cual ofrece servicios financieros a sus clientes a partir de varios canales como la banca por teléfono, ventanillas, así mismo tiene varias sucursales donde de manera personas se realizan las operaciones.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

k. **BANCA DIGITAL:** La banca digital es un concepto nuevo e innovador en los servicios bancarios que puedes gestionar cómodamente desde tu teléfono móvil. Para que puedas controlar y administrar tu dinero en una posición ideal. Se diferencia de los bancos tradicionales en que funciona en tiempo real. Donde se obtiene, es decir. el contrato, todos los productos que has utilizado hasta el momento en tu banco habitual. Por ejemplo, cuentas de ahorro y tarjetas bancarias. Pero una característica muy útil es que puedes alquilarlos gratis sin ningún costo (Recio, 2022).

1.7.Marco teórico

1.7.1. Covid-19

Se describe al covid-19 como una enfermedad causada por el virus SARS-CoV-2, se caracteriza por fiebre, tos y cansancio, con una posible complicación con neumonía, se inició en diciembre del 2019, en Wuhan, China, (Cusirramos et al., 2020), se transmite a través de pequeñas partículas por la tos, el habla, etc., desde boca o nariz de una persona infectada. Por ello se priorizó como principal medida prevención, el aislamiento social. Las personas más afectadas fueron adultos mayores, y personas con enfermedades crónicas, diabetes, hipertensión arterial, cáncer, etc. (Maguiña, 2020).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

El origen del virus, es desconocido, algunos especialistas indican que existe una similitud con el coronavirus del murciélago, la propagación se incrementó exponencialmente por los viajes entre estos países y su alto potencial de contagio (Palacios et al., 2020).

Es por ello que la Organización Mundial de la Salud (OMS) para la segunda semana de marzo del año 2020, declaró como pandemia a nivel mundial (Huayanay, 2020).

En el caso de Perú, el gobierno declaro en estado de emergencia y declaro inmovilización total, afectando la actividad social, económica (Araujo, 2020).

Pérez y Tejada (2020), en su tesis de análisis de aplicación de suspensión perfecta en el Perú, describe como funciono esta medida, préstamos garantizados(reactiva) bonos económicos, liberación de fondos de pensiones, para disminuir el impacto negativo, sin embargo, estas medidas no fueron efectivas en su totalidad, como ejemplo tenemos al programa Reactiva Perú que utilizo 300 000 millones de soles, sin embargo, muchas de estas empresas se declararon en quiebra y no renovaron el contrato. Son 95 000 empleados en todo el Perú que se quedaron sin trabajo, y, es más, las empresas como La República, Cineplanet, Cromotex, etc. son un claro ejemplo de ello. Estás empresas se declararon en quiebra y se quedaron con el dinero, perjudicando a muchas familias a raíz de esta problemática, las personas migraron a otras actividades.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Según Caycho-Rodríguez et al. (2021), describe el efecto de la cuarentena, aislamiento social, genero depresión, estrés, miedos, etc. entre la población según estudios realizados en siete países: Argentina, Ecuador, Colombia, El Salvador, Paraguay, México y Uruguay. Se encontró que la salud mental fue afectada con una mayor disposición de consumo del cigarro, el alcohol y ansiedad generalizada.

Otro estudio que se realizó en Perú, en los colaboradores de la Policía Nacional del Perú, que trabajan en la vía pública se encontró que presentaban signos de ansiedad y depresión generalizada (Caycho-Rodríguez et al., 2020).

En este escenario la tecnología jugo un papel muy importante, se incrementos exponencialmente el uso de las redes sociales, video llamadas, medios electrónicos de pago, etc. (Frnka-Davis, 2020). En cuanto a la tele consultas se habilitó una plataforma para emergencias (llamadas a1 113), la cual tiene una capacidad de recibir 80 mil llamadas al día (Agudelo et al., 2020).

El teletrabajo, la educación en línea, fueron alternativas que permitieron continuar con la activad social económica de la población, medida que se viene consolidando (Hernández, 2020).

Por otro lado, según un informe de la BBC New Mundo (2020), titulado: "*Coronavirus en Perú: cuatro razones que explican la cantidad de casos a pesar de la cuarentena*", la primera razón es, El aglomeramiento en las entidades bancarias, ya que la mayoría de personas no dominaban el tema de la banca por

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

internet, o carecían de cuentas por lo cual tenían que apersonarse a las entidades bancarias para acceder a los bonos y retiros de dinero para sus compras (Quispe & Seminario, 2020).

Así mismo, el Banco de la Nación brindaba de manera presencial los bonos; por otro lado, si los peruanos o las empresas financieras hubieran implementado el dinero digital o las transacciones de tipo digital con una mayor promoción o publicidad, como se realiza en la actualidad, pues hubiera habido menos contagiados y fallecidos. Por otro lado, un factor importante frente al coronavirus es el ahorro, el cual sirve como como un colchón de soporte frente a choques económicos, como lo es la pandemia, por la cual se está atravesando hasta la fecha, así mismo se incentiva la formalidad en los negocios (Vargas, 2021).

En cuanto a los países que pertenecen a la Alianza del Pacifico, el Perú fue uno de los más afectados por el coronavirus, al final del 2020, el PBI agregado, cayó al 11 por ciento, en el consumo privado cayó al 7.1 por ciento, en la inversión privada al 13,4 por ciento, de acuerdo al BCR.

A continuación, se muestra una gráfica donde se colocan a los cuatro países en el mismo punto de partida y se ve que el Perú fue el más afectado, luego sigue México, seguidamente Colombia y por último Chile el cual fue el menos afectado.

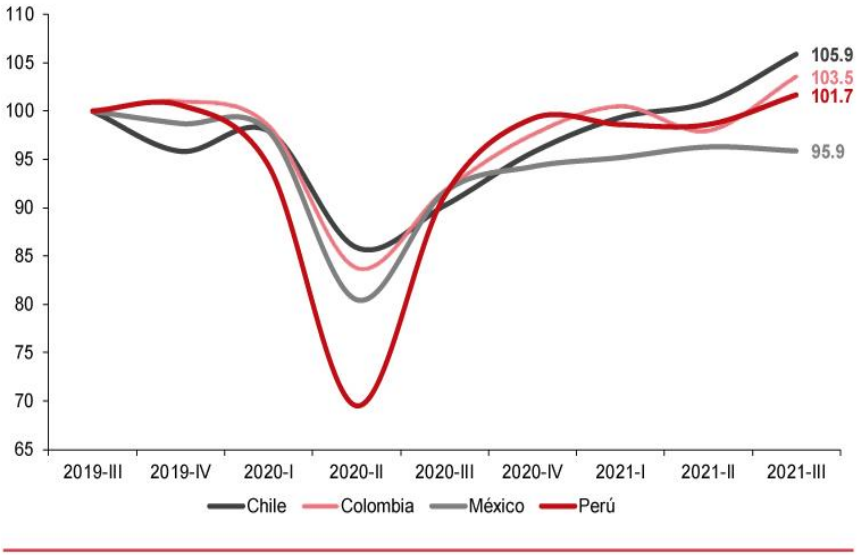
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 1

Índice desestacionalizado de actividad económica (2019-III)



Nota: Tomado de Comex Perú (2022).

1.7.2. Sistema financiero peruano

El sistema financiero peruano es regulado y supervisado por la Ley N° 26702, "Ley General del Sistema Financiero y del sistema de Seguro y orgánica de la Superintendencia de la Banca, Seguros y AFP (SBS)". Esta ley permite establecer los requisitos de capital, normas, límites, prohibiciones, servicios, operaciones, inversiones, apertura de nuevas sucursales, requisitos de su constitución, entre otros. Por otro lado, la Circular N° 046-2010, reporta los canales e instrumentos de pago diferentes a los del dinero físico o en efectivo. Ahora bien el BCR emplea algunos conceptos para dinero electrónico, el cual lo define como el "valor

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

almacenado en forma electrónica en un dispositivo como como una tarjeta chip o disco duro del computador, el valor se reduce a que cada vez que se realizan compras de bienes o servicios, se retira en efectivo", otra definición es la de banca móvil, la cual la define como "el canal virtual a través del cual los clientes pueden realizar transacciones utilizando celulares"; y por último las tarjetas de dinero electrónico o prepago la cual la define como "almacenamiento de valor monetario que permite a la persona realizar pagos en entidades distintas al emisor de la tarjeta" (Santiago et al., 2013, p. 6).

La mayoría de empresas financieras brindan microcréditos, el 17,8 % representa la oferta crediticia, gracias a ello uno de los sectores que más se ha beneficiado son las microfinanzas y por ello su desarrollo sigue siendo sostenible (Rodríguez, 2014).

En la actualidad, existen 53 empresas en el Sistema Financiero peruano, dentro de ellas encontramos varios tipos de servicio de las instituciones financieras para el 2019 (Ver Tabla 1.).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 1

Evolución del Sistema Financiero

Tipos de servicios:	**Participación en el mercado**	**Número de empresas**
Banca de operaciones múltiples	93%	53
Banca múltiple	83%	15
Empresas Financieras	3%	10
Cajas municipales	6%	12
Cajas rurales de ahorro y crédito	1%	7
Entidades de Desarrollo de las Mypes	1%	9
Banco de la Nación	1%	1
Banco Agropecuario	0%	1

Nota: Adaptación de la Evolución del sistema financiero 2019, por la SBS y AFP, 2019, p. (2).

Cómo se puede observar en la Tabla 1, existe una desigualdad en cuanto a la oferta de los servicios ofrecidos a los peruanos. La mayoría de empresas financieras

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

brindan microcréditos, el 17,8 % representa la oferta crediticia, gracias a ello uno de los sectores que más se ha beneficiado son las microfinanzas y por ello su desarrollo sigue siendo sostenible (Rodríguez, 2014).

Para Zamalloa (2017) en su tesis de maestría sobre la inclusión financiera nos indica que estos sistemas financieros tienen como objetivo ofrecer servicios de ahorro, pago, dar créditos y brindar herramientas para el manejo de riesgo de las personas o negocios, sin este tipo de sistema financiero, las personas solo disponen de limitados ahorros para poder atender sus necesidades.

Es así que Quispe y Seminario (2020) describen que las operaciones bancarias de tipo online antes de la pandemia, no representaban ni el uno por ciento de todas las transacciones que se realizaban, por lo que estás instituciones siempre estaban aglomeradas, hoy en día y gracias a las operaciones digitales hay un continuo descenso de los clientes que asisten de manera física a los bancos. Es verdad que aún vamos a paso lento, pero se espera que el crecimiento de estas plataformas digitales siga aumentando.

Es así que hay un cambio en el comportamiento del consumidor peruano, así como en el sistema financiero, a nivel mundial, se siguen implementando los canales digitales, lo que reduce el costo administrativo y de operaciones, así también beneficia a los clientes ya que usar los canales digitales tiene costo cero. Actualmente se busca mejorar la experiencia y captar más clientes a bajo costo,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

para lo cual se está implementando mayor tecnología como el *Fintech*, o tecnologías que permitan generar una ventaja competitiva en los procesos, una de ellas es la *big data* y el *blockchain*, lo que permitirá reducir los errores y tomar mejores decisiones con respecto a la información clasificada (Vector ITC, 2019).

1.7.3. Big data y blockchain

Un conjunto o combinación de datos utilizados para recopilar y administrar datos. No solo permite el procesamiento y análisis de datos, sino que también facilita la toma de decisiones efectiva, mejora la aprobación de créditos, la gestión de riesgos, la banca de inversión y la venta cruzada. Eliminar la asimetría de información. Por lo tanto, el concepto está implícitamente relacionado con la brecha entre la inclusión financiera y la tecnología puente.

Las cadenas de bloques o blockchains, por su parte, son registros descentralizados de datos, ya que son bases de datos compartidas dentro de una red descentralizada de algoritmos encriptados que dificultan la manipulación de la información con fines delictivos (Vargas, 2021a). Sin embargo, para que esto funcione de manera eficiente, más personas usarán la banca digital y se sentirán incluidas, por lo que la inclusión financiera debe promoverse e integrarse como un estándar básico. Esto es importante. La banca digital también permite controles financieros más estrictos que reducen la informalidad, la evasión de impuestos y más (Mayo et al., 2020). Por ello, los gobiernos han adoptado estas tecnologías y, a través de diversas leyes,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

las han puesto a disposición de la población, tanto en nuestro país como en otros países de la región, y en los primeros países del mundo donde esto es así. están particularmente interesados en fomentar el uso a escala, las tecnologías implementadas tienen un mayor nivel de accesibilidad, ya que los residentes las utilizan desde hace mucho tiempo y están muy motivados para usarlas (Jocevski, Ghezzi & Arvinsson, 2019).

1.7.4. Inclusión financiera

La inclusión financiera se está convirtiendo en una herramienta importante para reducir la pobreza e impulsar las economías locales. Por lo tanto, la inclusión financiera es una variable importante a medir y controlar para sostener el crecimiento de la población y su impacto en la calidad de vida (Romero-Álvarez et al., 2019)

Otro concepto de inclusión financiera es el acceso y uso de servicios financieros formales. Hay tres factores: acceso, calidad y uso. El acceso se refiere a la accesibilidad a los servicios financieros, mientras que la calidad se refiere a las características de los servicios o productos ofrecidos por las empresas financieras que deben adaptarse a las necesidades de los clientes. Finalmente, el uso es el grado en que los clientes utilizan los servicios y productos ofrecidos por las instituciones financieras (Riojas y Flores, 2021). Barreras para una mayor inclusión financiera, las anteriores se explican a continuación.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Son varios los factores que explican el impedimento de la inclusión financiera según la federación Latinoamericana de Bancos (Felaban, 2019):

a) Trabas legales o regulatorias

b) Altos costos de interés de los bancos

c) Competencia sin la supervisión formal

d) Falta de educación financiera

e) Falta de control de las tasas de interés activa o pasivas

f) Falta de incentivos económicos

g) Desconfianza por parte de las personas en el sistema financiero

h) Informalidad económica

Lo que se busca es que haya una mayor inclusión financiera, actualmente en el Perú se aplicó una política expansiva, la cual ha permitido disminuir la tasa de interés de 2.25 % al 0.25 % con el fin de dinamizar la economía. Así mismo se ha restructurado los créditos otorgados, así también se ha facilitado el dinero electrónico bajo las aplicaciones (Vargas, 2021).

Para Fernández (2008, p. 43), por ejemplo:

> (…) cuanto más grande y solido es el sistema financiero de un país o una región, mayores serán las oportunidades de inversión que se irán creando y explorando, lo que permitirá un crecimiento económico sostenido y la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

subsecuente mejora en los niveles de empleo y de vida. Si el mercado financiero es pequeño y débil, pocas será las oportunidades de inversión que puedan ser aprovechas adecuadamente y el país o región estará condenado al estancamiento y la pobreza.

Otros beneficios de la inclusión financiera según la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (2015) son: generar un mayor acceso de los medios electrónicos tanto de pago como de cobro; cuidar tanto la seguridad de los ciudadanos como de los comerciantes, contribuir a la formalización de las empresas y combatir la evasión de los impuestos, ratificar el derecho del colaborador ya que puede elegir la forma de cobro y pago, fomentar una mayor transparencia, prevención, detección y sanción de delitos como por ejemplo el lavado de activos y los delitos de corrupción. Otro beneficio es que permite el ahorro y el crédito para poder invertir en algún proyecto empresarial o en educación (Riojas & Flores, 2021).

Es importante que el gobierno pueda aprovechar la innovación digital que se está dando para obtener una mayor inclusión financiera y sobre todo la población será beneficiada, tanto el sector público como privado deben de trabajar de la mano para obtener un mayor crecimiento económico en el país (Vargas, 2021).

Por lo que la inclusión financiera juega un rol importante, así mismo a mayor inclusión financiera, mayor oportunidad de negocio, lo cual genera recursos para la

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

educación, un ahorro previsional y permite manejar los riesgos. Sin embargo, algunas personas no tienen la confianza en este servicio o por motivos culturales se autoexcluyen del sistema. Pero un sector que es discriminado por las entidades bancarias, comprende a las personas que tienen bajos ingresos o tienen un elevado riesgo de pago (Zamalloa, 2017).

Por otro lado, el Covid-19, de alguna forma ha agravado las desigualdades en cuanto a los aspectos sociales, económicos y de género, pues tan solo para el 2030, la pobreza extrema aumentaría en 207 millones de personas (Naciones Unidas, 2020, citado en Vargas, 2021). En cuanto al desempleo, en América Latina, se estimó que se llegaría a los 41 millones para el 2020, generando mayor hambre y pobreza (Organización Mundial de la Salud [OMS, 2020], citado en Vargas, 2021b). En tal sentido es importante que se siga impulsando el acceso a los distintos servicios financieros, sobre todo a los sectores más vulnerables, con un servicio rápido, eficiente y de calidad, para mejorar la calidad de vida de los peruanos.

Un estudio realizado en Colombia, por Muñoz y Jaramillo (2019), demuestra que, hay una relación entre la bancarización y el crecimiento económico, el cual permite el mejoramiento en la calidad de vida de los colombianos.

Otro estudio realizado en Chile, sobre un diagnóstico y la realización de una propuesta de mejora en el nivel de la inclusión financiera, se encontró que, a un mayor aumento de la inclusión financiera, provoca un mayor desarrollo y mejor

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

calidad de vida en las personas más vulnerables, por ende, una disminución en la pobreza, generando un apalancamiento del crecimiento económico y la estabilidad económica tanto a nivel nacional como a nivel local (Riojas & Flores, 2021).

Así también, en un estudio, realizado en el Perú, en la provincia de La Libertad por Urquiaga (2021), afirma que existe una relación positiva entre la inclusión financiera y el crecimiento económico, lo que permite un mayor uso de las cuentas de depósito, cuentas de crédito y el uso de los servicios digitales generando un crecimiento económico constante.

Para López (2017, citado en Riojas & Flores, 2021, p. 2):

> (…) el Perú es el país con más regulaciones en Latinoamérica, son embargo, es el cuarto país con menor Bancarización con un 35% de la población, por ello, es importante identificar las estrategias de inclusión financiera para mejorar el sobre endeudamiento de las personas.

Con respecto a la pandemia, la inclusión financiera guarda una relación entre el desempeño económico y la recuperación de la crisis en ese sentido, comparando los países de Chile, Colombia, México y Perú, se puede encontrar que, el que tiene una menor inclusión financiera, es México y curiosamente es el país que no ha logrado recuperarse en su totalidad en lo que se refiere a la actividad económica, sin embargo Chile es el que tiene una mayor inclusión financiera y es el que más

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

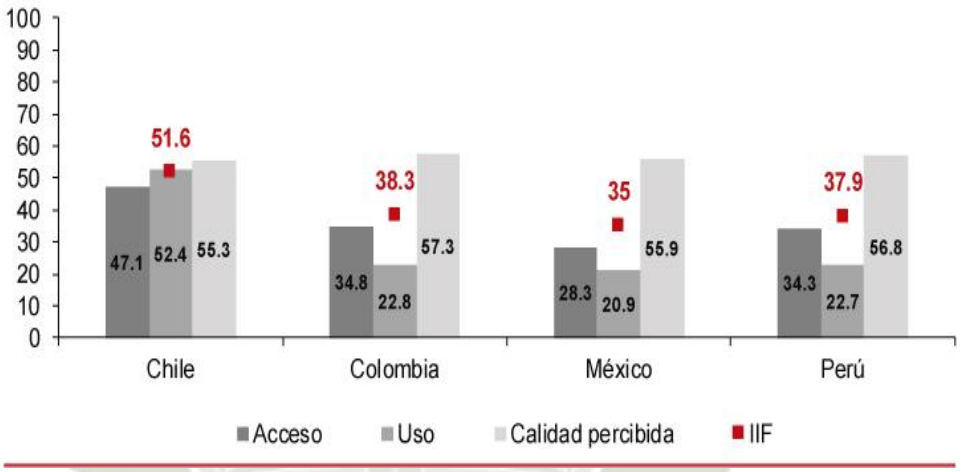
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

rápido se ha recuperado para el tercer trimestre del 2021. Colombia se encuentra en segundo lugar en cuanto al país más afectado, así como el segundo en inclusión financiera, y así también para el tercer trimestre, superó los niveles de actividad antes del Covid-19 (Comex Perú, 2021).

Figura 2

Índice de Inclusión financiera y sus componentes



Nota: Tomado de Comex Perú (2021).

1.7.5. Digitalización

América Latina actualmente se ubica a mitad de camino en relación con el resto del mundo en términos de digitalización, con una gran cantidad de dispositivos electrónicos en red en el hogar.

Cuando comenzó la pandemia, Italia, que fue el primer país en iniciar una cuarentena, triplicó el uso de videoconferencias. En los EE. UU., el uso de la aplicación *Microsoft Teams* se ha duplicado.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Para combatir la pandemia y mantener a las personas trabajando, Internet ahora juega un papel vital en nuestros hogares. Estas soluciones digitales de alguna manera revelan la brecha que existe entre las áreas urbanas y rurales (Agudelo et al., 2020).

En los próximos años, las empresas seguirán invirtiendo en tecnologías especialmente relacionadas con redes, desarrollo de sitios web, aplicaciones (apps), computación en la nube, análisis de datos, big data y cibernética, mejorando así la calidad de vida de las personas. llenar estos huecos. Sistemas de seguridad y transacciones (ERP o CRM). Si bien la pandemia en sí ha acelerado la digitalización de las empresas, los desafíos restantes son anticipar el cambio, crear propuestas de valor, asociarse con otras empresas y describir y predecir los hábitos de compra y gasto de los clientes. Finalmente, se debe tener cuidado para minimizar los riesgos asociados con la seguridad (prevención del fraude) o las violaciones de la privacidad (Marketing Pad, 2020).

1.7.6. Transformación digital de la banca

Los hábitos de consumo han cambiado y el entorno ha permitido a las empresas bancarias hacer cambios rápidos. Se identificaron tres fases de transformación.

Primero: Desarrollo de nuevos canales de productos y servicios.

Segundo: Adecuación de infraestructura tecnológica.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En tercer lugar, realizar cambios significativos en la empresa para posicionarse en un entorno digital (Cuesta et al., 2015)

La participación del canal online en las compras era del 1%, mientras que antes de la pandemia alcanzaba apenas el 20% en cuanto a compras de salud, los artículos y servicios para el hogar aumentaron. Mientras tanto, el gasto en transporte, restauración, moda, alojamiento y servicios turísticos está cayendo (BBVA Research, 2021).

En esta era digital, los consumidores quieren un acceso fácil y rápido a los productos y servicios, y los bancos compiten constantemente para satisfacer estas necesidades. Los teléfonos inteligentes continúan jugando un papel clave ya que eliminan barreras y permiten el crecimiento de estos servicios entre los consumidores sin necesidad de ir al banco para realizar transacciones (Clavijo & Rincón, s. f.). Todo esto coincide con la globalización, el progreso tecnológico y el desarrollo de diferentes variantes del capitalismo (Vargas & Hernández, 2022).

1.7.7. Dinero electrónico y billetera digital

La ley que regula las características básicas del dinero electrónico, como instrumento de inclusión financiera es la Ley N° 29985, la cual fue aprobada en enero del 2013. Esta norma tiene como objetivo beneficiar a las zonas más vulnerables o zonas rurales, donde la banca comercial no llega con la cobertura suficiente, para darles mayores facilidades en cuanto a pagos y transferencias de manera segura y sobre todo a bajo costo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Esta Ley permite la regulación adecuada del dinero electrónico, que implica realizar operaciones, reconversión de efectivo, transferencias, pagos, o cualquier movimiento siempre y cuando el titular disponga del valor monetario para poder realizar cualquier operación (Santiago et al., 2013).

Así también, esta ley permite la creación de Empresas Emisoras de Dinero Electrónico (EEDE), las cuales tienen como fin principal, la emisión del dinero electrónico. Además, la EEDE, puede trabajar con terceros para canalizar sus operaciones. Según esta ley, para poder acceder al dinero electrónico se deberá de acercar a una entidad bancaria, entregar el dinero en físico y este se convierte en dinero virtual, y el cliente lo puede utilizar para realizar las transacciones a través del celular u otro dispositivo electrónico, así mismo existe un contrato de por medio, entre el banco y el cliente (Santiago et al., 2013).

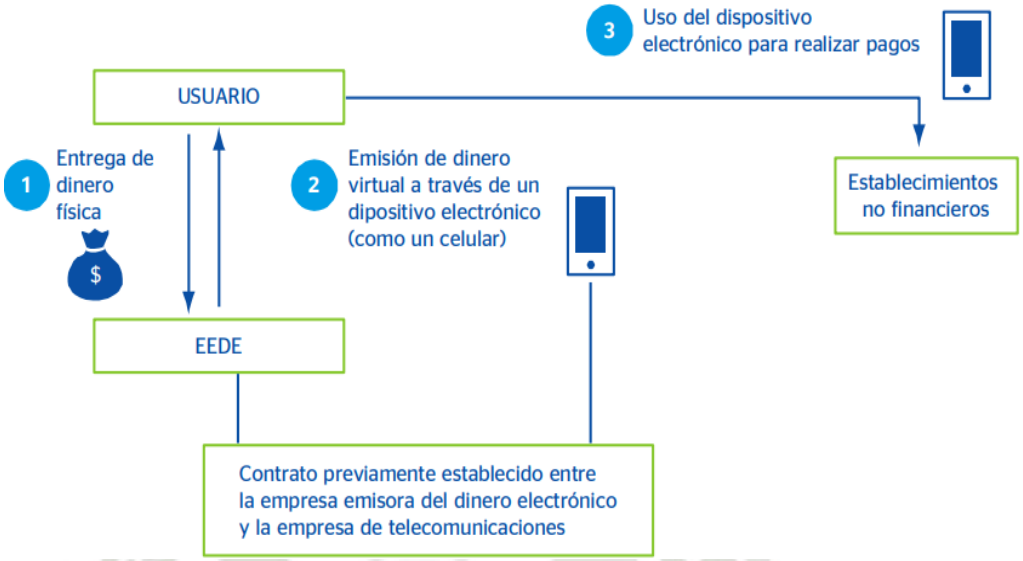
De este modo, la ley promulgada en Perú es muy beneficiosa para la población pues contribuye a la inclusión financiera (Rodríguez, 2014). A continuación, se explica con un esquema el funcionamiento del dinero electrónico (ver Figura 3).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 3

Esquema del funcionamiento del dinero electrónico



Nota: Tomado de Potencial de la banca móvil en Perú como mecanismo de inclusión financiera, BBVA (2013).

Sin embargo, estudios recientes han señalado que la brecha digital, con respecto al uso de celulares, entre habitantes de zonas urbanas y rurales es una limitación para el uso de billeteras digitales u otros aplicativos que harían más fáciles las transacciones económicas y otras actividades cotidianas (Franciskovic & Miralles, 2021).

En general, el uso del celular como dispositivo para hacer transacciones comerciales o bancarias, ha registrado variaciones a lo largo del tiempo con una tendencia creciente, pero con variantes según la región o país del que se trate, pues los factores socioeconómicos y culturales tienen un afecto, indirecto o a veces

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

directo en el uso de las tecnologías digitales, ya sea que la desigualdad económica mantenga o genere brechas digitales entre los habitantes, en desmedro de los menos favorecidos económicamente, o que determinadas costumbres de la población, actúen como barreras para la ejecución de actividades de forma digital o remota (Wu, Liu & Huang, 2017). Asimismo, los celulares NCF (Near Field Communication) comenzaron a usarse desde el 2002 y se traducen como Comunicación por Campos Cercanos que es un tipo de tecnología inalámbrica de alta frecuencia y de corto alcance que permite conectar dispositivos para el intercambio de datos de diversa índole. En el caso de los celulares, la tecnología NFC es compatible con smartphones que cuentan con un sistema operativo Android, y que tendría su contraparte análoga en el Bluetooth, que tiene una mayor capacidad para envío de datos y la velocidad de envío, dado el volumen de información con que trabaja. En ese sentido, mientras el NFC se utiliza básicamente para sincronización de dispositivos, el Bluetooth es usado para la comunicación. Además, el NFC se utiliza para hacer pagos, por lo que constituye un elemento básico de las billeteras digitales y otras formas de pago como las pasarelas de pago. Bluetooth en cambio se aleja de las transacciones comerciales porque sirve para transferir archivos, mostrando videos, audios, textos, etc. Así, pues el NFC vendría a ser la base tecnológica con que se opera en las billeteras digitales, parte relevante del e-commerce. Ahora bien, la tecnología NFC no solo se emplea en aparatos

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

móviles que funcionan con Android, sino también con casi todos los dispositivos móviles, ya que con el paso del tiempo se ha venido perfeccionando, y no hace falta licencia para utilizarlo, por ello ha sido incluido en diversas tecnologías. Pero hay que tener en cuenta, que por ejemplo con Android es posible activar la función de NFC haciendo click en la respectiva función del menú de notificaciones, mientras que en dispositivos como iPhone no se puede activar y desactivar la función, ya que Apple solo utiliza para sus dispositivos móviles Apple Pay.

Sin embargo, aunque el hecho de que se requiere de cierta cercanía para su uso adecuado, esto no exime que puedan copiarse los códigos del chip para usos fraudulentos. A pesar de este inconveniente, la tecnología NFC es la más utilizada para los pagos con celular.

Por otro lado, las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico (EEDE) no tiene el permiso para brindar créditos a las empresas o personas, solo pueden realizar actividades de tipo transacción, sin embargo, debido a la pandemia y al contexto por el que estamos viviendo la empresa Yape busca brindar crédito a partir de su aplicación y otros beneficios, así también busca independizarse del BCP.

Según Rodríguez (2014), bajo este sistema hay varios tipos de pagos móviles como, por ejemplo:

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

- P2P o también llamado Persona a Persona, es la transferencia de dinero de aquellas personas que se encuentran en otro país.
- P2B o persona a empresa, es el pago por la compra de algún bien o servicio o pago de facturas.
- B2P, es también llamado *m-commerce* es cuando las empresas realizan pagos a las personas como salarios, bienes entregados.
- G2P, gobierno a persona, es cuando un organismo oficial realiza un pago, como por ejemplo un salario o transferencia social hacia una persona.

El comercio electrónico antes de la pandemia avanzaba a paso lento, pero con la cuarentena y por la necesidad de realizar pagos y transferencias entre otros dentro del contexto de inmovilidad social, aceleró la banca digital. Hoy en día se realizan compras de tipo on-line de todas las edades (Campbell et al., 2020), para realizar estas compras lo que se usó fueron los smartphones, computadoras o *tablets*, desde la comodidad del hogar sin la necesidad de exponerse al salir a comprar de manera física.

En cuanto a los principales consumidores de compras de tipo *on-line* fueron los *millennials*, antes de la pandemia, posteriormente a ella, otros grupos de personas de distintas edades o grupos generacionales, aprendieron su uso por la necesidad de realizar este tipo de compras. Por otro lado, el *e-commerce* permite optimizar el tiempo, puesto que los productos llegan hasta la puerta del hogar. En ese sentido,

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

otro factor importante son las promociones que se hacen para estimular el uso del *e-commerce*, que suponen la baja de precios y descuentos económicos de hasta un 70 % en comparación a las compras en físico por el mismo producto (Saldaña-Pérez et al., 2021).

El 57 por ciento en América Latina desconfía al realizar una transacción por miedo al fraude o que pueda existir una malversación a la hora de realizar la transacción. En cuanto al uso de celular, las personas dedican el 86 por ciento de su tiempo a las aplicaciones, el 14 por ciento lo destinan para navegar en internet (Castellanos, 2021).

Para incrementar el crecimiento de las billeteras digitales como Yape, Tunki y BIM, el gobierno utilizó las plataformas digitales para efectuar los pagos de los bonos para las personas vulnerables, permitiendo el incremento de nuevos usuarios gracias al Banco de la Nación (Barragán, 2021).

1.7.8. E-commerce

Se define al *e-commerce* como cualquier tipo de transacción de bienes o servicios. La tendencia a nivel global es la adquisición de bienes y/o servicios por medios digitales, actualmente el comercio electrónico en nuestro país se ha incrementado al 87 por ciento en el 2020 es el más alto en comparación de otros países de Latinoamérica por ejemplo Brasil (61%), México (50%), Argentina (39%), Chile (46) y Colombia (53%). Por otro lado, se ha encontrado que el 58 por ciento de las

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

personas realizaron búsquedas en *Google* relacionadas a comprar en línea o recoger sus productos en la tienda, es decir que hoy en día las personas eligen entre más canales de distribución y distintos medios de pagos según sus necesidades. Así mismo el 80 por ciento de las personas afirman que su celular es importante para realizar este proceso (El Comercio, 2021).

Así, el comercio electrónico ha surgido como una nueva forma de hacer negocios, como consecuencia directa de la revolución tecnológica que se ha introducido con más fuerza debido a la pandemia, y cuya consecuencia ha sido el alineamiento de los negocios con sistemas de venta y pago vía electrónica (Estupiñán, 2019).

Para Encala et al. (2020), el dinero electrónico es la base para los negocios electrónicos, se podría indicar que existe un flujo de economía moderna, ya que estos fueron creados por instituciones financieras.

Por otro lado, las billeteras digitales representan para el 2021, el 19.2 por ciento del gasto en *e-commerce* en Latinoamérica, este tipo de preferencias de pago por los consumidores, siguen alejando al efectivo y a las tarjetas de crédito, con los beneficios antes expuestos (Frecuencia Money, 2022).

1.7.9. E-commerce en el mercado y algunos sectores con mayor impacto

Por otro lado, dado que la pandemia ha afectado a determinados sectores laborales y económicos, más que a otros, vamos a comentar el uso del e-commerce en

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

algunos de los sectores que se han mantenido vigente durante la pandemia de Covid-19. Así pues, en diversas partes del mundo, los rubros que siguieron operando fueron el de alimentos, entidades financieras y el sector comercial pero dentro de determinados parámetros de funcionamiento para prevenir el contagio del coronavirus a través del uso de protocolos e implementos de bioseguridad (Cusirramos et al., 2020).

En el caso del sector de alimentos, por ejemplo, seguían funcionando mercados, tiendas de abarrotes y restaurantes, aunque en este último caso, su funcionamiento se restringió a la modalidad de delivery, que se vio fuertemente estimulada en diversos países de la región, con un incremento de hasta el 17 % comparando el 2017 y el 2020, y del 92 % entre el 2020 y el 2021, aunque los repartos que se hacían no solo se circunscribían a alimentos, pero sí eran preferentemente dentro de este rubro (Macías et al., 2021). Asimismo, estudios en este campo, incluso a nivel de la macro región sur de Perú, han determinado que el factor más determinante para el crecimiento económico de los delivery de comida, ha sido el cuidado de la salud y el cumplimiento de los protocolos de bioseguridad (Lázaro & Quispe, 2021).

Por otro lado, en el caso de los restaurantes, se ha visto que su desarrollo comercial mediado por canales electrónicos ha sido impulsado de forma constante y exponencialmente creciente, por el uso de redes sociales y el e-WOM, es decir

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Word of Mouth electrónico, vale decir que los clientes de restaurantes han basado su decisión de compra en función de los comentarios de las redes sociales con respecto a diversos atributos de los servicios ofertado en el ramo por diversas empresas, ya que las compras se hacían por delivery, y por ende, los potenciales compradores consultaban las redes sociales y la internet en general para conocer acerca de las ofertas de servicios de alimentos en sus diferentes modalidades. Asimismo, diversos factores sociales, económicos y de personalidad se han asociado con la compra por internet en este tipo de servicios (Haro et al., 2022).

En cuanto al rubro del comercio, evidentemente que el *e-commerce* ha generado grandes beneficios en diversos aspectos, siendo uno de ellos el del marketing. Así, el marketing digital permite obtener métricas relacionadas con el mercado que se pueden utilizar para enfocarse en el cliente, promoviendo un desarrollo estratégico y consolidando una marca institucional propia, aspectos todos estos que elevarán la rentabilidad de la empresa (Núñez & Miranda, 2020). De forma muy particular, algunos estudios han generado evidencia empírica de que el marketing digital es especialmente influyente en el caso de las empresas emergentes, porque maximizan las posibilidades de visibilización de los negocios a través de diversos canales como redes sociales, *Instagram, Whatsapp*, etc. (Pitre et al., 2021). Por esta razón, el comercio electrónico ha favorecido el nivel de ventas de los sectores comerciales, la industria y los servicios, tanto de las grandes como las pequeñas empresas; pero

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

de forma más evidente en estas últimas (Sanabria et al., 2020). Asimismo, el desempeño financiero de las pymes no solo se ve afectado positivamente por el aumento de las ventas, sino también por la reducción de costos operativos mediados por el uso de la tecnología (Cardona et al., 2022).

Asimismo, se ha visto que el consumo de plataformas e-commerce está determinado por los comentarios que se hacen los usuarios en los espacios digitales de los negocios, siendo las mujeres adultas jóvenes, quienes tienen mayor predisposición a basar su decisión de compra o de consumo, por los comentarios; aunque hay que señalar que la información en este aspecto no es del todo concluyente, porque otros estudios indican que ni el sexo ni la edad, son determinantes del consumo, aunque esto último suele ocurrir en países donde la brecha de género es corta entre varones y mujeres (Linero & Botero, 2020).

Ahora bien, otro sector que se ha visto beneficiado por la pandemia es el sector financiero, porque los bancos, cajas y compañías de seguros, etc. No solo continuaron sus operaciones durante la pandemia, sino que se vieron incrementadas, pero sobre todo en su forma de banca digital dadas las restricciones sociales. En ese sentido, diversas modalidades de pago como las billeteras digitales, las pasarelas de pago, y muchas otras han dinamizado las transacciones financieras, sin la necesidad de cargar efectivo o de acercarse al banco. Estas prácticas comenzaron con el establecimiento de agentes en las bodegas, que permitían

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

descentralizar las funciones bancarias por medio de la tecnología; y poco después se implementaron los aplicativos por celular, con las llamadas billeteras digitales, que, aunque tienen determinadas limitaciones, agilizan y diversifican las formas de pago de servicios y compra de productos. Además, del mismo modo como en los casos anteriores, la banca digital ha favorecido a los pequeños negocios a y a los emprendedores (Ruano et al., 2020); por lo que se reconoce que el e-commerce y la banca digital, favorecen la inclusión financiera, y con ello, se elimina la pobreza, se promueve el trabajo y el bienestar, y se reducen las desigualdades (Vargas, 2021a). A continuación, se profundizará más en esta modalidad de pago, con varias investigaciones sobre el tema.

1.7.10. Billetera digital

Según Cotrina y Pumalmi (2020, p. 32), señala que:

> El Perú es considerado uno de los países con mejor ambiente para promover la inclusión económica, pero las diferencias marginales en diferentes regiones también indican la necesidad de estrechamiento. Esta realidad requería soluciones técnicas para innovar la disponibilidad y uso de estos servicios financieros.

Desde esta perspectiva nació BIM. En 2016 ya hubo 8.000 eventos y en 2018 10.000 tiendas, uno de cuyos servicios fue la carga de móviles, pago de servicios básicos y pago a proveedores, compras y pago del impuesto sobre la renta personal y corporativo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Bueno, en el 2013 se reunieron miembros de todos los bancos privados del Perú y convocaron a las dos federaciones reguladas de instituciones de microcrédito del país: ASOMI y FEPCMAC (Federación de Cajas de Ahorro Municipales). La regulación del dinero electrónico como iniciativa. Para el 2014 lanzó un proyecto de dinero electrónico llamado Modelo Perú. Esta estrategia "creó un entorno operativo unificado y co-desarrolló un ecosistema de pago simple para competir con los usuarios finales y permitir la inclusión financiera" (Trivelli, 2017, párr. 3).

Luego, en 2015, se creó una empresa llamada Peruvian Digital Payments para implementar el modelo peruano.

En 2016, se introdujo la primera “billetera digital”, que permitía a los clientes realizar transferencias de dinero electrónico desde cualquier teléfono inteligente, y era “un marco legal y regulatorio” (Abad et al., s./f.)

1.7.11. Principales billeteras digitales

En el 2017, el BCP (Banco de Crédito del Perú), realizó el lanzamiento de una nueva marca de aplicación, la cual tiene como función realizar transacciones entre personas, mediante un celular inteligente, sin realizar la transacción de manera presencial en una institución financiera. Esta aplicación fue nombrada como Yape, actualmente es una aplicación bastante reconocida en el ámbito del *Fintech*, es así que a partir de esta aplicación nacieron otras con las mismas funciones como, por ejemplo: BIM, Plin, Tunki y Lukita (Ruiz, 2020), sin embargo, la billetera BIM, es la que más se utiliza en lugares más alejados.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Con respecto al *Fintech*, este concepto hace referencia al hallazgo de soluciones eficientes para distintas operaciones relacionadas al sector bancario-financiero con el fin de innovar y crear nuevos productos o servicios a un precio accesible (Silva, 2017).

En la actualidad este aplicativo se encuentra posicionada en el mercado, sin embargo, está aplicación ha pasado por varias fallas técnicas como por ejemplo la retención del dinero por fallas del sistema. Otro problema fueron los robos o estafas por terceras personas, los cuales han generado que las personas mayores de edad sientan rechazo por este sistema (Ruiz, 2020).

Es por ello que las empresas siguen invirtiendo en nuevas metodologías y herramientas dentro de sus procesos para brindar al consumidor una mejor experiencia en cuanto a la calidad y servicio. Así también busca seguir fidelizando a sus clientes, sobre todo cuando hay una falla en el sistema. Un caso reciente se dio en abril de este año, con la promoción “la semana pasada te fallé, por eso hoy #YapeTeEngríe”, llévate un cuarto de pollo más papas a cinco soles, esta promoción se lanzó por redes sociales, para acceder a la promoción se debía mostrar que contaban con el aplicativo, de esta forma consiguieron fidelizar a más clientes (La república, 2022).

Así mismo, se están desarrollando canales digitales alternativos, que brindan una mayor cultura financiera, la incorporación de la internet y la digitalización de los

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

servicios que ofrecen las instituciones bancarias, porque representan ventajas competitivas muy valiosas en el mercado.

Por su parte Bill Gates señala: la "banca es esencial, los bancos no". Está frase explica en palabras sencillas, que lo que se busca es realizar una transacción de manera fácil y rápida. Hoy en día a nivel mundial, varias empresas cuentan con este sistema de pago como *Apple pay, Amazon, Payments, Google Wallets* (Devotto, Olivas & Seminario, 2020).

Las preferencias de pago hoy en día han cambiado, históricamente una falta de infraestructura bancaria adecuada y sumando a ello la pandemia del 2019, ha permitido que las billeteras electrónicas sean los medios más solicitados y favoritos para afrontar este problema. Lo mismo señala el informe de Capgemini (2020, citado en Arrunategui & Tolentino, 2021) según el cual, los consumidores prefieren comprar y pagar a través de transacciones digitales, en base a datos de 8604 personas, quienes reconocen que son siete los factores los cuales los motiva a utilizar las billeteras digitales:

1. Facilidad, comodidad y rapidez.
2. Pagar en cualquier momento
3. Seguridad en la transacción
4. Descuentos y recompensas
5. Disponibilidad de varias opciones de pago

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

6. Gastos fáciles de rastrear

7. Facilidad de conectarse a otras aplicaciones

Así mismo, las personas de 56 años a más, afirmaron que realizaron pagos de manera digital sobre todo en el confinamiento, ahora estas herramientas tienen una mayor demanda por la Generación Z, los nativos digitales, está generación se siente atraída por los canales digitales, es decir por medios flexibles y sobre todo que se centre en el uso de los celulares más que cualquier otra generación (Arrunategui & Tolentino, 2021).

Según el Diario Gestión (2016), señala que: el 80 % de nuestros clientes serán nativos digitales alrededor de tres a cuatro años en adelante es por ello que se identifican como el banco con más *millennials*, transformación digital apunta a la creación de experiencias distintivas para ellos.

En cuanto a la aplicación, Yape es la más utilizada en todo el Perú, ya que su diseño es fácil y práctico, permitiendo realizar transferencias de manera virtual, sin cobrar comisiones. Actualmente tiene más de 8 millones de usuarios, y para realzar las operaciones solo se necesita obtener el código QR o elegir uno de los contactos que se encuentran en el celular, luego seleccionar el monto de dinero y realizar la transacción.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

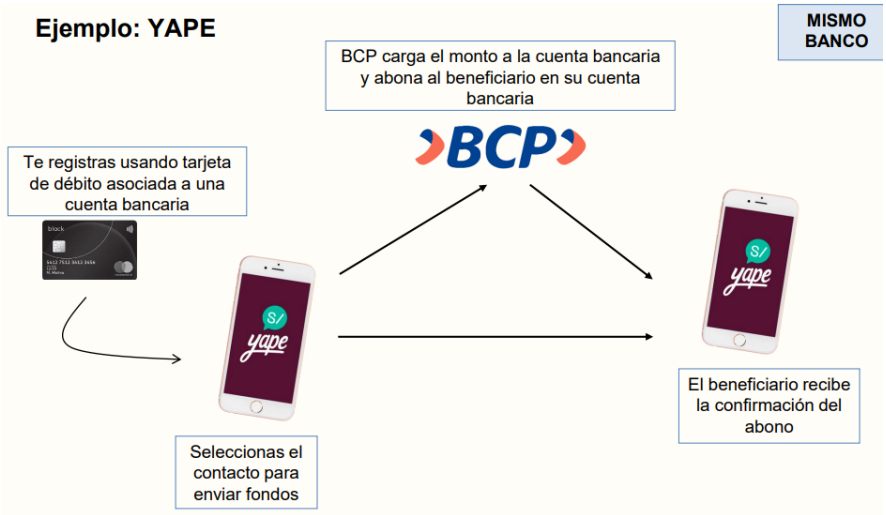
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Para utilizar esta aplicación no es necesario tener una cuenta del BCP, solo se necesita el DNI, sin embargo, para retirar el dinero es necesario ir a un cajero.

Figura 4

Cómo se utiliza la transferencia de Crédito como instrumento de pago



Nota: Tomado de Salcedo (2022), Repositorio UPC. https://redirect.is/c5oama5

Yape no generaba mucha confianza, sin embargo, el tener un respaldo de la empresa BCP, permitió ser una nueva alternativa en las transacciones, sobre todo en la pandemia, por otro lado, en cuanto a las herramientas que utilizó está aplicación para hacerse más conocida fueron las siguientes:

a) Marketing de boca a boca: Está herramienta ha permitido que YAPE gane una mayor participación en el mercado, es decir que las personas conocían la aplicación debido a que sus familiares utilizan las billeteras digitales. Es así que recomendaban descargar el aplicativo, así mismo los establecimientos que utilizan

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

este aplicativo, como por ejemplo las bodegas, microempresas y los taxis permiten que las personas se animen a utilizar este servicio de manera más constante (Corcuera et al., 2021).

b) Publicidad: Otra herramienta importante ya que tuvo una mayor participación en las redes sociales como *Facebook* y la publicidad *web*. Lo que ha buscado la empresa es conectar con los jóvenes que buscan la practicidad en un servicio o producto. Un claro ejemplo es el *spot* publicitario el cual se transmitió en Facebook llamado "No es un banco, es Yape". Así mismo se comunicaron los principales beneficios y cómo es que se diferencian de los bancos (Corcuera et al., 2021).

c) Promoción: La empresa Yape ha tenido convenios con Claro, con la campaña "No te quedes sin saldo, recarga tu celu y aprovecha estas promos", "5 GB por cinco soles, 7 GB por siete soles y 10 GB, por diez soles".

Así también tienen otro convenio con la aplicación Warda, que permite ahorrar mediante otra aplicación. Otras empresas con las cual tiene convenio son paga con Oxxo y paga con Gabify (App Yape, s./f.).

d) Eventos y experiencias: Se han realizado concursos para obtener mayores usuarios, como, por ejemplo: "Descarga Yape y obtén 10 soles de saldo", así también se lanzaron distintas campañas a través de *Facebook* e *Instragram* (Corcuera et al., 2021).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

e) Relaciones públicas: Está técnica suele tener campañas sobre donaciones a diversas instituciones, y hoy en día se realiza una campaña para Magia, una donación para los niños con cáncer.

Es así que hoy en día, escuchar la palabra “yapeame”, se refiere a la transacción del día a día, desde una pequeña bodega a grandes empresas.

Figura 5

Logotipo Yape

Nota: Tomado de seeklogo (2022), https://images.app.goo.gl/SWmmB4ak 1JGBvr6u5

Otro ejemplo de billetera digital es Tunki, la cual es una app del banco Interbank la cual permite a las personas enviar y recibir dinero entre cuentas de seis bancos (BBVA, Interbank, Scotiabank, BanBif, Caja Arequipa, Caja Municipal de Ica) sin cobrar comisión en cualquier momento y de manera inmediata a través del código QR o por los contactos del celular de tipo *Smartphone*, así también se puede retirar el saldo desde cualquier cajero *Global Net.*

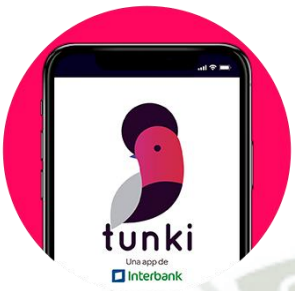
Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Figura 6

Logotipo Tunki



Nota: Tomado de tunki (2022), https://tunki.com.pe/registro-con-tarjeta-debito.html

Límites en el uso de la Billetera Tunki:

- Máximo de 500 soles en envíos de dinero en un día
- Máximo de 500 soles en pago de servicios en un día
- Máximo de 500 soles en cada pago o compra en un comercio

Para realizar retiros de dinero se necesita obtener una Visa Débito Clásica de Interbank. Una vez que tengas tu tarjeta estas son las opciones:

- Retiro en Agentes Interbank (ilimitados).
- Retiro en Cajeros Global Net (ilimitados).
- Retiro en Ventanilla de Tiendas Interbank (1 por mes).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En cuanto a este aplicativo en la actualidad cuenta con más de 180 establecimientos afiliados como, por ejemplo: restaurantes, cafés, tienda de ropa, joyerías, hoteles, etc.

Por último, Lukita es una aplicación de BBVA, herramienta que te permite realizar transferencias bancarias tan solo con el número de celular, sin necesidad de contar con el número de cuenta. Se pueden realizar transferencias bancarias tanto en soles como en dólares. Al inicio se utilizó esta herramienta sin embargo ahora Plin, otra billetera digital del BBVA, ha desplazado a Lukita. Ahora bien, la diferencia entre el aplicativo de Yape y Plin, es que los aplicativos del BCP trabajan de manera independiente, sin embargo, los aplicativos del BBVA como Plin se encuentra dentro de un solo aplicativo, sin embargo, no es tan conocida como Yape.

Figura 7

Logotipo Plin

Nota: Tomado de BBVA (2022), https://www.bbva.pe/personas/servicios-digitales/plin.html

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Es así que, la transformación digital es importante tanto para las empresas como para los clientes. En consecuencia, conocer los usos de estas aplicaciones y medir la aceptación del mercado para brindar mejores experiencias, es una de las metas de las instituciones financieras, las cuales vienen impulsando estos servicios innovadores.

1.7.12. Crecimiento de las transferencias por medio de las billeteras digitales

Entre los meses de enero y mayo del 2020, las transacciones a través de las billeteras digitales ascendió a 958 000 millones de soles, según el Banco Central de Reservas del Perú (BCR). Es así que entre el 2019 y el 2020 hubo un crecimiento del cuatro por ciento, es decir hay una mayor aceptación por estos medios de pago, así también es el instrumento digital más importante para realizar transacciones pequeñas o pagos minoristas. El crecimiento en esta área fue del 13 por ciento, las aplicaciones utilizadas fueron Yape, Plin, Lukita y Tunki, entre otros. Por último, podemos resaltar que las transacciones con tarjetas de crédito disminuyeron en un 25 por ciento, en cuanto a las operaciones presenciales de tarjetas de tipo débito disminuyo en un 13 por ciento y pagos a través de este medio también disminuyó en un ocho por ciento (El comercio, 2020).

Los monederos electrónicos, son una herramienta potencial, mueven alrededor de 400 millones de soles al mes, el escenario de la pandemia además de acelerar el crecimiento de esta herramienta. También ha permitido determinar cuáles son las

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

principales necesidades que se presentan entre los habitantes de la sierra y selva, los cuales no tienen acceso a una cuenta. Ahora se cuenta con 60000 puntos en todo el país, lo cual es un potencial para la inclusión financiera (InstoreView, 2021).

Por otro lado, en el 2020, el crecimiento de las billeteras digitales en la pandemia, tuvieron un crecimiento del 500 por ciento al 700 por ciento, logrando diariamente alrededor de 25 mil nuevos usuarios. Así mismo este servicio soluciona problemas diarios como por ejemplo en pequeños comercios como en las personas (Andina, 2021). Además, las personas realizan entre cuatro y cinco transferencias al día (Revista Economía, 2021).

1.7.13. Pasarelas de pago

Según Bravo (2020), una pasarela de pago es "un servicio implementado en una tienda virtual que le permite aceptar pagos en línea. Este proveedor es responsable de autorizar los pagos desde la tarjeta del comprador al negocio de comercio electrónico. La principal ventaja de este El servicio es la verificación segura y confiable de los pagos del banco elegido por el usuario (local o internacional) en tiempo real (en cuestión de segundos), mientras el comprador tiene dinero en la tarjeta.

Perú cuenta con varias pasarelas de pago como: Niubiz, Mercado Pago, Pay U, Pay-me, Kushki, Culqi, Izipay, Pago Efectivo, Safety Pay, PayPal. El servicio tiene

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

tarifas similares por porcentaje de ventas, membresías mensuales o la cantidad de soles (Bravo, 2020).

En cuanto a la diferencia entre las billeteras digitales y las pasarelas de pago, en primer lugar, las billeteras digitales suelen realizar micro transacciones de hasta 500 soles a nivel nacional. La única verificación es verificar el nombre completo del propietario, pero las pasarelas digitales te permiten comerciar a nivel nacional e internacional, e incluso realizar tipos de cambio vigentes. Del mismo modo, estas pasarelas realizan la verificación de la disponibilidad del dinero del cliente. También puede agregar múltiples tarjetas de crédito o débito y elegir su contraparte, a diferencia de las billeteras digitales que solo funcionan con una tarjeta. En definitiva, a nivel empresarial, este tipo de servicio es práctico para ejecutar con seguridad cualquier tipo de venta. En cuanto a las similitudes entre ellas, ambas plataformas de pago se encuentran a nivel funcional ya que se pueden realizar desde una computadora o móvil (Bravo, 2020).

1.7.14. Factores sociodemográficos

En términos de género, el 59% de los hombres en los países desarrollados tiene una cuenta bancaria, pero solo el 50% de las mujeres tiene este servicio. Según el Banco Mundial, los factores a favor de no tener una tarjeta de crédito incluyen: a) falta de confianza, b) falta de dinero, c) distancia entre clientes y firmas financieras (Riojas

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

& Flores, 2021) 50% de la población mayor de 18 años tiene una cuenta en el sistema financiero.

Por otro lado, son las mujeres las que tienen mayor riesgo de pobreza, por lo que es importante promover la inclusión financiera de este género. Las mujeres ahora invierten la mayor parte de su dinero en la educación, la salud y el bienestar de sus hijos porque el bienestar de la familia depende de ellas. Esto fortalece a la familia ya que tiene efectos positivos a largo plazo. Algunos estudios encuentran que las mujeres están en desventaja con respecto a los hombres. Por ejemplo, el 65 % de las mujeres tienen cuentas o préstamos financieros, mientras que el 72 % de los hombres utilizan los mismos servicios mencionados anteriormente (Arbulú & Heras, 2019). Teniendo en cuenta los factores anteriores, factores culturales o legales en algunos países impiden que las mujeres tengan las mismas oportunidades económicas que los hombres, de ahí la agenda de inclusión financiera y la igualdad de género a nivel global.

A nivel socioeconómico, observamos que las personas con mayor educación financiera tienen mayores ingresos y tienen más posibilidades de satisfacer sus necesidades básicas, por lo que muestran una actitud más positiva hacia el ahorro. También hay diferencias de género en este nivel, ya que la mayoría de las mujeres en diferentes países tienen menos conocimientos sobre educación financiera que los hombres. En términos de edad, las personas mayores de 60 años y los jóvenes

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

están teniendo dificultades para adaptarse a las finanzas. La primera es desconfianza e ignorancia, la segunda inexperiencia (Raccanello & Herrera, 201).

Por otra parte, las diferencias culturales, son un ejemplo en el cual se pueden observar algunas diferencias; como el estudio que se realizó en los Estados Unidos, donde se encontró que los blancos y los asiáticos son más propensos a estar financieramente más informados a diferencia de los afroamericanos y los hispanos.

1.8.Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

Dado que en los últimos años se ha incrementado el uso de las billeteras digitales por la pandemia del Covid-19, es probable que exista una asociación significativa, entre las variables sociodemográficas y las actitudes positivas hacia las billeteras digitales.

1.8.2. Hipótesis especificas

- Dado que el Banco de Crédito del Perú y el BBVA Continental son las entidades financieras de mayor prestigio y demanda en el país, es probable que las billeteras digitales que respaldan sean las más usadas por la población arequipeña.
- Dado que las billeteras digitales se encuentran mediadas por factores socioeconómicos, es probable que el tener un negocio, el grado de instrucción, el nivel socioeconómico y los ingresos mensuales se asocien significativamente con su frecuencia de uso de las billeteras digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

- Dado que las billeteras digitales se encuentran mediadas por factores socioeconómicos, es probable que el tener un negocio, el grado de instrucción, el nivel socioeconómico y los ingresos mensuales se asocien significativamente con las aptitudes positivas y negativas hacia las billeteras digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO II

2. PLATEAMIENTO OPERACIONAL

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2.1.Tipo de investigación

La investigación que se realizó es de tipo cuantitativa, descriptiva y correlacional, debido a que se procesan los datos cuantitativamente, se describen las principales variables de manera sistemática y actualizada. Por otro lado, es correlacional, porque se va a relacionar la variable sociodemográfica con las billeteras digitales. Dentro de las variables sociodemográficas se evaluará la edad, sexo, estado civil, grado de instrucción, nivel socioeconómico e ingresos mensuales. Con respecto a la variable billetera digital se evaluará con una escala de Likert el uso, frecuencia y aplicación favorita.

2.2.Diseño de investigación

Debido a que la pandemia ha traído cambios, es necesario analizar la información con respecto a los hábitos de consumo en los arequipeños, lo cual permitirá conocer cómo ha evolucionado los medios de pago y cuáles son las aplicaciones más utilizadas.

El diseño de investigación para el presente estudio será de tipo no experimental correlacional transversal, ya que se recogerán los datos en un solo momento con la finalidad de valorar las correlaciones entre las variables de estudio (Hernández, Fernández & Baptista, 2006).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2.3.Operacionalización de variables

A continuación, se presenta la Tabla 2, donde se muestra la operacionalización de las variables.

Tabla 2

Operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	NIVEL DE MEDICIÓN	INSTRUMENTO
Variable Independiente: **Variables sociodemográficas**	Edad	La edad es reportada por la persona	Escala	Ficha sociodemográfica
	Sexo	Masculino	Nominal	
		Femenino	Nominal	
	Estado Civil	Soltero (a)	Nominal	
		Casado (a)	Nominal	
		Viudo (a)	Nominal	
	Grado de Instrucción	Primaria	Ordinal	
		Secundaria	Ordinal	
		Técnico	Ordinal	
		Universitario	Ordinal	
		Post grado	Ordinal	
	Nivel socioeconómico	Alto	Ordinal	
		Medio	Ordinal	
		Bajo	Ordinal	
	Ingresos mensuales	Menos del mínimo	Ordinal	
		Mínimo	Ordinal	
		Más del mínimo	Ordinal	
		de 4000 soles a más	Ordinal	
Variable Dependiente: **Actitudes hacia la Billetera digital**	Actitudes Positivas	ítems 1, 2, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 13, 14, 15 ,16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22	Ordinal	Cuestionario
	Actitudes Negativas	ítems 3, 8, 23 y 24		

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

2.4.Muestra

Para la selección de la muestra se empleó el método no probabilístico, de muestreo por cuotas hasta cumplir con la cantidad de sujetos que corresponde al tamaño de la muestra.

La población arequipeña para el censo del 2017, es de 1 millón 268 mil 941 habitantes, la ciudad urbana arequipeña para el 2017 es de 1 080 635. De modo que para efectos del presente estudio se tomarán datos de las proyecciones que realizó el INEI para el año 2020, es decir que en el 2020 habrá 1497 438 habitantes arequipeños (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI, 2018]).

Además, para el cálculo del tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula:

Figura 8

Calculo Tamaño de muestra finita

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

n = Tamaño de muestra buscado
N = Tamaño de la Población o Universo
Z = Parámetro estadístico que depende el Nivel de Confianza (NC)
e = Erro de estimación máximo aceptado
p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (éxito)
q = $(1 - p)$ = Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado

Nivel de confianza	Z_{alfa}
99.7%	3
99%	2,58
98%	2,33
96%	2,05
95%	1,96
90%	1,645
80%	1,28
50%	0,674

Nota: Tomado de Martínez, C., 2008, Estadística y muestreo.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

$$N = \frac{1497438 * (1.96 * 1.96) * 0.5 * 0.5}{(0.05*0.05) * (1497438-1) + (1.96*1.96) * 0.5 * 0.5}$$

$$N = \frac{1438139.455}{3744.5529}$$

N= 384

Al realizar el cálculo, se obtuvo un tamaño de muestra de 384 personas de Arequipa metropolitana.

2.5.Instrumentos

Se aplicó una ficha sociodemográfica y la encuesta como técnica de recolección de datos para el presente estudio. Este instrumento consta de una ficha sociodemográfica de datos generales como la edad, sexo, estado civil, grado de instrucción, ocupación, ingresos mensuales.

Y, por último, el instrumento consta de 31 ítems de tipo escala de Likert (“Siempre”, “Casi siempre”, “A veces”, “Casi nunca” y “Nunca”).

El Factor 1 denominado “Actitudes positivas hacia las billeteras digitales” se conformó de los ítems 1, 2, 4, 5, 6, 7, 10, 11, 13, 14, 15 ,16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22.

El Factor 2 que fue nombrado “Actitudes negativas hacia las billeteras digitales”, se compuso de los ítems 3, 8, 23 y 24. Es importante mencionar que todos los ítems pertenecientes al Factor 2 poseen una orientación inversa en su calificación al ser

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

abordados de una forma negativa en los enunciados, permitiendo la obtención de mejores resultados al momento de su aplicación.

La validez de contenido de la prueba fue obtenida mediante el criterio de jueces expertos, y la validez de constructo fue calculada mediante el análisis factorial exploratorio que corroboró su estructura interna bifactorial. Además, se obtuvieron índices de confiabilidad superiores a 0.9 y 0.7, para cada uno de los dos factores, mediante las pruebas Omega de McDonald y alfa de Cronbach, respectivamente.

2.6.Procedimientos

Para recoger los datos de la investigación, se procedió a pasar los ítems de los instrumentos a *Google forms*, y mediante un link se procedió a encuestar a través de algunas aplicaciones como *WhatsApp y Facebook*, a los arequipeños entre las edades de 18 a 65 años de edad. Los datos se recogieron en los meses de febrero y abril del 2022. Cabe resaltar que los encuestados aceptaron el consentimiento informado, finalmente llenaron ambos cuestionarios mediante la plataforma antes nombrada.

Luego de la obtención de los resultados de la aplicación, se analizaron los mismos para corroborar la conformidad, luego se realizó el análisis estadístico de los datos obtenidos. Se utilizó el programa estadístico JASP en su versión 0.13.1 (Jasp Team, 2020).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

CAPITULO III

3. RESULTADOS

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

3.1.Análisis de resultados

Se comenzó adaptando ciertas preguntas aplicadas en la hoja de cálculo para obtener una mayor diversidad de resultados, esto con el objetivo de generar un análisis con mayor información. Posterior a esto, se realizaron las tablas de los estadísticos descriptivos. Luego, se aplicaron las relaciones entre las variables sociodemográficas con las billeteras digitales.

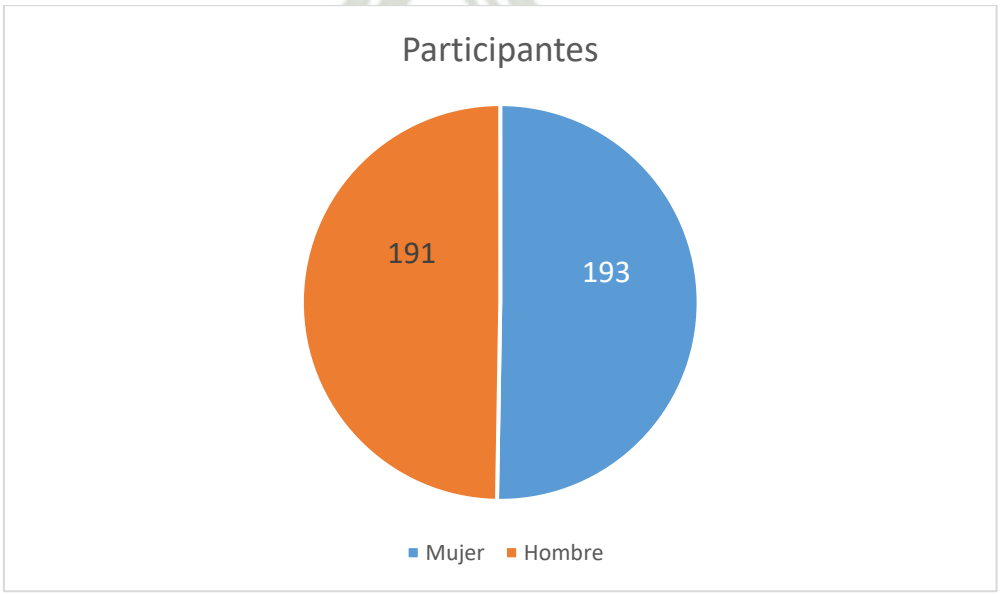
3.2.Participantes de la investigación:

Después de la realización de la tabulación y una posterior revisión de la conformidad de los resultados, la muestra se compuso de 384 personas (191 hombres y 193 mujeres) de 18 años a más, residentes en la ciudad de Arequipa, Perú.

Las características sociodemográficas se explicarán a detalle en el apartado de estadísticos descriptivos.

Figura 9

Participantes



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

3.3.Estadísticos descriptivos

Las siguientes tablas describen las características de los resultados obtenidos tanto en el instrumento aplicado como en las variables sociodemográficas analizadas. Los resultados de las tablas varían dependiendo del tipo de variable. La tabla que muestra los resultados del instrumento, así como la tabla que muestra los resultados de la edad y la cantidad de aplicaciones en el celular, fueron variables cuantitativas.

Las demás variables reflejadas en el resto de tablas fueron de carácter cualitativo, lo que generó un análisis diferente de sus resultados como se muestra en sus respectivas tablas al utilizar lo que se denominan tablas de frecuencia.

En la Tabla 3 la edad se encontró entre los 18 y 78 años, con una media de 29.115 y una desviación estándar de ±7.552. En cuanto a la pregunta de cuántas aplicaciones para hacer transferencias tiene en su celular el promedio se encontró con un resultado de 1.945 y una desviación estándar de ±0.953. Su puntaje mínimo fue de 0 aplicaciones y su puntaje máximo de cuatro aplicaciones.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 3

Edad y Cantidad de Aplicaciones en Celular

Datos	Edad	¿Cuántas aplicaciones para hacer transferencias tiene en su celular?
Válido	384	384
Promedio	29.115	1.945
Desviación Estándar	7.552	0.953
Mínimo	18	0
Máximo	78	4

En relación al sexo (Tabla 4), un 49.74% fueron hombres, es decir, 191 personas de la muestra. Las mujeres fueron el 50.26% con un total de 193.

Tabla 4

Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Hombre	191	49.74	49.74	49.74
Mujer	193	50.26	50.26	100
Total	384	100		

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Al analizar los resultados de la Tabla 5. que aborda el estado civil se puede apreciar que el 83.073 % fue soltero/a, siendo la gran mayoría de la muestra. Solo el 16.406 % está casado/a. Finalmente, el 0.521 % fue viudo/a. En otras palabras, 319 se encontraron en el estado de soltero/a, 63 % en el estado de casado/a y 2 % en viudo/a.

Tabla 5

Estado Civil

Estado civil	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Soletero/a	319	83.073	83.073	83.073
Casado/a	63	16.406	16.406	99.479
Viudo/a	2	0.521	0.521	100.000
Total	384	100		

Respecto al grado de instrucción (Tabla 6), la mayoría de la muestra se encontró en el grado universitario con un 55.729%, siguió el post grado con un 20.833%, luego el grado técnico con un 16.146%, secundaria con 7.031% y primaria con 0.26%. En cuanto a las cantidades de estos porcentajes, se traducen como 214 en universitario, 80 post grado, 62 técnico, 27 secundaria y 1 persona a primaria.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 6

Grado de Instrucción

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
Primaria	1	0.260	0.260
Secundaria	27	7.031	7.292
Técnico	62	16.146	23.438
Universitario	214	55.729	79.167
Post grado	80	20.833	100.000
Total	384	100.000	

El nivel socioeconómico (Tabla 7) se encontró dividido en 3: bajo, medio y alto. La mayoría se encontró en el nivel medio con un 85.156 % (327 personas). Siguió el nivel bajo con un 8.854 % (34 personas). Finalmente, el nivel alto con 5.99 % (23 personas).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 7

Nivel socioeconómico

Nivel socioeconómico	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Bajo	34	8.854	8.854	8.854
Medio	327	85.156	85.156	94.010
Alto	23	5.990	5.990	100.000
Total	384	100.000		

La pregunta respecto a los ingresos mensuales tuvo 5 alternativas (Tabla 8.). La primera refiere a que es menor de S/.1000 y tuvo un 24.479% o 94 personas. La segunda opción entre S/.1000 y S/.2000 fue de 36.719% o 141 personas. Entre S/.2000 y S/.3000 tuvo 19.792% o 76 personas. Entre S/.3000 y S/.4000 un 8.854% o 34 personas y, de S/.4000 a más obtuvo un 10.156% o 39 personas. Entonces, esto quiere decir que la mayoría de la muestra posee un ingreso mensual entre S/.1000 y S/.2000 soles.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 8

Ingresos mensuales

Ingresos mensuales	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Menos de S/.1000	94	24.479	24.479	24.479
Entre S/.1000 y S/.2000	141	36.719	36.719	61.198
Entre S/.2000 y 3000	76	19.792	19.792	80.990
Entre S/.3000 y S/.4000	34	8.854	8.854	89.844
De S/.4000 a más	39	10.156	10.156	100.000
Total	384	100.000		

La Tabla 9. muestra si la muestra tiene o no algún negocio actual, la mayoría respondió que no tiene un negocio actual con un 63.281% (243 personas). En cambio, un 36.719% (141 personas) mencionan que si tienen negocios.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 9

¿Tiene algún negocio actual?

¿Tiene algún negocio actual?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
No	243	63.281	63.281	63.281
Si	141	36.719	36.719	100.000
Total	384	100.000		

Respecto a la frecuencia con el uso de las billeteras digitales (Tabla 10.), se encontraron 5 opciones de respuesta. De la totalidad de la muestra, 21 personas o un 5.469% refirieron que no utilizan las billeteras digitales. Los que las utilizan 1 vez al mes fueron 37 personas o un 9.635%. Los que las usan 1 vez a la semana fueron 81 o 21.094%. Las personas que las utilizan varias veces a la semana fueron la mayoría, siendo 174 o 45.313%. Finalmente, las personas que utilizan las billeteras digitales 1 vez al día fueron 71 o un 18.49%.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 10

¿Con qué frecuencia utiliza las billeteras digitales?

¿Con qué frecuencia utiliza las billeteras digitales?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
No la utilizo	21	5.469	5.469	5.469
1 vez al mes	37	9.635	9.635	15.104
1 vez a la semana	81	21.094	21.094	36.198
Varias veces a la semana	174	45.313	45.313	81.510
1 vez al día	71	18.490	18.490	100.000
Total	384	100.000		

La pregunta que aborda la Tabla 11. refiere al uso de las billeteras digitales. Se encontraron 2 opciones de respuesta. La primera se refirió al caso específico de la realización de transferencias, en donde mostró una amplia mayoría con 74.219% o 285 personas. La segunda opción fue el pago de servicios, productos y otros, obteniendo un 25.781% o 99 personas.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 11

¿Para qué utiliza las billeteras digitales?

¿Para qué utiliza las billeteras digitales?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Realizar transferencias	285	74.219	74.219	74.219
Pagos de servicios, productos y otros	99	25.781	25.781	100.000
Total	384	100.000		

En cuanto al inicio de uso de las billeteras digitales que se aprecia en la Tabla 12. Donde 153 personas (39.844%) mencionaron que empezaron a utilizarlas antes de la pandemia por Covid-19. En cambio, la mayoría de la muestra, que fueron 231 personas (60.156%), mencionaron que empezaron a usar las billeteras digitales durante la pandemia por Covid-19.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 12

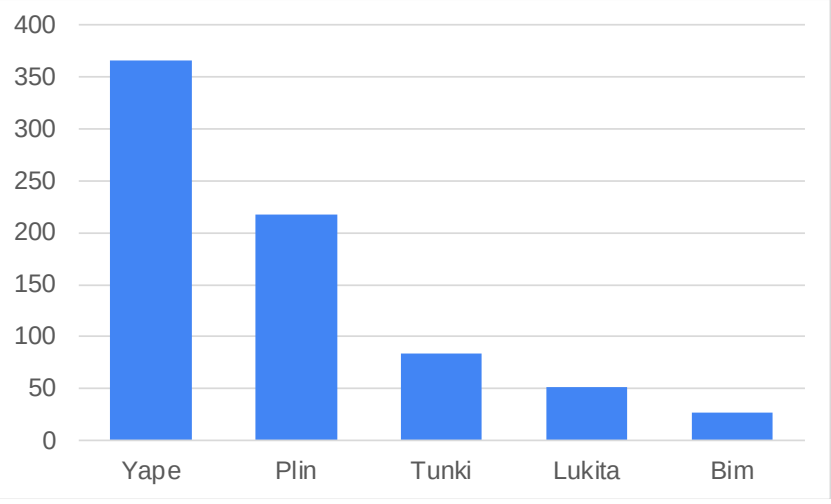
¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?

¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje Acumulado
Antes de la pandemia Covid-19	153	39.844	39.844	39.844
Durante la pandemia Covid-19	231	60.156	60.156	100.000
Total	384	100.000		

Respecto a la pregunta de opción múltiple que responde a cuáles de las aplicaciones de billeteras digitales conocen los encuestados, se aprecian los siguientes resultados (Figura 10.): 366 personas conocen Yape (95%), 217 a Plin (57%), 84 a Tunki (22%), 51 a Lukita (13%) y 27 a Bim (7%).

Figura 10

¿Cuáles de las billeteras digitales conoce?



Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

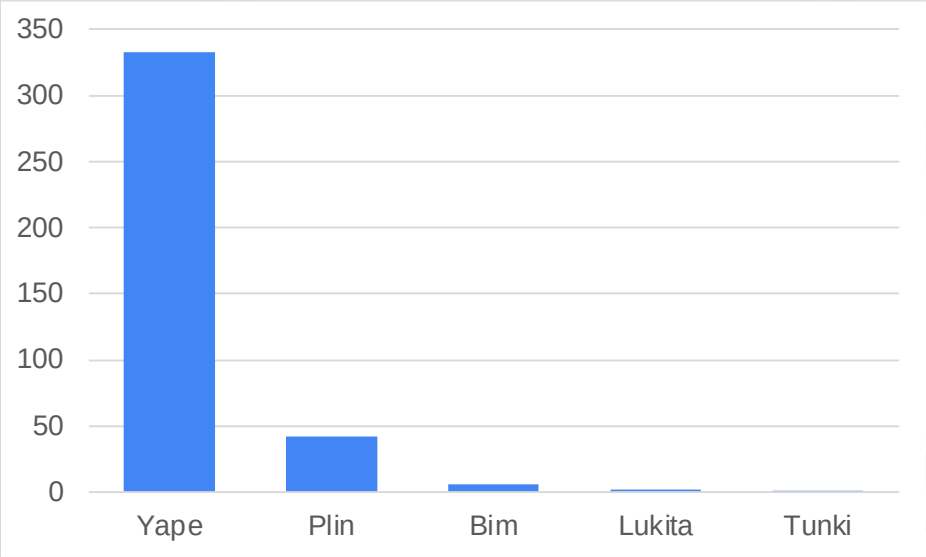
REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Además, en cuanto a cuál de las billeteras digitales es la que más utilizan (Figura 11.), 333 personas contestaron Yape (86.7%), 42 Plin (10.9%), 6 Bim (1.6%), 2 Lukita (0.5%) y 1 (0.3%) Tunki.

Figura 11

¿Cuál de las billeteras digitales es la que más utiliza?



Para ejecutar las relaciones entre la totalidad de los factores resultantes con los datos sociodemográficos, primero se efectuaron los estadísticos descriptivos. Se realizaron para poder apreciar la asimetría y curtosis ya que es necesario apreciar su normalidad para elegir el coeficiente adecuado de correlación (Tabla 13). Al tomar como punto de corte los valores 1.5 (Tabachnick & Fidell, 2013), se entiende que la cantidad de aplicaciones que poseen para realizar transferencias en su celular y el factor denominado “Actitudes negativas hacia las billeteras digitales” resultaron paramétricos. En cambio, la edad y el factor llamado “Actitudes positivas hacia las billeteras digitales” no lo fueron.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 13

Estadísticos descriptivos

Datos	Edad	¿Cuántas aplicaciones para hacer transferencias tiene en su celular?	Factor 1	Factor 2
Válido	384	384	384	384
Media	29.115	1.945	73.682	11.974
Desviación Estándar	7.552	0.953	12.511	3.596
Asimetría	1.757	0.273	-1.024	-0.274
Curtosis	6.22	-0.199	1.532	-0.133
Mínimo	18	0	18	4
Máximo	78	4	90	20

Nota: Factor 1 = "Actitudes positivas hacia las billeteras digitales"; Factor 2 = "Actitudes negativas hacia las billeteras digitales".

3.4.Correlaciones

Para la realización de las correlaciones, se utilizaron las tablas de contingencia cuando se analizaron relaciones entre variables nominales dicotómicas, variables nominales politómicas y/o variables ordinales. En las tablas de contingencia dependiendo del caso, se utilizó el coeficiente Phi (r_ϕ) o el coeficiente de

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Contingencia (*C*) (Palmer et al., 2000). En caso de una variable nominal con una variable escalar se utilizó Pearson (r) como respuesta al coeficiente biserial puntual como mencionan Shumacker y Limax (1996). Entre variables escalares paramétricas también se usó Pearson. Y, para la relación entre variables ordinales y escalares no paramétricas, Spearman (r_s) (Goss-Sampson, 2020).

Como indicaciones de la interpretación de los resultados, es relevante recalcar que si el coeficiente es <.2, la correlación ya es presente, aunque mínima y, si se encuentra entre .2 y .39, la correlación ya se entiende de baja a moderada. Del mismo modo, mencionar que en los casos que se obtenga un p valor, si es <.05 se entiende que ya hay una relación presente y, si no hay un p valor en el resultado obtenido de la relación, es porque se están abordando ítems nominales en alguna de las variables. Del mismo modo, es importante explicar que solamente para los casos en que se encuentre un P valor, se podrá hablar de una correlación positiva o negativa ya que en los casos que se encuentren ítems nominales, dependiendo de cómo se encuentren plasmadas las opciones, cambiará su dirección por lo que no se puede abordar con ese aspecto, simplemente conocer la intensidad de la relación más no la dirección.

En primer lugar, se analizaron los resultados de las relaciones encontradas entre las variables sociodemográficas con las que respectan a las billeteras digitales. La primera variable correspondiente a las billeteras digitales a analizar fue: ¿Para qué utiliza las billeteras digitales? Los resultados indican (Tabla 14) que, en cuanto al

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

sexo, la relación es de r_{ϕ}=.051, la pregunta que expresa si tiene algún negocio actualmente tuvo un r_{ϕ}=.029, la pregunta que refiere al inicio del uso de las billeteras digitales un r_{ϕ}=.224. El estado civil obtuvo un *C*=.081, el grado de instrucción un *C*=.072, el nivel socioeconómico un *C*=.075, los ingresos mensuales un *C*=.102. La edad obtuvo un r=.08 y la variable que refiere a la cantidad de aplicaciones para hacer transferencias un r=.204.

Estos resultados indican que las variables que logran tener una relación moderada (>.2) con lo que es la razón por la que alguien utiliza las billeteras digitales son el inicio del uso de las billeteras digitales y la cantidad de aplicaciones para hacer transferencias. Es importante volver a mencionar que no se puede definir si es una correlación positiva o negativa con estas variables sociodemográficas ya que estamos tratando con una variable dicotómica en el caso a la que refiere a las billeteras digitales, esto quiere decir que no hay un orden necesario en el planteamiento de las opciones como sería con una variable ordinal y, por ende, una dirección.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Tabla 14

¿Para qué utiliza las billeteras digitales? relacionada con variables sociodemográficas

Variables sociodemográficas	r_ϕ	*C*	r
Sexo	.051		
¿Tiene algún negocio actualmente?	.029		
¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?	.224		
Estado civil		.081	
Grado de instrucción		.072	
Nivel Socioeconómico		.075	
Ingresos mensuales		.102	
Edad			.08
¿Cuántas aplicaciones para hacer transferencias tiene en su celular?			.204

Pasando a la segunda, y última variable perteneciente a las billeteras digitales: ¿Con qué frecuencia utiliza las billeteras digitales? Los resultados fueron los siguientes (Tabla 15): en relación a la variable sexo la respuesta fue de *C*=.165, el estado civil obtuvo un *C*=.094, si tienen algún negocio actual resultó *C*=.215, el cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales con *C*=.207. Además, las relaciones que fueron analizadas con la prueba rho de Spearman brindaron los siguientes resultados: con la variable sociodemográfica de grado de instrucción un r_s=.131 (p=.01), el nivel socioeconómico obtuvo un r_s=.107 (p=.036), los ingresos mensuales un r_s=.191 (p=<.001), la edad fue de r_s=.061 (p=.230) y, la relación con la variable que trata de la cantidad de aplicaciones que tiene para hacer transferencias en su celular fue de r_s=.346 (p=<.001).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Estos resultados muestran que la frecuencia de uso de las billeteras digitales tiene una relación moderada con si una persona tiene algún negocio actualmente y en si empezó a utilizar la billetera digital antes o durante la pandemia del Covid-19. También se encontraron correlaciones significativas y positivas con el grado de instrucción, nivel socioeconómico, los ingresos mensuales y la cantidad de aplicaciones que se tienen en el celular para hacer transferencias. Sin embargo, estas correlaciones significativas obtuvieron niveles de moderados a mínimos.

Tabla 15

¿Con qué frecuencia utiliza las billeteras digitales?

Variables sociodemográficas	*C*	r_s	p valor
Sexo	.165		
Estado civil	.094		
¿Tiene algún negocio actualmente?	.215		
¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?	.207		
Grado de instrucción		.131	.01
Nivel Socioeconómico		.107	.036
Ingresos mensuales		.191	<.001
Edad		.061	.23
¿Cuántas aplicaciones para hacer transferencias tiene en su celular?		.346	<.001

Para la correlación del factor denominado “Actitudes positivas hacia las billeteras digitales”, los resultados fueron los siguientes (Tabla 16): el sexo obtuvo un r=.052, el estado civil un r=.058, si tiene algún negocio actual un r=.109, desde cuándo empezó a utilizar billeteras

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

digitales un r=.127. El grado de instrucción obtuvo un p=.953 (r_s=.003), el nivel socioeconómico un p=.078 (r_s=.09), los ingresos mensuales un p=.06 (r_s=.096), la edad un p=.918 (r_s=-.005) y, la cantidad de aplicaciones para hacer transferencias en su celular obtuvo un p=<.001 (r_s=.244).

Respecto a los resultados obtenidos al primer factor de actitudes positivas, se encontró una relación significativa y positiva con la cantidad de aplicaciones para hacer transferencias en su celular con un nivel moderado. Respecto a las demás variables el nivel fue mínimo y/o no fue significativo dependiendo del coeficiente utilizado.

Tabla 16

Actitudes positivas hacia las billeteras digitales

Variables sociodemográficas	r	r_s	p valor
Sexo	.052		
Estado civil	.058		
¿Tiene algún negocio actualmente?	.109		
¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?	.127		
Grado de instrucción		.003	.953
Nivel Socioeconómico		.09	.078
Ingresos mensuales		.096	.06
Edad		-.005	.918
¿Cuántas aplicaciones para hacer transferencias tiene en su celular?		.244	<.001

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

En cuanto al factor llamado “Actitudes negativas hacia las billeteras digitales” con los datos sociodemográficos, las relaciones se expresan en la Tabla 17. Estas muestran que con el sexo resultó un r=.03, si tiene un negocio actual un r=.037, desde cuándo empezó a usar las billeteras digitales un r=.052, el estado civil un r=.019, la cantidad de aplicaciones para hacer transferencias en su celular un p=.208 (r=.064). El grado de instrucción un p=.798 (r_s=.013), el nivel socioeconómico un p=.921 (r_s=-.005), el grado de ingresos mensuales con un p=.004 (r_s=.146) y, la edad obtuvo un p=.814 (r_s=.012).

Tabla 17

Actitudes negativas hacia las billeteras digitales

Variables sociodemográficas	r	r_s	p valor
Sexo	.03		
¿Tiene algún negocio actualmente?	.037		
¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?	.052		
Estado civil	.019		
¿Cuántas aplicaciones para hacer transferencias tiene en su celular?	.064		.208
Grado de instrucción		.013	.798
Nivel Socioeconómico		-.005	.921
Ingresos mensuales		.146	.004
Edad		.012	.814

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Por último, los resultados referentes a las actitudes negativas se interpretan con una relación significativa únicamente con los ingresos mensuales. Es importante mencionar que es una relación positiva pero baja. En cuanto a las demás variables el nivel de correlación fue incluso menor.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo por objetivo analizar si las variables sociodemográficas se encuentran relacionadas con el uso de las billeteras digitales en habitantes de la ciudad de Arequipa, para lo cual se evaluó a una muestra de 384 personas entre 18 y 78 años, que fueron seleccionados de manera intencional a través de un instrumento especialmente diseñado para estos fines y que fue colgado en una plataforma de *Google forms.*

En tal sentido, se ha podido encontrar que en promedio, las personas encuestadas tienen 1.945 aplicativos en su celular para hacer transacciones bancarias, siendo las billeteras digitales más conocidas Yape con un 95%, Plin con un 57% y Tunki con 22%; las cuales pertenecen al Banco de Crédito, al BBVA Continental y a Interbank, que son también en este orden las entidades bancarias de mayor prestigio en nuestro país, por tanto puede decirse que hasta cierto punto, las billeteras digitales que más se conocen en el Perú se relacionan con los bancos más representativos. Podría haber allí una asociación que sería necesario indagar con mayor exhaustividad en futuras investigaciones, pero hasta donde se sabe, Yape tiene más de 7 millones de usuarios, Plin alrededor de 4 millones y Tunki aproximadamente 1.3 millones de usuarios.

Por otro lado, se ha visto que hasta en un 45.31% las personas encuestadas utilizan las billeteras digitales varias veces por semana, seguidas del 18.49% que las utilizan una vez al día y del 21.09% que las utilizan una vez por semana; lo que quiere decir que un 84.89% de

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

la muestra utiliza las billeteras digitales de manera frecuente. Es un hecho que este alto porcentaje está mediado por la pandemia de la Covid-19, pues en un periodo prepandemia, la frecuencia de uso en nuestro país era baja (Palomino, 2022), así como en otros países (Khanra et al., 2021; Wu et al., 2017). Es además conocido que, ante el aislamiento social obligatorio, diversas actividades como la enseñanza y el comercio se han digitalizado o al menos han incrementado de forma significativa los canales digitales para la ejecución de sus funciones, todo ello con la finalidad de evitar el contagio de Covid-19 y de reducir la propagación del virus.

Un dato que refuerza lo anteriormente señalado, es que, en nuestra encuesta, mientras el 39.84% de la muestra utilizaba las billeteras digitales antes de la pandemia, el 60.156% las comenzó a utilizar durante la pandemia de la COVID-19. Dentro de las billeteras digitales más utilizadas se tienen Yape con 86.7%, Plin con un 10.9% y Tunki con 1.6%, lo que parece indicar que no siempre el conocimiento de las billeteras digitales se corresponde con su uso, pues estas cifras difieren ligeramente con respecto al dato del conocimiento de las mismas, pero es más notorio en el caso de Tunki de Interbank, pues mientras 22% conocen este medio de pago, solo el 1.6% lo utiliza. Un factor que explique ello, podría ser que como la mayoría de personas utilizan Yape, esta billetera digital mantiene su circulación entre los clientes de manera preponderante, y como se ha señalado las personas encuestadas suelen tener solo una de estas aplicaciones. Además, dado que el Banco de Crédito congrega a una mayor

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

cantidad de clientes, con respecto a otras entidades bancarias, éstos utilizan la billetera digital del banco en que tienen su dinero (Palomino, 2022).

Por otro lado, no puede dejarse de lado que si bien un 86.71% utiliza las billeteras digitales, existe un 13.29% de la muestra encuestada que no las usa; esto puede deberse a como se ha reportado en diversos estudios, por el temor a ser estafado, a que haya fallas en la transacción en perjuicio del usuario, limitado acceso a la tecnología, o por el desconocimiento con respecto a su uso (Grover & Kar, 2020; Wu et al., 2017). Pero ciertamente, salvando el tema de la seguridad, son múltiples los beneficios del uso de las billeteras digitales. En ese sentido, un 74.21% de la muestra utiliza las billeteras digitales para hacer transferencias y un 25.78% para hacer pago de servicios y productos, es decir para asuntos comerciales, el cual es evidentemente el fin de estos mecanismos remotos de pago.

Ahora en cuanto al tema de las asociaciones entre el uso de billeteras digitales con las variables sociodemográficas, se tiene que el sexo, el tener un negocio, el estado civil, el grado de instrucción y el nivel socioeconómico no han asociado con los mecanismos de pago digital; pero sí el tiempo de uso, es decir, que las personas que utilizan más tiempo las billeteras digitales, son las que les dan un uso más diversificado, lo cual se puede explicar por la experiencia adquirida y la pérdida de temor frente a los riesgos antes señalados. Asimismo, los ingresos mensuales también se han asociado, aunque de manera baja, con el uso de billeteras digitales, de modo que las personas de mayores ingresos las utilizan para hacer pagos y transferencias. El número de aplicaciones se asocia de manera baja moderada

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

con el uso diversificado de las billeteras digitales. Estos datos son similares a los reportados por Dahlberg et al. (2015) y que Grover y Kar (2020).

Por lo tanto, en cuanto a la frecuencia de uso de las billeteras digitales, el sexo, el estado civil y la edad no se encuentran asociados con este criterio, pero el tener un negocio, el tiempo de uso, el grado de instrucción, el nivel socioeconómico, los ingresos mensuales y el número de aplicaciones sí. Esto refuta los hallazgos reportados por otras investigaciones a nivel global, que señalan que los varones casados de edad media son quienes utilizan más y con mayor frecuencia las billeteras digitales (Amezcua et al., 2022). Sin embargo, algunos autores han señalado que los principales impedimentos para el uso de las billeteras digitales y/o la banca digital son factores de tipo psicológico, más que de tipo técnico, funcional o sociodemográfico (Alves & Caminatita, 2021).

Dicho esto, quiere decir que las personas que han emprendido un negocio, con mayor grado de instrucción, con ingresos económicos más altos, de un estrato socioeconómico superior, que las utilizan más tiempo y que cuentan con más aplicaciones en su celular, son las que utilizan las billeteras digitales de manera más frecuente, desde una vez por día hasta varias veces por semana. Esto tendría sustento en que los datos referidos, aluden a una persona con un perfil que supone tener acceso a medios digitales, como celulares de última generación, con el conocimiento necesario para hacer un uso adecuado de las tecnologías, y con un estilo de vida vinculado a los negocios; datos que podrían utilizarse dentro del marco del marketing (Arellano, 2012). Ello, además, sugiere que los aspectos técnicos y de acceso a las

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

tecnologías en general, y móviles en particular, son quienes tienden a utilizar más las billeteras digitales (Alves & Canniatti, 2021).

Es importante destacar que el instrumento utilizado presenta una estructura interna de dos factores que dan cuenta de las actitudes positivas y negativas frente al uso de las billeteras digitales, como se ha señalado por otros autores que han sistematizado el uso y percepción de las formas de pago móvil (Amezcua et al., 2022). En tal sentido, las variables sociodemográficas que se han asociado de manera baja pero significativa con el uso de billeteras digitales son el tener un negocio actualmente, el uso previo, y el número de aplicativos de que se dispone; por tanto se puede decir que el acceso a las billeteras digitales promueve en cierta medida su utilización; mientras que el sexo, el estado civil, el grado de instrucción, el nivel socioeconómico, los ingresos mensuales y la edad, han presentado correlaciones nulas, es decir, no se asocian con el uso de las billeteras digitales. O sea que el acceso a la tecnología y la experiencia frente a su uso son factores que se asocian con actitudes positivas hacia las billeteras digitales.

En el sentido contrario, solo una variable sociodemográfica se ha asociado significativamente con las actitudes negativas hacia las billeteras digitales, pero sorprendentemente, esta variable ha sido la que refiere los ingresos económicos. Aunque la relación es baja y significativa, el sentido de la correlación es positivo, lo que sugiere que las personas de mayores ingresos presentan más actitudes negativas hacia las billeteras digitales; mientras que el sexo, la edad, el estado civil, el grado de instrucción, el nivel

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

socioeconómico, el tener un negocio, el uso previo y el número de aplicaciones mantienen relaciones nulas con las actitudes negativas hacia las billeteras digitales. Este resultado contradice lo expuesto por la literatura, ya que diversos estudios han señalado que los ingresos económicos se asocian positivamente con las billeteras digitales (Alves & Canniatti, 2021; Amezcua et al., 2022; Wu et al., 2017), pero en este caso, son las actitudes negativas las que se asocian positivamente con esta variable, lo que quiere decir que a mayor nivel de ingresos se tendrán más actitudes negativas para con las billeteras digitales.

No se tiene una explicación precisa para este hallazgo, por lo que se requiere de mayor profundización al respecto en nuevas investigaciones sobre esta temática, pero podemos argüir que las personas de más altos ingresos prefieren y pueden hacer sus pagos en efectivo. Esta explicación tiene sustento en el hecho de que la encuesta se ha aplicado en una etapa postpandemia, cuando las restricciones sociales y de movilización se han eliminado, y por tanto, las personas pueden hacer pagos en efectivo de manera más libre y frecuente. También debe tenerse en cuenta que el porcentaje de las personas con mayores ingresos que tienen actitudes negativas hacia las billeteras digitales es bajo, pues incluye solo al 14% de la muestra.

De todo lo anteriormente señalado, se puede colegir que ni el sexo, ni la edad, ni el estado civil se han asociado con el uso de billeteras digitales, mientras que el tener un negocio, las experiencias previas de uso, los ingresos económicos, el número de aplicaciones, el grado de instrucción y el nivel socioeconómico se han asociado bien con la frecuencia, con su uso

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

diversificado o con las actitudes positivas hacia las billeteras digitales; por tanto nuestra hipótesis de investigación se ha cumplido parcialmente.

Dentro de las limitaciones que se pueden mencionar en este estudio, se deben indicar el tamaño de la muestra, pues al considerar una muestra más grande se podría reducir más el margen de error y, por ende, llegar a resultados más precisos y contundentes. En cambio, nuestros resultados tienen un potencial práctico muy importante, ya que de ellos se pueden desprender múltiples aplicaciones en el diseño de estrategias de marketing orientados a sectores de la población que no utilizan las billeteras digitales, ya sea por falta de acceso a la tecnología o por desconocimiento y prejuicios sobre la seguridad. En ese sentido, es recomendable que se realicen campañas con mayor cobertura para incentivar el uso de billeteras digitales, porque agilizan las transacciones económicas y facilitan el intercambio comercial, con implicancias ventajosas para la economía a pequeña, mediana y gran escala (Jocevski et al., 2020).

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

CONCLUSIONES

PRIMERA: Se ha podido observar que algunas de las variables sociodemográficas, se encuentran significativamente asociadas al uso de las billeteras digitales entre la población arequipeña como los ingresos económicos, mientras que el sexo, el estado civil, la edad y el nivel socioeconómico, no se encuentran asociadas; por lo tanto, se cumple la hipótesis general de nuestra investigación; dado que sí hay variables sociodemográficas que se hallan asociadas o relacionadas con el uso de billeteras digitales. Aunque debe resaltarse que sólo una variable sociodemográfica se ha asociado de forma baja, y no otras que son reportadas por la literatura; lo cual por un lado sería un indicador de que las brechas de género que son constantemente aludidas en diversos estudios como limitantes para el acceso a la banca digital, no estaría presentes en la muestra evaluada.

SEGUNDA: Las billeteras digitales más usadas por la población arequipeña son Yape y Plin y Bim, con un porcentaje de 86.7%, 10.9% y 1.6%, respectivamente; y que son respaldadas por el banco de Crédito del Perú y el BBVA Continental, por lo que nuestra primera hipótesis específica se cumple. Ello da a su vez sustento a las afirmaciones vertidas en la presente tesis, de que la representatividad de las entidades bancarias que operan en nuestro medio son las que tienen un mayor despliegue de sus aplicativos en *e-commerce*.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

TERCERA: El uso de las billeteras previo a la pandemia y los ingresos mensuales se asocian positiva y significativamente con los fines de uso de las billeteras digitales entre la población arequipeña. Ello quiere decir que las personas que ya utilizaban las billeteras digitales en sus operaciones laborales o comerciales, han continuado aumentando el uso de las mismas en el contexto de la pandemia, dadas las restricciones impuestas por el gobierno para contener el contagio de Covid-19.

CUARTA: El uso de las billeteras previo a la pandemia, el grado de instrucción, el nivel socioeconómico, los ingresos mensuales y el número de aplicaciones en el celular se asocian positiva y significativamente con la frecuencia de uso de las billeteras digitales; por lo tanto, la segunda hipótesis específica de la investigación se acepta. Esto sugiere que el acceso y uso de la tecnología estaría mediado por el nivel socioeconómico que a su vez se relaciona con el grado de instrucción y los ingresos económicos mensuales; y que tendrían cierta influencia en el manejo de tecnología de forma diversificada, pues el número de aplicaciones hace referencia a ello.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

QUINTA: El tener un negocio actualmente, el uso de las billeteras digitales previo a la pandemia y el número de aplicaciones en el celular se asocian positiva y significativamente con las actitudes positivas hacia las billeteras digitales; por lo tanto, la hipótesis de investigación no se cumple, ya que el grado de instrucción, el nivel socioeconómico y los ingresos mensuales no se han asociado con las actitudes positivas hacia las billeteras digitales, como se suele reportar en la literatura especializada. Esto significa que son las actividades comerciales y la costumbre de su uso de tecnologías, aspectos que están relativamente vinculados, son determinantes en cuanto a la valoración positiva de las billeteras digitales, más que los aspectos sociodemográficos.

SEXTO: Los ingresos mensuales se asocian positiva y significativamente con las actitudes negativas hacia las billeteras digitales. Ello quiere decir que las personas de mayor ingreso económico son quienes tienen actitudes más negativas hacia el uso de billeteras digitales, lo cual contradice los hallazgos reportados en investigaciones previas realizadas en otros países, por lo que aspectos de índole cultural que no han sido evaluados en la presente investigación, podrían estar afectando la variabilidad de las respuestas en relación con otros estudios. Pero también podría ser que las personas de mayores ingresos, tengan temor de verse afectados por el uso de las billeteras digitales en materia de seguridad, como estafas, *phishing*, etc.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

Además, se ha sugerido aquí, que el mayor ingreso económico podría asociarse con un mayor uso de efectivo y, por ende, con una actitud más negativa hacia el uso de las billeteras digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

RECOMENDACIONES

PRIMERA: Se debe promover el uso de billeteras digitales tales como Bim, Lukita y Tunki, que tienen un porcentaje bastante bajo de uso; ya que ello puede favorecer las operaciones comerciales más diversificadas; facilitando la compra venta de productos que movilizarán las transacciones comerciales en la ciudad de Arequipa. Para ello, se podría armar paquetes de billeteras digitales, de modo que un mismo usuario al acceder a una de ellas, también podría acceder a otras. Ello evidentemente requiere que las entidades bancarias coordinen sus actividades y permitan el uso de las billeteras digitales de forma compartida, sin que ello afecte ni al cliente ni a las entidades bancarias que los representan.

SEGUNDA: Profundizar más en el conocimiento de las actitudes negativas hacia el uso de las billeteras digitales en relación con diversas variables sociodemográficas, ya que no se ha evaluado la religión o la raza, que son variables que, en el caso de Perú, tienen cierta relevancia, al ser este, un país pluricultural y multiétnico, así como de una gran raigambre religiosa de orientación católica predominantemente. Por otro lado, las actitudes negativas deberían orientarse también por más aspectos de índole psicológica, como la inseguridad percibida, los hábitos y costumbres, entre otras. En ese sentido, nuestro estudio se ha orientado más los aspectos técnicos y comerciales, vale decir funcionales, del uso de billeteras digitales.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE
TESIS UCSM

UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE SANTA MARÍA

TERCERA: Se recomienda, por tanto, **r**ealizar más investigaciones empíricas, metodológicamente novedosas relativas al *e-commerce*, la banca electrónica y las billeteras digitales entre la población arequipeña; pues como se sabe la introducción de las tecnologías en el ámbito de los negocios, tiene múltiples beneficios que coadyuvan con la activación de la economía. En ese sentido, si bien ya se lee en revistas peruanas relacionadas con el mundo empresarial, la economía, las finanzas y la contabilidad, artículos referidos a los temas sobre *e-commerce* y la banca digital, muchos de estos trabajos son de índole teórica o si son empíricos se circunscriben a datos de la capital; por lo que es necesario generar más datos basados en evidencia para profundizar en la comprensión del uso de las billeteras digitales y otras tecnologías aplicadas al campo comercial arequipeño.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM
UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

REFERENCIAS

Abad, L., Vásquez, J. L., & Vega, M. (s./f.). *Regulación de pagos minoristas: Modelo Perú.* https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-168/moneda-168-02.pdf

Agudelo, M., Chomali, E., & Rojas, F. (2020). *Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al Covid-19*. CEPAL

Allen, F., Dermirguc-Kunt, A., Klapper, L., & Martínez, M. (2016). Los fundamentos de la inclusión financiera: compresión de la propiedad y el uso de cuentas formales. *Revista de Intermediación Financiera, 27,* 1-30. https://doi.org/10.1016/j.jfi.2015.12.003

Alves, A., & Canniatti, M. (2021). Functional, psychological and emotional barriers and the resistance to the use of digital banking services. *Innovation & Management*, *18*, 331-348. https://doi.org/10.1108/INMR-07-2020-0093

Amezcua, J. B., De la Peña, A., Saucedo, J. M., & Herrera, P. J. (2022). Dificultad de uso y confianza percibida, determinantes en el pago electrónico móvil durante el confinamiento. *Revista Academia & Negocios*, *8*(2), 125-137. https://doi.org/10.29393/RAN8-10DUJP40010

Andina. (14 de enero, 2020). *Uso de la billetera electrónica crecio al 66% durante la pandemia.* https://andina.pe/agencia/noticia-uso-de-billetera-electronica-crecio-66-durante-pandemia-857621.aspx

Andina (2020, 29 de noviembre). *Billeteras digitales: su uso registró crecimiento de 500% por la pandemia.* https://andina.pe/agencia/noticia-billeteras-digitales-su-uso-registro-crecimiento-500-pandemia-823281.aspx

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Araújo, N. (2020). Repercusión económica mundial de la pandemia del COVID-19. Análisis de sectores más afectados. Quipukamayoc, 28(57), 85-93. https://doi.org/10.15381/quipu.v28i57.17903

Arellano, R. (2012). Al médio hay sitio. El crecimiento social según los estilos de vida. Lima: Planeta.

Arrunategui, R. & Tolentino, D. (2021). Estudio cualitativo de UTAUT: Identificación de factores para la adopción de la aplicación de pagos móviles YAPE en bodegas de distritos de Lima Metropolitana durante la pandemia por Covid-19. [Tesis de Licenciatura, PUCP]. Archivo digital. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20191/ARRUNATEGUI_RAVELLO_TOLENTINO_CHUJUTALLI_Lic.%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Barragán, L. (2021). *Billeteras digitales más usadas en Perú.* https://alertaeconomica.com/billeteras-digitales-mas-usadas-en-peru/

BBVA Communications. (2020). *El uso de billeteras digitales creció un 75% en Perú.* https://www.bbva.com/es/pe/el-uso-de-billeteras-digitales-crecio-un-75-en-peru/

BBVA Research. (30 de noviembre, 2021). *Perú Análisis del impacto de la Covid-19 sobre el consumo con datos en tiempo real.* https://www.bbvaresearch.com/publicaciones/peru-analisis-en-tiempo-real-del-impacto-del-covid-19-sobre-el-consumo-en-nov-2021/

Belisario, D. (2019). *Percepción del dinero electrónico como medio de pago en las operaciones comerciales de las micro y pequeñas empresas registradas en el REMYPE de Arequipa metropolitana* [Tesis de pregrado, Universidad

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Nacional de San Agustín] Archivo digital. file:///C:/Users/Noelia/Downloads/CObecadr.pdf

Bentler, P. (1990). Comparative fin indexes in structural models. *Psychologycal Bulletin*, *107*(2), 238–246. https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.238

Boubée, T. (2020). Mango. Billetera digital [Tesis de maestría, Universidad de San Andrés]. Archivo Digital. https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/18536/1/%5BP%5D%20%5BW%5D%20MBA%20Boub%C3%A9e%2C%20Tom%C3%A1s.pdf

Bravo, F. (2020). *Las 10 Pasarelas de Pago más utilizadas en Perú.* https://www.ecommercenews.pe/ecommerce-insights/2020/pasarelas-de-pago-en-peru.html

Bravo, F. (2021). *Yape celebra por los 8 millones de usuarios alcanzados.* https://www.ecommercenews.pe/transformacion-digital/2021/yape-usuario-peru.html

Cabrera, A. (2021). *¿Qué factores determinar el uso de herramientas digitales financieras en el Perú?* [Trabajo de investigación para bachillerato, Pontificia Universidad Católica del Perú] Archivo Digital. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/21619/CABRERA_FLOREZ_ALIRO_MANUEL_QUE_FACTORES_DETERMINAN_EL_USO_DE_HERRAMIENTAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cáceda, H. (2021). *Plin supera los 4 millones de usuarios afiliados.* https://www.ecommercenews.pe/transformacion-digital/2021/plin-usuarios-2.html

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Campbell, M., Kirmani, A., & Price, L. (2020). In time of trouble. A framework for understanding consumers responses to threats. *Journal of Consumer, 47*(3), 311-326

Cardona, C. D., Quintero, S., Mora, M. C., & Castro, J. (2022). Influencia del comercio electrónico en el desempeño financiero de las pymes en Manizales, Colombia. *Innovar, 32*(84), 75-96.

Castellanos, A. (2021). *Aplicación móvil para realizar pagos sin contacto.* [Tesis de pregrado, Universidad Internacional de Ecuador] Archivo digital. https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4897

Caycho-Rodríguez, T., Carbajal-León, C., Vilca, L. Heredia-Mongrut, J., & Gallegos, M. (2020). Covid-19 y salud mental en policías peruanos: resultados preliminares. *Acta médica Perú, 37*(3), 396-398. https://doi.org/10.35663/ amp.2020.373.1503

Caycho-Rodríguez, T., Tomás, J., Vilca, LW, Carbajal-León, C., Cervigni, M., Gallegos, M., Martino, P., Barés, I., Calandra, M., Anacona, C ., López-Calle, C., Moreta-Herrera, R., Chacón-Andrade, ER, Lobos-Rivera, ME, Del Carpio, P., Quintero, Y., Robles, E., Lombardo, MP, Recalde, OG, Figares, A.B., … Videla, C.B. (2021). Variables Sociodemográficas, Miedo al COVID-19, Ansiedad y Depresión: Prevalencia, Relaciones y Modelo Explicativo en la Población General de Siete Países de América Latina. *Fronteras en psicología*, *12*, 695989. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.695989

Chunga, D. (2019). Análisis de la percepción de los servicios financieros digitales en instituciones bancarias: Caso Billetera Electrónica. (Documento de

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

trabajo). http://201.159.223.180/bitstream/3317/13245/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-464.pdf

Clavijo, D., & Rincón, O. (s/f.). *El desarrollo de la digitalización del sector bancario durante el Covid-19.* https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/25669/1/EL%20DESARROLLO%20DE%20LA%20DIGITALIZACI%c3%93N%20DEL%20SECTOR%20BANCARIO%20DURANTE%20EL%20COVID-19..pdf

Comex Perú. (25 de febrero, 2022). *Inclusión financiera en países de la alianza del pacífico.* https://www.comexperu.org.pe/articulo/inclusion-financiera-en-paises-de-la-alianza-del-pacifico

Cotrina, R., & Pumarrumi, A. (2020). Billetera Digital: Estrategias de Inclusión Financiera en las micro y pequeñas empresas del Perú. *Revista colombiana de Contabilidad, 8*(15), 31-52.

Corcuera, M., Espinoza, L., Che, A., & Tantalean, J. (2021). *Caso Yape, como desarrolló sus 360 grados en marketing Perú.* https://www.studocu.com/pe/document/universidad-peruana-de-ciencias-aplicadas/comunicaciones-integradas-para-el-marketing/caso-yape-grupo-3-caso-bcp-como-desarrollo-sus-360-grados-en-marketing-peru/15994160

Cuesta, C., Ruesta, M., & Urbiola, P. (2015). *La transformación digital de la banca.* https://www.researchgate.net/profile/David-Tuesta/publication/291357543_La_transformacion_digital_de_la_banca/links/56a2cbf708aeef24c585fce4/La-transformacion-digital-de-la-banca.pdf

Cusirramos, Y., Arias, W., & Jiménez, N. (2020). Capacidad emprendedora y estrés en trabajadores de instituciones de Arequipa, durante la pandemia del Covid-19. *Illustro, 11*, 81-97.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). A critical review of mobile payment research. *Electronic Commerce Research and Applications*, *14*(5), 265-284. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2015.07.006

Devotto, V., Olivas, J., & Seminario, G. (2020). *Influencia de los factores del Modelo TAM en la intención de uso del YAPE.* [Tesis de maestría, PUCP]. Archivo digital. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/17606/Influencia%20de%20los%20factores%20del%20Modelo%20TAM-YAPE.pdf?sequence=4&isAllowed=y

El comercio. (2020). *Transferencias electrónicas crecieron 13 % a mayo, mientras el uso de tarjetas de crédito cayó al 25%.* https://elcomercio.pe/economia/negocios/plin-yape-tunki-lukita-transferencias-electronicas-crecieron-13-a-mayo-mientras-uso-de-tarjetas-de-credito-cayo-25-nndc-noticia/?ref=ecr

El comercio. (24 de agosto, 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.

El Comercio. (19 de setiembre, 2021). *Comercio electrónico crecerá 110% en Perú hacia 2025, según estudio.* https://elcomercio.pe/economia/comercio-electronico-ventas-por-internet-crecera-110-en-el-mercado-peruano-hacia-2025-segun-estudio-nndc-noticia/?ref=ecr

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Encala, V., Ruíz, S., & Encarnación, O. (2020). Billetera electrónica móvil: una alternativa de pago del sistema financiero ecuatoriano. *Banca y finanzas, 30*(15), 24-42. https://doi.org/10.18800/contabilidad.202002.002

Estupiñán, J. (2019). La tendencia de las compras por medios digitales en Lima-Perú. (Documento de trabajo) https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/19346/2019jorgeestupi%c3%b1%c3%a1n.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández, J. (2008). *Teoría y política Monetaria.* Universidad del Pacífico.

Franciskovic, J. M., & Miralles, F. (2021). The use of the mobile phone in the rural zones of Peru. *Journal of Economics, Finnance and Administrative Science*, *26*(52), 390-399. https://doi.org/10.1108/JEFAS-03-2021-0013

Frecuencia Money. (2022, 14 de marzo). *Las billeteras digitales representaron el 19,2 % del gasto en e-commerce en 2021.* https://noticias.mobilemoneylatam.com/2022/03/14/las-billeteras-digitales-representaron-el-192-del-gasto-en-e-commerce-en-2021/

Frnka-Davis, L. (20 de abril, 2020). *Las ventajas de la tecnología en el manejo de la salud mental.* https://www.utphysicians.com/las-ventajas-de-la-tecnologia-en-el-manejo-de-la-salud-mental/

Frías-Navarro, D., & Soler, M. (2012). Prácticas del análisis factorial exploratorio (AFE) en la investigación sobre conducta del consumidor y marketing. *Suma Psicológica*, *19*(1), 47–58. https://doi.org/10.14349/sumapsi2012.1141

Goss-Sampson, M. (2020). Statistical Analysis in JASP 0.14: A Guide for Students. November 2020.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Gonzales, O. (15 de enero, 2021). *Billetera electrónica Bim empieza el 2021 superando el millón de usuarios.* https://revistaganamas.com.pe/billetera-electronica-bim-empieza-el-2021-superando-el-millon-de-usuarios/

Goveas, J. S., & Shear, M. (2020). Grief and the COVID-19 Pandemic in older adults. *American Journals of geriatric Psychiatry, 28*(10), 1119-1125. https://doi.org/10.1016/j.jagp.2020.06.021

Grover, P., & Kar, A. K. (2020). User engagement for mobile payment service providers – introducing the social media engagement model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *53*, 101718. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.12.002

Haro, G. L., Moliner, B., & Gil, I. (2022). Motivaciones, compromiso y adopción del e-WOM en restaurantes. *Estudios Gerenciales*, *38*(162), 17-31. https://doi.org/10.18046/j.estger.2022.162.4510

Hernández, S. (2020). *Las tecnologías en tiempos de Covid-19.* (Informe especial). https://scriesgo.com/files/publication/268_lastecnologasentiemposdelcovid19.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Huamani, D. (15 de marzo, 2017). *El primer año de BIM, la billetera electrónica del Modelo Perú.* https://www.findevgateway.org/es/blog/2018/04/el-primer-ano-de-bim-la-billetera-electronica-del-modelo-peru

Huayanay, L. (2020). Transmisión aérea en espacios cerrados del SARC-Cov-2. *Anales de la Facultad de Medicina, 81*(3), 1-6.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI). (2018). *Arequipa, resultados definitivos. Tomo I.*

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1551/04TOMO_01.pdf

InstoreView. (2021, 19 de agosto). Perú Digital: crecen las ventas online y uso de billeteras digitales. https://www.instoreview.com/blog/peru-digital-crecen-las-ventas-online-y-uso-de-billeteras-electronicas

Jasp Team. (2020). JASP (Versión 0.13.1) [Software de computadora]. https://jasp-stats.org/

Jocevski, M., Ghezzi, A., & Arvidsson, N. (2020). Exploring the growth challenge of mobile payment platforms: A business model perspective. *Electronic Commerce Research and Applications*, *40*, 100908. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100908

Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Joseph, R. P. (2021). Factors influencing the adoption postponement of mobile payment services in the hospitality sector during a pandemic. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *46*, 26-39. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.004

Kline, R. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2.ª ed.). Guilford Press.

La república. (2022). Yape y conocida pollería causan furor en redes sociales al lanzar oferta de ¼ de pollo a 5 soles. https://larepublica.pe/tendencias/2022/04/27/facebook-viral-yape-y-conocida-polleria-causan-furor-en-redes-por-oferta-de-14-de-pollo-a-5-soles/

Lázaro, J., & Quispe, F. (2021). Factores asociados al crecimiento de las empresas de delivery en la pandemia (Covid-19), en la ciudad de Juliaca, 2021. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Linero, J. P., & Botero, L. F. (2022). Hábitos de consumo en plataformas e-commerce en adultos jóvenes de la ciudad de Bogotá. *Universidad & Empresa*, *22*(38), 211-236.

Macías, W., Rodríguez, K., & Barriga, H. R. (2021). COVID-19 lockdown and the satisfaction with online food delivery providers. *Estudios Gerenciales, 37*(159), 200-209. https://doi.org/10.18046/j.estger.2021.159.4331

Maguiña, C., Gastelo, R., &Tequen, A. (2020). El nuevo Coronavirus y la pandemia del Covid-19. *Revista de medicina Hered,* 31, 125-131. https://doi.org/10.20453/rmh.v31i2.3776

Marketing.Pad. (2020). *Transformación digital en Perú: Estudio 2020.* https://marketing.pad.edu/transformacion-digital-en-peru-estudio-2020#definicion

Martínez, C. (2012). *Estadística y muestreo.* Print.

Mayo, J. C., Loredo, N. A., Fernández, L. C., & Bauzá, E. (2020). The service quality assessment in the banking services context. *Cuadernos de Administración, 36*(68), 58-70. https://doi.org/10.25100/cde.v36i68.9557

Microsoft Corporation. (2021). Microsoft Excel (Versión 16.54) [Software de computadora]. https://office.microsoft.com/excel

Muñoz, A., & Jaramillo, J. (2019). *Inclusión y Uso de los Servicios Financieros en el Desarrollo del Sistema Financiero de Colombia: 2007-2017.* https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tda/530/Inclusion%20y%20Uso%20de%20los%20Servicios%20Financieros.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Núñez, E. C., & Miranda, J. D. (2020). El marketing digital como un elemento de apoyo estratégico a las organizaciones. *Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, 16(30). https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v16i30.2915

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Palacios, M, Santos, E., Velázquez, M. & León, M. (2020). Covid-19, una emergencia de salud pública mundial. *Revista clínica española*, 1-7. https://doi.org/10.1016/j.rce.2020.03.001

Palomino, B. (2022). Impacto de las billeteras digitales en las ventas de pequeñas empresas del sector comercio en Arequipa, 2021. Conferencia presentada en el *Primer Congreso Internacional de la Unidad de Postgrado en Administración*, 14 y 15 de mayo, Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.

Palmer, A., Jiménez, R., & Montaño, J. (2000). Tutorial sobre coeficientes de correlación con una o dos variables categóricas. *Revista Electrónica de Psicología*, *4*(2). https://www.researchgate.net/profile/Rafael-Jimenez-21/publication/331640990_Tutorial_sobre_coeficientes_de_correlacion_con_una_o_dos_variables_categoricas/links/5c8517e892851c6950689648/Tutorial-sobre-coeficientes-de-correlacion-con-una-o-dos-variables-categoricas.pdf

Pérez, G., & Tejada, J. (2020). *Análisis de la aplicación de la suspensión perfecta de labores en el marco del Decreto de Urgencia N° 038-2020, Perú* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Archivo digital. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/55716/Perez_GMM-Tejada_HJC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Pitre, R. C., Bulies, S. E., & Hernández, H. G. (2021). Impacto del marketing digital a las empresas colombianas emergentes. *Universidad & Empresa*, 23(40), 1-20.

Previntegral (2022). *Síntomas del Covid-19*. https://bit.ly/3wb3Jky

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Quispe, G., & Seminario, H. (2020). Disrupción tecnológica en el Sistema Financiero Peruano. [Trabajo de Suficiencia profesional, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Archivo digital. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653323/Quispe_CG.pdf?sequence=12&isAllowed=y

Raccanello, K., & Herrera, E. (2014). Educación e inclusión financiera. *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos (México), XLIV*(2), 119-141.

RetabloWeb-Marketing Digital. (2021). *Las billeteras más usadas en Perú.* https://www.retabloweb.com/principales-billeteras-digitales-en-peru/

Revista economía. (2021). *Carlos Loayza: "El crecimiento de las billeteras digitales en el último año ha sido del 75% en el mercado peruano".* https://www.revistaeconomia.com/carlos-loayza-el-crecimiento-de-las-billeteras-digitales-en-el-ultimo-ano-ha-sido-del-75-en-el-mercado-peruano/

Riojas, J., & Flores, J. (2021). *Propuesta de inclusión financiera para mejorar el sobre endeudamiento en los comerciantes del mercado de abarrotes Santa Rosa José Olaya Chiclayo, 2021* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada Juan Mejía Baca] Archivo digital. http://repositorio.umb.edu.pe:8080/jspui/bitstream/UMB/297/1/RIOJAS%20JESUS%20%26%20FLORES%20JOSHUA%20-%20TESIS.pdf

Rodríguez, V. (2014). Dinero electrónico en Perú: ¿Por qué es importante en la inclusión financiera? *Quipukamayoc, 22*(41), 175-192.

Romero-Álvarez, Y., Niebles-Núñez, W., & Niebles-Núñez, L. (2020). La inclusión financiera analizada desde una técnica de reducción de dimensiones. *Desarrollo Gerencial, 12*(1), 1-17. https://doi.org/10.17081/dege.12.1.3588

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Ruano, L., Rodríguez, A., & Solís, M. (2020). Adoption of mobile banking by microentrepreneurs at the bottom of the pyramid. *Cuadernos de Administración*, *36*(67), 79-92.

Ruiz, J. (2020). *La publicidad digital de la marca yape en los estudiantes de X ciclo del área de comunicaciones de la universidad San Martín de Porres.* [Trabajo de bachillerato, Universidad San Martín de Porres]. Archivo Digital. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7747/MALPICA_MK.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sanabria, V. L., Torres, L. A., & López, L. M. (2020). Comercio electrónico y nivel de ventas en las MiPyMEs del sector comercio, industria y servicios de Ibagué. *Caso Empresarial*, 132-154.

Santiago, J., López-Moctezuma, C., Sánchez, R., & Tuesta, D. (2013). *Potencial de la banca móvil en Perú como mecanismo de inclusión financiera* (Documento de trabajo). https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2014/07/WP_1324.pdf

Schumacker, R., & Lomax, R. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2019). *Evolución del sistema Financiero.* https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Diciembre/SF-2103-di2019.PDF

Saldaña-Pérez, J., Jasso, M., & Patiño, I. (2021). Influencia del Covid-19 en las transacciones *online* antes y durante la pandemia. *Vinculatégica 7*(2). https://doi.org/10.29105/vtga7.2-22

Tabachnick, B., & Fidell, L. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6.ª ed.). Pearson.

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

Timmerman, M., & Lorenzo-Seva, U. (2011). Dimensionality Assessment of Ordered Polytomous Items with Parallel Analysis. *Psychological Methods*, *16*, 209–220. https://doi.org/10.1037/a0023353

Trivelli, C. (15 de marzo, 2017). *El primer año de Bim, la billetera electrónica del Modelo Perú.* https://www.findevgateway.org/es/blog/2018/04/el-primer-ano-de-bim-la-billetera-electronica-del-modelo-peru

Urquizaga, A. (2021). *Evolución de la inclusión financiera y su relación con el crecimiento económico en la Libertad 2010-2020* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Archivo digital. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/81292/Urquiaga_YAJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vargas, A. (2021a). La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú. *Industrial data*, *24*(2), 99-120. https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.20351

Vargas, A. (2021b). Inclusión financiera en Perú y Latinoamérica en tiempos del Covid-19. *Quipukamayoc*, *29*(60), 97-105. https://doi.org/10.15381/quipu.v29i60.19775

Vargas, J., & Hernández, A. (2022). Transformaciones del sistema monetario y financiero en la nueva etapa de desarrollo del capitalismo mundial. *Revista Academia & Negocios*, *8*(2), 279-305.

Vaske, J., Beaman, J., & Sponarski, C. (2017). Rethinking Internal Consistency in Cronbach's Alpha. *Leisure Sciences*, *39*(2), 163–173. https://doi.org/10.1080/01490400.2015.1127189

Ventura-León, J., & Caycho-Rodríguez, T. (2017). El coeficiente Omega: un método alternativo para la estimación de la confiabilidad. *Revista Latinoamericana*

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, *15*(1), 625–627. https://www.redalyc.org/pdf/773/77349627039.pdf

Vector ITC. (24 de setiembre, 2019). *5 ventajas de la digitalización en el sector bancario. Vector ITC.* https://www.vectoritcgroup.com/corporate/5-ventajas-de-la-digitalizacion-en-elsector-bancario/

Wu, J., Liu, L., & Huang, L. (2017). Consumer acceptance of mobile payment across time Antecedents and moderating role of diffusion stages. *Industrial Management and Data Systems*, *117*(8), 1761-1776. https://doi.org/10.1108/IMDS-08-2016-0312

Zamalloa, J. (2017). *Inclusión financiera en Perú. Desarrollo bajo una perspectiva multidimensional.* [Tesis de maestría, Pontifica Universidad Católica del Perú] Archivo digital. https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9400/ZAMALLOA_LLERENA_JUAN_CARLOS_INCLUSION.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis

REPOSITORIO DE TESIS UCSM

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

ANEXOS

INSTRUMENTO PARA MEDIR EL USO DE LA BILLETERA DIGITAL

Edad_____ **Sexo**_____ **Estado Civil**_____ **Grado de instrucción**_____

Ocupación_____ **Ingresos mensuales** – Min Min +Min entre 2000 y 4000 soles

¿Tiene algún negocio actual? _SI _NO.
¿Cuál de estas aplicaciones usted conoce (billetera digital): PLIN _YAPE _LUKITA _TUNKI_ OTRO_
¿Cuál de estas billeteras digitales es la que más utiliza: PLIN _YAPE_LUKITA_TUNKI_OTRO_
¿Cuántas aplicaciones para hacer transferencia tiene en su celular _____
¿Con que frecuencia utiliza las billeteras digitales?

1 vez al día	1 vez a la semana	Varias veces a la semana	1 vez al mes	No la utilizo

¿Para que utiliza las billeteras digitales?

Para hacer transferencia	Pagar servicios	Pagar deudas	Comprar alimentos
Pago de proveedores	Comprar productos	Pagar el taxi	Recargar el celular

¿Desde cuándo empezó a utilizar las billeteras digitales?

Antes de la pandemia del Covid-19	En la pandemia del Covid-19

El tener la billetera digital reduce el riesgo de contagio

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca

	Siempre	Casi Siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
1. Considero que las billeteras digitales nos facilitan la vida.					
2. Las billeteras digitales son fáciles de usar.					
3. No le tengo tanta confianza al hacer pagos de forma virtual.					
4. Hacer un pago con la billetera digital es similar al hacer un pago con efectivo.					
5. El tener una billetera digital reduce el riesgo de que me roben.					
6. No me parece extraño utilizar la billetera digital.					
7. El tener una billetera digital evita que me entreguen un billete falso.					
8. Creo que son pocas las personas que utilizan la billetera digital.					
9. Utilizo las promociones de las billeteras digitales.					
10. Con las billeteras digitales puedo hacer pagos y transferencias en cualquier momento y lugar.					
11. Las billeteras digitales serán utilizadas con más frecuencia.					
12. Se me complicaría mucho la vida si no pudiera utilizar las billeteras digitales.					
13. Realizo pagos a través del QR.					
14. Creo que la mayoría de las personas utilizan la billetera digital.					
15. Sería conveniente que todos los negocios o empresas trabajen con billeteras digitales.					
16. Prefiero comprar en negocios donde utilizan billeteras digitales.					
17. Las billeteras digitales me parecen medios seguros de pago.					
18. Me agrada que puedo cobrar con las billeteras digitales.					
19. Siempre recomiendo que utilicen las billeteras digitales.					
20. Las billeteras digitales son excelentes para hacer negocios.					
21. La transferencia mediante las billeteras digitales siempre llega en el tiempo indicado.					
22. Es fácil descargar la aplicación de las billeteras digitales.					
23. El aplicativo de las billeteras digitales es muy lento.					
24. No uso billeteras digitales porque requieren de Internet.					

Publicación autorizada con fines académicos e investigativos
En su investigación no olvide referenciar esta tesis