

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE CONTABILIDAD



**La banca digital como medio de inclusión financiera en relación con el
desarrollo económico, sector abarrotos mercado de Pátapo 2025**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR

Maryori del Milagro Ramirez Sanchez

ASESOR

Eduardo Enrique Espinoza Tello

<https://orcid.org/0000-0001-9921-0013>

Chiclayo, 2026

**La banca digital como medio de inclusión financiera en relación con
el desarrollo económico, sector abarrotes mercado de Pátapo 2025**

PRESENTADA POR

Maryori del Milagro Ramirez Sanchez

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

CONTADOR PÚBLICO

APROBADA POR

Cynthia Katterine Perez Rios

PRESIDENTE

Betty Liliana de los Milagros Vergara Wekselman

SECRETARIO

Eduardo Enrique Espinoza Tello

VOCAL

Dedicatoria

Dedico este trabajo, ante todo, a Dios por ser mi guía en cada etapa de este camino, por darme la vida, la fortaleza y la sabiduría necesarias para no rendirme frente a las adversidades.

A mis padres, pilares fundamentales de mi vida, por su amor incondicional, sus consejos y por enseñarme con su ejemplo el verdadero significado de la perseverancia y del esfuerzo.

A mi familia, por su apoyo constante, comprensión y motivación en los momentos más difíciles.

Y a mí misma, por no desistir y demostrarme que soy capaz de alcanzar mis metas.

Agradecimientos

Agradezco a mi alma máter, la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, por haberme brindado una formación académica y humana que contribuyó de manera significativa a mi desarrollo profesional.

A mis padres, por su amor incondicional, sus palabras de aliento y la confianza permanente que depositaron en mí.

A mis abuelos por sus enseñanzas, oraciones y el cariño que siempre me acompañó.

A mí asesor de tesis, Mg. Eduardo Enrique Espinoza Tello, por su valiosa orientación, compromiso y la guía brindada durante este proceso de investigación.

Finalmente, a todos quienes contribuyeron, mi más sincero agradecimiento.

La Banca Digital como Medio de Inclusión Financiera en Relación con el Desarrollo Económico, Sector Abarrotes Mercado de Pátapo 2025

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%	16%	4%	4%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	www.superbancos.gob.ec Fuente de Internet	3%
2	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
4	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
5	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad de Oviedo Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.uta.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	Submitted to Universidad Catolica Los Angeles de Chimbote Trabajo del estudiante	1%
9	www.researchgate.net Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen	6
Abstract	7
Introducción.....	8
Revisión de literatura.....	9
Resultados y discusión	21
Conclusiones	36
Recomendaciones	37
Referencias.....	39
Anexos	41

Resumen

La banca digital como medio de inclusión financiera en relación con el desarrollo económico, sector abarrotes, mercado de Pátapo 2025, tuvo como objetivo analizarla importancia de la banca digital en la inclusión financiera y su aporte al desarrollo económico de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo. Se plantearon como objetivos específicos: caracterizar la dinámica económica y financiera de los comerciantes de abarrotes, evaluar la inclusión financiera tradicional, identificar el acceso y uso de la banca digital, analizar las barreras que limitan su adopción implementar charlas de capacitación para sensibilizar sobre sus beneficios. La investigación fue cualitativa, aplicada, descriptiva y no experimental usando como técnica principal la encuesta estructurada a una muestra de 45 comerciantes de abarrotes, seleccionados de una población de 215 empadronados por la municipalidad distrital. Los resultados muestran que el comercio está consolidado y estabilizado, con un predominio problemático de ventas al por mayor y una fuerte dependencia de proveedores mayoristas, que evidencian su estabilidad en las operaciones, pero también la exigencia de liquidez constante. Asimismo, se evidenció que valoran la inclusión financiera y reconocen la utilidad de la banca digital en operaciones como transferencias, pagos y microcréditos, aunque persisten limitaciones asociadas a tasas de interés elevadas, requisitos financieros exigentes, baja alfabetización digital y desconfianza en los medios electrónicos. Finalmente, las charlas de capacitación permitieron sensibilizar a los participantes, fomentando una disposición favorable hacia la adopción progresiva de la banca digital como herramienta de inclusión financiera y motor del desarrollo económico local.

Palabras clave: Banca Digital, Inclusión Financiera, Desarrollo Económico

Abstract

Digital banking as a means of financial inclusion in relation to economic development, the grocery sector, and the Pátapo market. The objective of this study was to analyze the importance of digital banking in financial inclusion and its contribution to the economic development of grocery merchants in the Pátapo market. The specific objectives were to characterize the economic and financial dynamics of grocery merchants, evaluate traditional financial inclusion, identify access to and use of digital banking, analyze the barriers that limit its adoption, and implement training sessions to raise awareness of its benefits. The research was qualitative, applied, descriptive, and non-experimental, using a structured survey as the main technique for a sample of 45 grocery merchants, selected from a population of 215 registered by the district municipality. The results show that the trade is consolidated and stabilized, with a problematic predominance of wholesale sales and a strong dependence on wholesale suppliers, which reflects the stability of operations but also the need for constant liquidity. It was also evident that they value financial inclusion and recognize the usefulness of digital banking for transactions such as transfers, payments, and microcredit, although limitations associated with high interest rates, demanding financial requirements, low digital literacy, and distrust in electronic media persist. Finally, the training sessions helped raise awareness among participants, fostering a favorable attitude toward the progressive adoption of digital banking as a tool for financial inclusion and a driver of local economic development.

Keywords: Digital Banking, Financial Inclusion, Economic Development

Introducción

El mundo está cada vez más avanzado, la digitalización de los servicios financieros se ha convertido en una tendencia irreversible, transformando la manera en que las personas acceden, gestionan y utilizan los recursos económicos. Sin embargo, a pesar de los avances tecnológicos, aún existen grandes brechas en la inclusión financiera, especialmente en países en desarrollo, donde millones de personas no cuentan con acceso a servicios bancarios formales, limitando su capacidad de ahorro, inversión y crecimiento económico. Esta situación problemática también se refleja en el Perú, donde, a pesar de los esfuerzos del sistema financiero por implementar la banca digital, gran parte de la población sigue dependiendo de mecanismos informales para sus operaciones económicas (Abel et al. 2023).

Según López (2022), establece a la banca digital como un conjunto de servicios financieros que utilizan plataformas tecnológicas para facilitar el acceso, la gestión y el uso de productos financieros de manera remota y automatizada. En eso se destaca a la inclusión financiera como una estrategia de adopción tecnológica en el mercado financiero. Alberro (2016), habla de la inclusión financiera como la opción de hacer uso de los servicios y productos ofrecidos por las entidades del sistema financiero formal, así como la facilidad con la que las personas pueden disponer de los servicios y productos financieros que brindan estas instituciones formales. En otro estudio de Suri y Jack (2016), que analiza cómo el uso de plataformas de pago móvil como M-Pesa en Kenia ha aumentado la inclusión financiera y ha tenido un efecto positivo en el desarrollo económico. El estudio menciona que, en ciertas áreas, el uso de servicios de pago móvil contribuyó a un aumento del 22% en los ingresos de los hogares más pobres, lo que evidencia el impacto directo de la digitalización bancaria en la mejora económica.

En efecto, la desconfianza de los sistemas financieros formales y la poca comprensión de los beneficios que ofrece esta herramienta tecnológica, dificultan su adopción y actúan de manera indirecta a que no se logre un desarrollo económico positivo para los comerciantes y así haciéndoles una minoría que no se adapta a esta nueva era. Es por ello, que se formula la pregunta ¿Como la Banca Digital actúa como medio de Inclusión Financiera en el desarrollo económico de los Comerciantes de abarrotes del Mercado de Pátapo al 2025?

La relevancia de esta investigación radica en la manera en que la adaptación tecnológica se integra en el sistema financiero, transformándolo en una herramienta clave para el desarrollo económico, especialmente para el sector comercio. También se subraya lo fundamental de

entender cómo la banca digital se convierte en un poderoso aliado en el desarrollo de los grupos grandes que están en crecimiento constante y que deben ajustarse a las nuevas eras tecnológicas. Muchas veces, estos grupos se encuentran limitados en el acceso a productos financieros tradicionales (un crédito, una cuenta, un seguro, etc.) lo que impide crear, crecer y ser sostenibles a largo plazo. Como sostiene (García, 2023), la adopción de la plataforma digital permitirá a las instituciones financieras proveer productos y servicios a bajo costo, derribando barreras geográficas y dependiendo menos de la infraestructura física. Esta investigación busca aportar evidencia sobre la banca digital como mecanismo de inclusión financiera para sectores tradicionalmente excluidos.

Con este marco general se establece como objetivo general analizar la importancia de la banca digital en la inclusión financiera y su aporte en el desarrollo económico de los comerciantes del mercado de Pátapo, al 2025. Para alcanzar este propósito se plantearon como objetivos específicos comprender la dinámica económica y financiera de los comerciantes del mercado mediante la caracterización de sus actividades; evaluar la inclusión financiera tradicional de los comerciantes; identificar las formas de acceso y uso de los servicios de banca digital en la gestión cotidiana de los comerciantes; analizar las barreras y desafíos que dificultan la adopción de la banca digital como herramienta de apoyo financiero. Finalmente se busca implementar charlas de capacitación que permitan concientizar sobre los beneficios de la banca digital como estrategia clave para fortalecer la sostenibilidad económica y ampliar las oportunidades de inclusión financiera en el futuro.

Revisión de literatura

Shaban et al. (2024) resaltan la imperiosa necesidad de implementar políticas que promuevan la expansión de servicios financieros accesibles, en particular en regiones con menor infraestructura tecnológica, así como la creciente importancia que ha tenido el acceso a las finanzas, tanto digitales como tradicionales, en el avance de la inclusión financiera a nivel mundial. Un estudio reciente destaca cómo han sido fundamentales las condiciones del sistema bancario, la penetración de la telefonía móvil y la urbanización en el avance de la inclusión financiera digital, principalmente en países en desarrollo, mientras que las naciones de ingresos altos lideran la inclusión financiera tradicional. A pesar de los avances, aún quedan importantes desafíos, como la asequibilidad o la necesaria documentación, que aún restringen el acceso a un buen número de sectores de la población. El principal propósito de la investigación es

examinar los factores que promueven tanto la inclusión financiera digital como la tradicional, con especial atención en las condiciones del sistema bancario y cómo estas varían entre países de diferentes niveles de ingresos. La metodología empleada incluye la construcción de dos índices multidimensionales que abarcan las dimensiones de acceso, disponibilidad y el uso de los servicios financieros. Los datos abarcan el período 2004-2020 y se obtuvieron de diversas fuentes, incluyendo la Encuesta de Acceso Financiero del FMI y bases de datos globales sobre desarrollo financiero.

Según los autores Joselyn, A. et al. (2022) las entidades financieras han estado promoviendo durante años la digitalización de la experiencia del cliente como parte fundamental de su estrategia empresarial, desde que los clientes pasaron a ser activos estratégicos de los bancos. Sin embargo, no todos pueden lograr este alcance positivo, debido a la falta de comprensión de los factores que impulsan la digitalización de los bancos, ya que las estructuras bancarias no consideran la confianza y la seguridad en el sistema sean un factor importante. Promover los conceptos básicos de la plomería electrónica. Además, las instituciones y la industria bancaria no ven la inclusión como un tema importante, por lo que no invierten en capacitación y equipamiento para que más residentes de telefonía móvil puedan aprender a utilizar las aplicaciones de banca móvil. De hecho, no dan la bienvenida a nuevos competidores como las Fintech que se están apoderando del mercado financiero digital. Por lo tanto, la confianza y la seguridad de los sistemas digitales motivan a los clientes a utilizar canales digitales, y la seguridad percibida por los clientes tiene un efecto positivo en las innovaciones de la banca por Internet.

Según los autores Abel et al. (2023) la falta de inclusión financiera, especialmente entre las comunidades marginadas y las mujeres, transformándose en una preocupación de gran envergadura en los últimos años debido al acceso limitado a los recursos financieros y al acceso desigual a la infraestructura digital, escriben en el artículo, lo que obstaculiza el desarrollo económico. Los esfuerzos de inclusión y la limitada alfabetización financiera y digital pueden obstaculizar la capacidad de las personas para participar plenamente en el sistema financiero. Por lo tanto, los avances en la tecnología, especialmente en los servicios financieros digitales, han aumentado la inclusión financiera incluso en áreas menos comunes debido a las diferencias en las barreras sociales, culturales y de seguridad, así como al acceso a los recursos. El sesgo en el análisis de datos puede perpetuar la desigualdad y excluir a ciertos grupos de los servicios financieros.

Según Omarini y Coltri (2022), el sector bancario se encuentra inmerso en un proceso de innovación digital que busca responder a las demandas de un mercado financiero cada vez más competitivo y dominado por la presencia de Fintech. La banca tradicional enfrenta el desafío de tener que integrar nuevas tecnologías para optimizar procesos internos y además ofrecer experiencias personalizadas que fortalezcan la confianza de los clientes. Sin embargo, uno de los principales obstáculos es que no todas las instituciones financieras consideran a la inclusión digital como una prioridad, y ello limita el acceso de ciertos grupos sociales al acceso a servicios bancarios. De hecho, las entidades que donde no se invierte en programas de capacitación, infraestructura y herramientas tecnológicas corren el riesgo de rezagarse frente a sus competidores más ágiles. En este sentido, tanto la confianza como la seguridad percibida en los sistemas digitales son variables claves para que los clientes estén dispuestos a utilizar la banca en línea, pues en esa medida los clientes mostrarán mayor disposición para operar con los canales digitales cuando perciban que sus transacciones están protegidas y respaldadas por mecanismos de seguridad confiables. Con respecto a la metodología, los autores utilizaron un diseño cualitativo-exploratorio basado en el análisis de casos de bancos europeos y fintechs. Para esto, realizaron una revisión documental de las fuentes consultadas (informes de mercado, publicaciones académicas y reportes oficiales de instituciones financieras), complementada con el estudio comparativo de los modelos de innovación digital implementados en distintos países de Europa entre los que se desempeñan bancos y fintechs. La metodología permitió identificar patrones comunes en la adopción de cambio de tecnología digital en el sector financiero, así como los factores críticos relacionados con la confianza, la seguridad y la integración de nuevas competencias digitales en sus participantes.

La investigación de Wu, Lv y Yu (2023) examina el impacto de la banca móvil en la búsqueda de depósitos, concluyendo que las mejoras en los servicios del móvil pueden aumentar considerablemente los depósitos bancarios al tiempo que reducen la dependencia de los usuarios en los sitios web de los bancos, y destaca la heterogeneidad de los efectos de la banca móvil, siendo mayor en regiones con mayor desarrollo de la infraestructura tecnológica. Estos hallazgos subrayan la importancia de la digitalización como un factor clave en el crecimiento de los depósitos y la competitividad de los bancos en la era digital. Diversos estudios han demostrado que la adopción de la banca móvil no solo mejora la experiencia del cliente sino también tiende a generar un efecto de sustitución de los servicios bancarios tradicionales basados en la web, contribuyendo a un aumento notable en los depósitos bancarios.

Según Kitsios et al. (2021), la transformación digital en el sector bancario es un proceso continuo que ha impuesto el rediseño de los métodos internos y la interacción con los clientes en un contexto de creciente competencia y disrupción tecnológica. La aceptación de las innovaciones no resulta siempre sencilla y depende de factores tales como la percepción de utilidad, la facilidad de uso y la autoeficacia de los usuarios, los empleados de la banca en este caso. La digitalización promete reducir costos y ampliar el acceso a los servicios financieros, pero su éxito depende de la confianza que depositen en su seguridad tanto clientes como trabajadores. Asimismo, el estudio evidencia que muchas instituciones bancarias no invierten lo suficiente en programas de capacitación que faciliten el aprendizaje y adaptación al uso de nuevas tecnologías, lo cual genera resistencia y limita el alcance de la digitalización. En cuanto a la metodología, los autores aplicaron el Modelo de Aceptación de la Tecnología (TAM) mediante un cuestionario estructurado en escala Likert de cinco puntos, dirigido a 161 empleados de bancos en Grecia, miembros de la Federación de Trabajadores Bancarios. Este cuestionario midió variables como la utilidad percibida, la facilidad de uso, la autoeficacia, la intención de uso y el comportamiento real de uso de la banca digital. Posteriormente, se utilizó análisis de regresión multivariante para determinar el grado en que estas variables explicaban la intención y el comportamiento de adopción de la digitalización en el sector bancario. Los resultados confirmaron que la percepción de utilidad y la confianza en la seguridad del sistema son factores decisivos para que los usuarios tanto clientes como empleados adopten los canales digitales

Bases teórico-científicas

Banca Digital

La banca digital es un servicio brindado por instituciones financieras que permite a los clientes procesar virtualmente diversos tipos de transacciones utilizando dispositivos electrónicos que cuentan con aplicaciones móviles; lo mismo que las entidades financieras para los efectos anteriores. También se deben tener en cuenta aspectos relacionados; como seguridad de red, personalización y portabilidad. (The Forrester Banking Wave: European Mobile Apps, Q2, 2019).

Suriaga, et al (2019) Establece la manera en que se divide la banca digital, también conocida como banca en línea, la cual se encuentra disponible a través de Internet. Este tipo de banca puede estar presente en sucursales físicas o incluso en aquellas que funcionan exclusivamente

a través de Internet o teléfono. Si surgieran inquietudes respecto a este tipo de servicios, podría resultar útil conocer las ventajas y desventajas de la banca en línea.

Tipos de Banca Digital

Según López (2022), la banca digital puede entenderse como un conjunto de servicios financieros que utilizan plataformas tecnológicas para facilitar el acceso, la gestión y el uso de productos financieros de manera remota y automatizada. López identifica tres componentes clave en la estructura de la banca digital:

Banca en Línea: Es el servicio que se ofrece a través de un portal web, donde los usuarios pueden realizar todas las operaciones que se harían en una sucursal física, como consultas de saldo, transferencias, pagos de servicios, entre otros.

Banca Móvil: Este tipo de banca se realiza a través de aplicaciones instaladas en dispositivos móviles. Ofrece mayor comodidad y acceso rápido desde smartphones o tables, permitiendo realizar transacciones en cualquier lugar.

Billeteras Digitales: Son plataformas que permiten almacenar dinero de manera virtual y realizar pagos o transferencias sin necesidad de efectivo. Los ejemplos incluyen PayPal, Google Pay o Apple Pay.

Pagos Móviles: Permiten que los usuarios realizar transacciones desde sus dispositivos móviles, ya sea a través de aplicaciones bancarias o de servicios de pago como transferencias instantáneas entre personas o empresas.

Inclusión Financiera

La inclusión financiera tiene un concepto complejo de definir, pues depende de los componentes considerados por diversas instituciones, tanto públicas como privadas, además de las perspectivas de investigadores especializados. La intención es alcanzar una definición integral y multidimensional que permita incluir de manera específica a quienes podrían beneficiarse de esta herramienta, considerada clave para “cerrar brechas” en la desigualdad.

Desde la noción de acceso al sistema bancario formal, se explora cómo la inclusión financiera contribuye al desarrollo social, especialmente en hogares de bajos recursos, examinando las características de las familias que quedan excluidas del sistema financiero formal y los factores causales que impulsan dicha inclusión (Irina Alberro, 2016). Según las definiciones más recientes, la inclusión financiera tiene tres dimensiones: acceso, uso y calidad.

Acceder implica la opción de hacer uso de los servicios y productos ofrecidos por las entidades del sistema financiero formal, así como la facilidad con la que las personas pueden disponer de los servicios y productos financieros que brindan estas instituciones formales. El uso de los productos financieros se relaciona con la manera efectiva en que se emplean, considerando tanto la constancia y nivel de utilización, como el propósito detrás de su utilización en el sistema financiero. Por último, la calidad se define en función de las propiedades de acceso y utilización (calidad y eficacia). Esto abarca una amplia gama de temas, como la personalización del producto según las necesidades del cliente, la diversidad de los servicios financieros, así como la regulación y supervisión de los productos, y la protección del consumidor, entre otros aspectos.

Pilares de la Inclusión Financiera

El informe Global Financial Inclusion (Global Findex, 2017) proporciona indicadores sobre el acceso y uso de servicios financieros tanto formales como informales. También examina el uso de tecnología financiera, Internet y teléfonos móviles para realizar transacciones, lo que permite analizar la inclusión financiera de manera integral y en profundidad. Este enfoque simplifica la identificación de las dificultades que aún persisten en la expansión del acceso y la utilización de productos y servicios financieros, además de fomentar la educación financiera y la protección del consumidor.

Pilar I de la Inclusión Financiera: Acceso

En cuanto al “Acceso”, el primer pilar de la inclusión financiera, el Global Findex (2017) encontró que algunas de las razones por las cuales el nivel de acceso a los servicios bancarios no es plenamente satisfactorio son:

Las personas manifiestan que tienen muy poco dinero para hacer uso de una cuenta.

Un miembro de la familia tiene una cuenta.

Falta de documentación.

Falta de confianza en el sistema financiero.

Costo y distancia requerida para utilizarlo.

En otros casos, los requisitos de documentación crean barreras para el acceso a los servicios financieros para los segmentos de consumidores rurales y de bajos ingresos.

El “acceso al crédito” es otro elemento del análisis en el primer pilar de la inclusión financiera. Su comportamiento es similar al del titular de la cuenta. Según el informe del Global

Findex del Banco Mundial (2017) en los países de altos ingresos, el 64% de las personas acceden al crédito de instituciones financieras formales porque generalmente confían en ellas.

Pilar II de la Inclusión Financiera: Uso

El “uso” es el segundo pilar de la inclusión financiera y como se mencionó, con esta medida nos referimos a los servicios que las personas pueden utilizar a través de una cuenta en una institución financiera propia o externa a esa institución financiera, a través de mecanismos como el uso de dinero móvil, tarjetas de débito, crédito (instrumentos de pago y fuentes de crédito) y aplicaciones móviles para realizar transacciones.

Si bien es cierto, la tecnología y los teléfonos móviles han abierto nuevas oportunidades para el acceso y prestación de servicios financieros, puesto que proporciona a la población un mecanismo conveniente para efectuar transacciones entre diferentes instituciones financieras y pagos de servicios básicos, no obstante, la capacidad para utilizar cualquier servicio financiero digital depende del acceso a la tecnología necesaria.

Pilar III de la Inclusión Financiera: Educación Financiera

Según el Banco Mundial (2017) La mayoría de las naciones ha promovido tácticas de educación financiera; Sin embargo, se centran en la educación del consumidor y rara vez se esfuerzan por desarrollar competencias y habilidades financieras.

Pilar IV de la Inclusión Financiera: Protección al Consumidor

El cuarto pilar de la inclusión financiera, la protección del consumidor financiero está directamente vinculado a la responsabilidad del sistema financiero para proteger los intereses de los usuarios y clientes.

Desarrollo Económico

Los economistas dedicados al desarrollo económico consideraban que, en las décadas de 1950 y 1960, dicho proceso se debía a una mezcla de transformaciones en los ámbitos económico, social y político. Por eso es que se comprenden ideas como el "capital humano" de Theodoro Schultz, las "etapas del desarrollo" de Walter Rostow, y la teoría de la "economía dual" de Arthur Lewis, galardonado con el Nobel en Economía. Se suman a la diversidad de enfoques teóricos aquellos de Hirschmann y R. Prebisch reflexionó sobre las dificultades y posibles soluciones duraderas de las economías en crecimiento, especialmente las de América Latina, bajo la influencia de la CEPAL. El crecimiento económico, bienestar social y la sostenibilidad ambiental son aspectos que forman parte del concepto multidimensional del

desarrollo económico. Este proceso involucra no solo el incremento del PIB, sino también mejoras en la calidad de vida, equidad social, y la preservación del entorno.

Dimensiones claves del desarrollo económico

Económica: El desarrollo económico está estrechamente ligado al crecimiento del PIB per cápita y al aumento de la productividad. Sin embargo, un enfoque puramente basado en el PIB no capta otros temas básicos a considerar que la distribución del ingreso y la calidad de vida de los habitantes. Además, el ingreso nacional bruto (INB) per cápita es un indicador más representativo al incluir las transferencias internacionales (Shaikh & Ragab, 2008).

Social: La dimensión social abarca la reducción de la pobreza, el acceso a los servicios básicos como la educación, la salud y la equidad en la distribución de los ingresos. El Índice de Desarrollo Humano es un indicador relevante que combina esperanza de vida, nivel de educación e ingresos, proporcionando una medida más integral que el PIB (CEPAL, 2008).

Política: En el ámbito político, las instituciones sólidas son esenciales para garantizar el crecimiento inclusivo y sostenible. La estabilidad política, buena gobernanza y la participación ciudadana son factores críticos para fomentar un desarrollo económico equitativo (Todaro & Smith, 2015).

Ambiental: El desarrollo económico también debe ser sostenible. La eficaz utilización de los recursos naturales y la reducción del impacto en el medio ambiente son esenciales para garantizar que las futuras generaciones puedan disfrutar de los mismos recursos. La OCDE subraya la importancia de integrar las políticas económicas, sociales y ambientales para lograr un desarrollo sostenible (OECD, 2023).

Tecnológica: La innovación y la tecnología desempeñan un papel fundamental en el progreso económico al fomentar la eficiencia y la competitividad en los mercados a nivel mundial. El acceso a tecnologías innovadoras puede aumentar la productividad y la calidad de vida de las personas. (Jiménez, 2011).

Indicadores del desarrollo económico

Producto Interno Bruto (PIB): Aunque es el indicador más común, tiene limitaciones al no considerar la distribución del ingreso ni el bienestar social (Jiménez, 2011).

Índice de Desarrollo Humano (IDH): Como se mencionó, este índice incluye variables económicas y sociales, ofreciendo una visión más completa del bienestar (CEPAL, 2008).

Índice de Gini: Está mide la desigualdad de ingresos en la sociedad, siendo crucial para evaluar la equidad del crecimiento económico (Jiménez, 2011).

Tasa de pobreza: La disminución de la pobreza es otro indicador clave que muestra el progreso social dentro del desarrollo económico.

Materiales y métodos

La investigación se orientó a comprender el papel de la banca digital en la inclusión financiera y el desarrollo económico de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo, al 2025. Asimismo, se adoptó un enfoque cualitativo, aplicado y descriptivo, que permitió detallar cómo la banca digital se ha convertido en una herramienta estratégica para el crecimiento económico de este sector. Se utilizó un diseño no experimental, basado en la observación directa sin manipular variables, lo que facilitó analizar la realidad en su entorno natural (Hernández et al., 2014). La investigación aplicada busca soluciones concretas a problemas reales, propósito fundamental de este trabajo que generó conocimientos prácticos que contribuyan en la mejora de las condiciones económicas de los comerciantes.

La población estuvo formada por los 215 comerciantes empadronados por la municipalidad distrital de Pátapo, y la muestra fue de 45 comerciantes de abarrotes ligados a este último rubro que son importantes en la dinámica de este mercado. Su actividad principal (la compra, venta productos de la canasta básica familiar) asegura el flujo constante de estas transacciones y un vínculo directo con el consumidor final, convirtiéndolos en el grupo clave para analizar cómo la banca digital funciona como medio para la inclusión financiera y motor de desarrollo económico local. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, a través de una ficha estructurada que permitió al investigador recopilar información sobre las percepciones, experiencias y barreras en el uso de la banca digital. El eje del análisis se centró en caracterizar la actividad económica de los comerciantes (productos, ventas y horarios), la evaluación de su acceso a los servicios financieros tradicionales y digitales y la identificación de barreras (falta de tecnología, baja alfabetización digital, la desconfianza en el sistema o las limitaciones económicas, entre otras). Se garantizó la confidencialidad de la información la cual se utilizó únicamente para fines académicos.

Respecto al plan de procesamiento y análisis de datos, se caracterizó la actividad económica de los comerciantes en el 2025, considerando tipos de productos vendidos, volúmenes de ventas, horarios de operación y ubicación de los negocios. Ello permitió evaluar tanto el acceso

a servicios financieros tradicionales cuentas bancarias, préstamos y ahorros como el nivel de adopción de la banca digital. Las encuestas estructuradas con preguntas cerradas aplicadas en el mercado hicieron posible identificar patrones de uso, frecuencia y diversidad de servicios financieros móviles utilizados. Finalmente, se reconocieron las barreras y desafíos que enfrentaron los comerciantes para adoptar la banca digital, ratificando la importancia de fortalecer la alfabetización digital y la confianza en los sistemas financieros. Considerando que se mantuvo la confidencialidad de los datos obtenidos durante el proceso de investigación, la información solo fue utilizada para carácter académico.

Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Banca Digital	Plataformas que permiten al cliente acceder a servicios financieros". . (Edge, 2012)	Un conjunto de servicios financieros que utilizan plataformas tecnológicas para facilitar el acceso, la gestión y el uso de productos financieros de manera remota y automatizada. (Lopez 2012)	Banca en Línea	Consultas de saldo, transferencias	Encuesta
				Pagos de Servicios	
			Billeteras Digitales	Comodidad y acceso rápido desde smartphones	
				Ahorro de tiempo y costo	
			Pagos Móviles	Transferencias instantáneas entre personas o empresas	
				Adaptacion Teconologica	
Inclusión financiera	Medio para brindar a la sociedad acceso a servicios y/o productos financieros proporcionados por las instituciones financieras[SBS] 2021).	Servicios financieros formales e informales que emplean de tecnología financiera, de Internet y teléfonos celulares para realizar transacciones financieras, ofreciendo la oportunidad de revisar de manera profunda y multidimensional la situación de la inclusión financiera.Global Findex, 2017	Acceso	Cantidad de ingresos	Encuesta
				Tasa de uso de cuentas de dinero móvil	
				Numero de transacciones financieras	
				Porcentaje de la población adulta con acceso a cuentas bancarias	
			Uso	El uso de dinero móvil, tarjetas de débito, tarjetas de crédito	
				La tecnología y los teléfonos móviles	
				Instrumento de pago y fuente de crédito	
			Calidad	Aplicaciones móviles para realizar transacciones	
				Necesidades del cliente	
				La regulación y la supervisión de los productos	
Educación Financiera	La variedad de los servicios financieros				
	Protección del consumidor				
	Educación de los consumidores				
	Capacidades y habilidades financieras				
Desarrollo economico	Es un concepto multidimensional que abarca el crecimiento económico, el bienestar social y la sostenibilidad ambiental	Este proceso involucra no solo el incremento del PIB, sino también mejoras en la calidad de vida, la equidad social, y la preservación del entorno(OSCE 2020)	Economico	Aumento de la productividad	Encuesta
				Distribución del ingreso	
			Social	Acceso a servicios básicos	
				Nivel de educación e ingresos	
			Politico	Crecimiento inclusivo y sostenible	
				Desarrollo económico equitativo	
			Tecnologico	Participación ciudadana	
				Impulsar la eficiencia y la competitividad	
	Acceso a nuevas tecnologías				

Matriz de consistencia

Problema Principal	Objetivo Principal	Variables						
		Variables	Dimensiones	Indicadores				
Como la Banca Digital actúa como medio de Inclusión Financiera en el desarrollo económico de los Comerciantes de abarrotes del Mercado de Pátapo al 2025	Analizar el uso de la banca digital como medio de inclusión financiera en el desarrollo económico de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025	BANCA DIGITAL	Banca en Línea	Consultas de saldo, transferencias Pagos de Servicios				
			Billeteras Digitales	Comodidad y acceso rápido desde smartphones Ahorro de tiempo y costo				
			Pagos Móviles	Transferencias instantáneas entre personas o empresas Adaptación Tecnológica				
	Objetivos Específicos	Población	INCUSIÓN FINANCIERA	Acceso	Cantidad de ingresos			
	<ul style="list-style-type: none"> •Caracterizar la actividad económica de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025. •Evaluar la inclusión financiera tradicional de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025. 	215 COMERCIANTE DEL MERCADO DE PÁTAPPO			Uso	Tasa de uso de cuentas de dinero móvil		
						<ul style="list-style-type: none"> •Identificar el acceso y uso de los servicios de banca digital por parte de los comerciantes de abarrotes del Mercado de Pátapo al 2025. 	Muestra	Calidad
	45 COMERCIANTE SECTOR ABARROTES	Educación Financiera			Porcentaje de la población adulta con acceso a cuentas bancarias			
					ENCUESTA			
	<ul style="list-style-type: none"> •Determinar las barreras y desafíos que enfrentan los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo para adoptar la banca digital como herramienta financiera al 2025. 	Técnica Instrumento				DESARROLLO ECONOMICO	Social	La tecnología y los teléfonos móviles
					FICHA DE ENCUESTA			Politico
	Aplicada	<ul style="list-style-type: none"> •Realizar charlas de capacitación para concientizar acerca de que la banca digital actúa como medio de desarrollo económico para los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025. 				Tecnologica	Tecnologico	
					Enfoque Nivel Descriptivo Diseño No experimental			Necesidades del cliente La regulación y la supervisión de los productos La variedad de los servicios financieros Protección del consumidor
	Crecimiento inclusivo y sostenible Desarrollo económico equitativo Participación ciudadana	Impulsar la eficiencia y la competitividad Acceso a nuevas tecnologías						

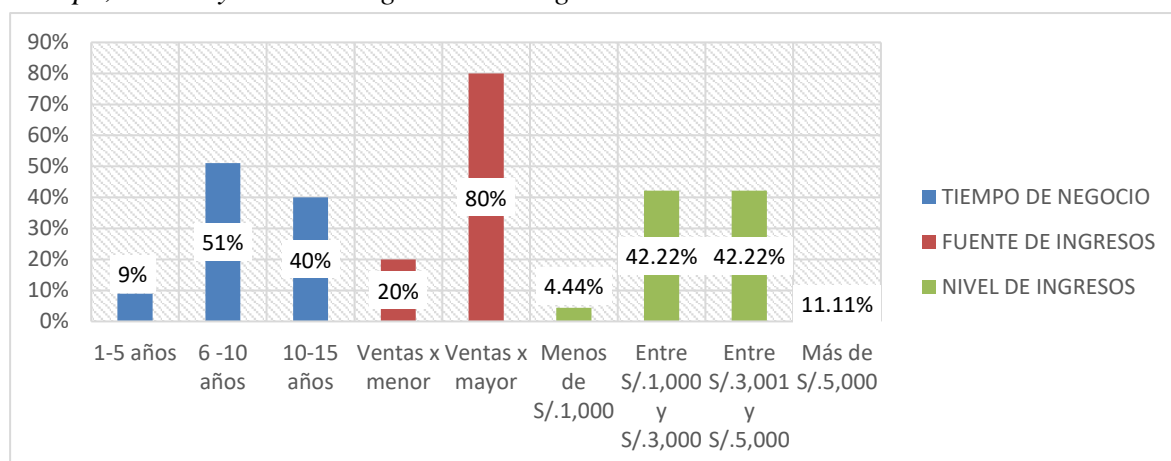
Resultados y discusión

Resultado 1

Caracterizar la actividad económica de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025

Figura 1:-

Tiempo, Fuente y Nivel de Ingresos del Negocio



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

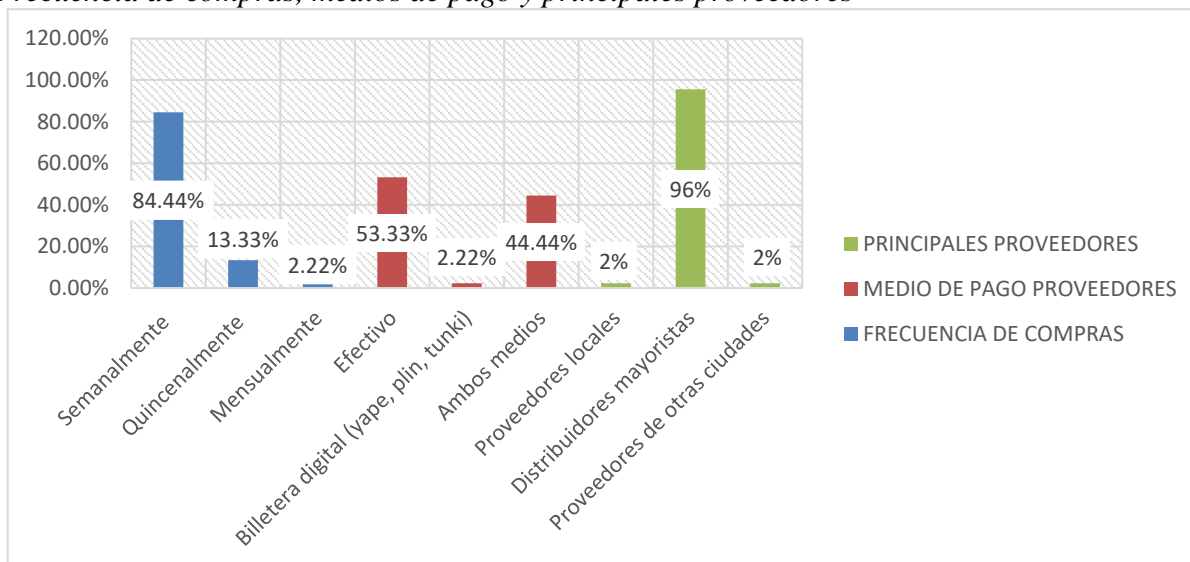
Los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo en su mayoría poseen una extensa trayectoria, dado que el 51% de los encuestados señalaron que sus negocios tienen entre 6 y 10 años funcionando, en cambio, el 40% está por encima de los 10 años con su negocio en marcha y no exceden los 15 años, reflejando que cuentan con gran experiencia en la actividad comercial, lo que les permite poder mantenerse muchos años en el mercado de Pátapo. No obstante, se considera que existen pequeños negocios que están iniciando dentro de este entorno económico, pues un 9% de los comerciantes respondió que sus negocios cuentan entre 1 a 5 años, dando a entender que existen pocas personas que deciden emprender su negocio dentro del mercado, debido a que, es complicado su ingreso a un rubro que suele estar copado.

Respecto al tipo de fuente de ingresos, el 80% indicó que sus ventas son al por mayor, en cambio, el 20% se dedica a las ventas al por menor. Esto señala que, la mayoría de los comerciantes no solo se dirigen al consumidor final, sino que también abastecen a otras tiendas o negocios más pequeños, Respecto al nivel de ingresos mensuales de los comerciantes el 42% declaró que genera entre S/ 1,000 y S/ 3,000 al mes, al mismo tiempo, los otros 42% señalaron que están entre S/ 3,001 y S/ 5,000. Solo un 11% afirmó vender más de S/ 5,000 mensuales, y un grupo pequeño del 4% indicó que sus ingresos están por debajo de S/ 1,000. Esto demuestra

que, si bien la mayoría de los comerciantes logra generar ingresos estables, estos no son excesivamente altos.

Figura 2:

Frecuencia de compras, medios de pago y principales proveedores



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Con relación a la frecuencia de abastecimiento de los negocios, el 84.44% de los comerciantes indicó que compra productos semanalmente. Esto demuestra que esta actividad comercial tiene una rotación constante. Asimismo, el 13.33% de los encuestados señaló que hace compras cada quince días, mientras que solo el 2.22% compra mensualmente lo que indica que este pequeño grupo compra con menos frecuencia dado que trabajan con menor cantidad de productos. Considerando que en su mayoría pagan a sus proveedores dado que, el 53.33% de los comerciantes usa efectivo para realizar sus pagos.

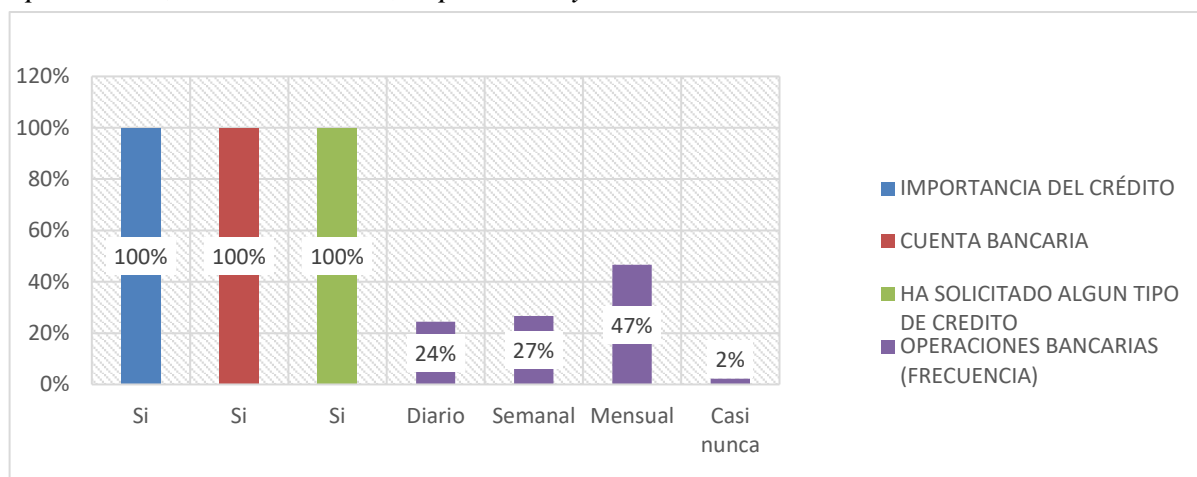
Lo que da a conocer que todavía hay gran preferencia por el dinero físico en este tipo de negocios, Sin embargo, un 44.44% dijo que usa ambos medios (efectivo y digital), lo cual refleja que hay una parte importante de comerciantes que está en transición o que combina ambas formas de pago según el tipo de proveedor o el monto de la compra. Adicionalmente es necesario mencionar que, el 96% de los comerciantes indicó que se abastece principalmente de distribuidores mayoristas. Esto concuerda con los resultados del grafico anterior, donde la mayoría dijo que vende al por mayor, por lo que es natural que también compren en grandes cantidades para tener mejor precio y mantener márgenes de ganancia.

Resultado 2

Evaluar la inclusión financiera tradicional de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025

Figura 3:

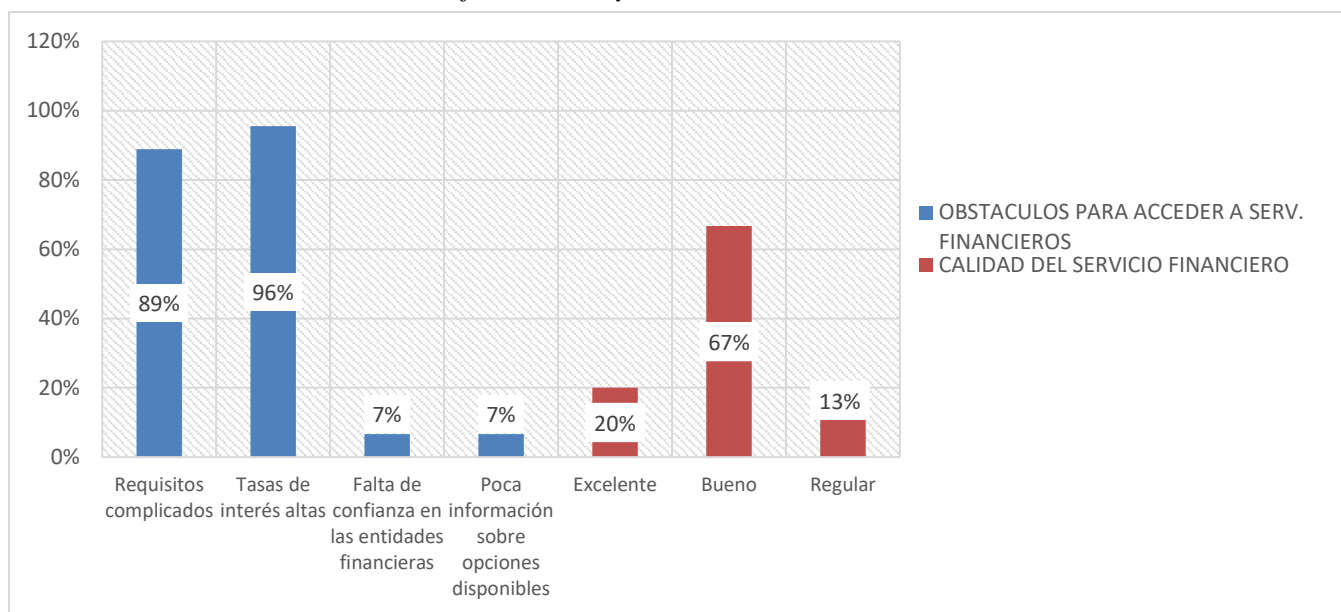
Operaciones, cuenta bancaria, importancia y solicitud de crédito



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Respecto a la importancia de los créditos en los negocios, el 100% de los comerciantes considera que es fundamental tener acceso a un crédito porque brinda muchas ventajas como invertirlo para comprar mercadería, crecer o salir de emergencias ya que es una herramienta que da la oportunidad de crecimiento especialmente si no cuentan con mucho capital propio. Además, es necesario afirmar que el 100% tiene una cuenta bancaria, es muy esencial porque significa que todos están incluidos en el sistema financiero, tener una cuenta permite no solo ahorrar con seguridad, sino también recibir transferencias, hacer pagos y acceder a productos financieros como préstamos o seguros. Al mismo tiempo, cabe mencionar que el 100% solicitaron algún tipo de crédito, esto señala que los créditos son parte de su experiencia como comerciantes dado que, de alguna manera u otra conocen el funcionamiento del sistema financiero.

En cuanto a la frecuencia con la que realizan operaciones bancarias, el 47% de los comerciantes hace operaciones bancarias de manera mensual, lo que indica que casi la mitad usa su cuenta solo cuando es necesario, como pagar a proveedores o ahorrar dinero. Por otro lado, el 27% lo hace semanalmente, lo que muestra una mayor relación con el banco y un uso más frecuente de su cuenta y el otro 24% realiza operaciones diarias, lo que es muy positivo porque demuestra que hay comerciantes que se integraron por completo al sistema bancario en su negocio. Solo un 2% indicó que casi nunca realiza operaciones bancarias ya que prefieren manejar efectivo o no necesitan usar tanto su cuenta.

Figura 4:*Obstáculos acceso a servicios financieros y calidad del servicio*

Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

La encuesta muestra en este apartado de preguntas de marcación múltiple que el principal obstáculo identificado son las tasas de interés altas, con un 96% de los comerciantes señalando este problema. Esto indica que casi todos consideran que los intereses que cobran los bancos por los préstamos son demasiado elevados, lo cual les desanima a solicitar crédito o les genera preocupación por no poder pagar. De igual manera, el 89% menciona que los requisitos para acceder a servicios financieros son complicados. Esto refleja que muchos comerciantes sienten que los bancos piden demasiados documentos, garantías o condiciones difíciles de cumplir. En contraste, hay obstáculos que no son tan mencionados, como la falta de confianza en las entidades financieras y la falta de información sobre las opciones disponibles, ambas con solo un 7%.

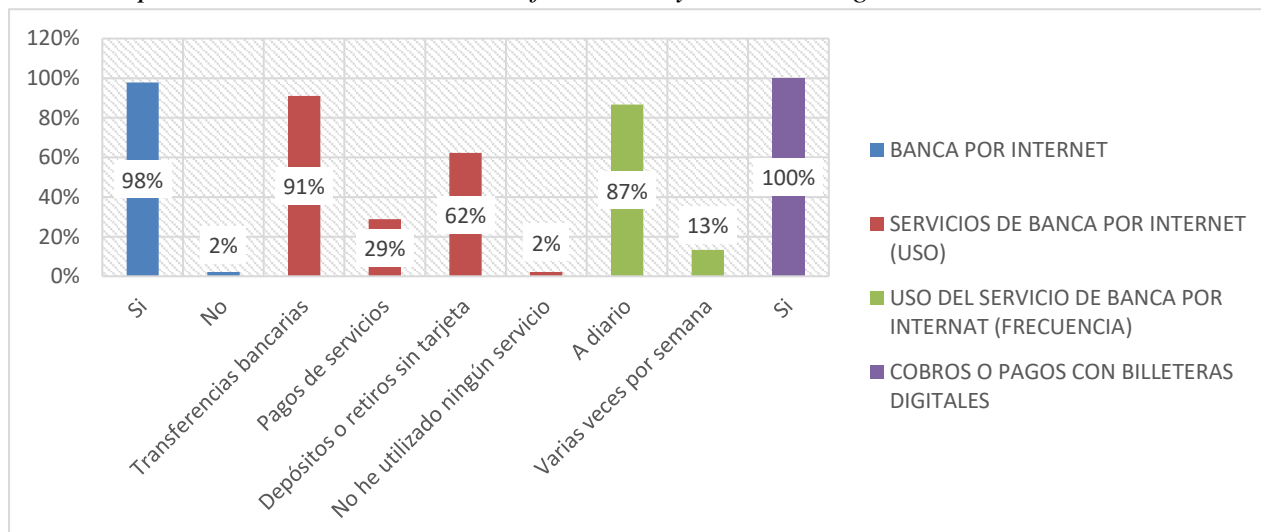
Sobre la calidad del servicio financiero, la percepción general es bastante buena. El 67% de los encuestados considera que el servicio es “bueno”, lo cual demuestra que la mayoría ha tenido experiencias positivas con los bancos o cajas. Asimismo, un 20% califica el servicio como “excelente”, lo que refuerza la idea de que algunas entidades financieras sí están cumpliendo con lo que el cliente espera. No obstante, un 13% lo considera “regular”, lo que da a conocer que hay espacios de mejora. Este grupo puede estar enfrentando demoras, falta de claridad en la información, o incluso malos tratos, y sus opiniones no deben ser ignoradas.

Resultado 3

Identificar el acceso y uso de los servicios de banca digital por parte de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025

Figura 5:

Banca por internet: Uso del servicio, frecuencia y billeteras digitales

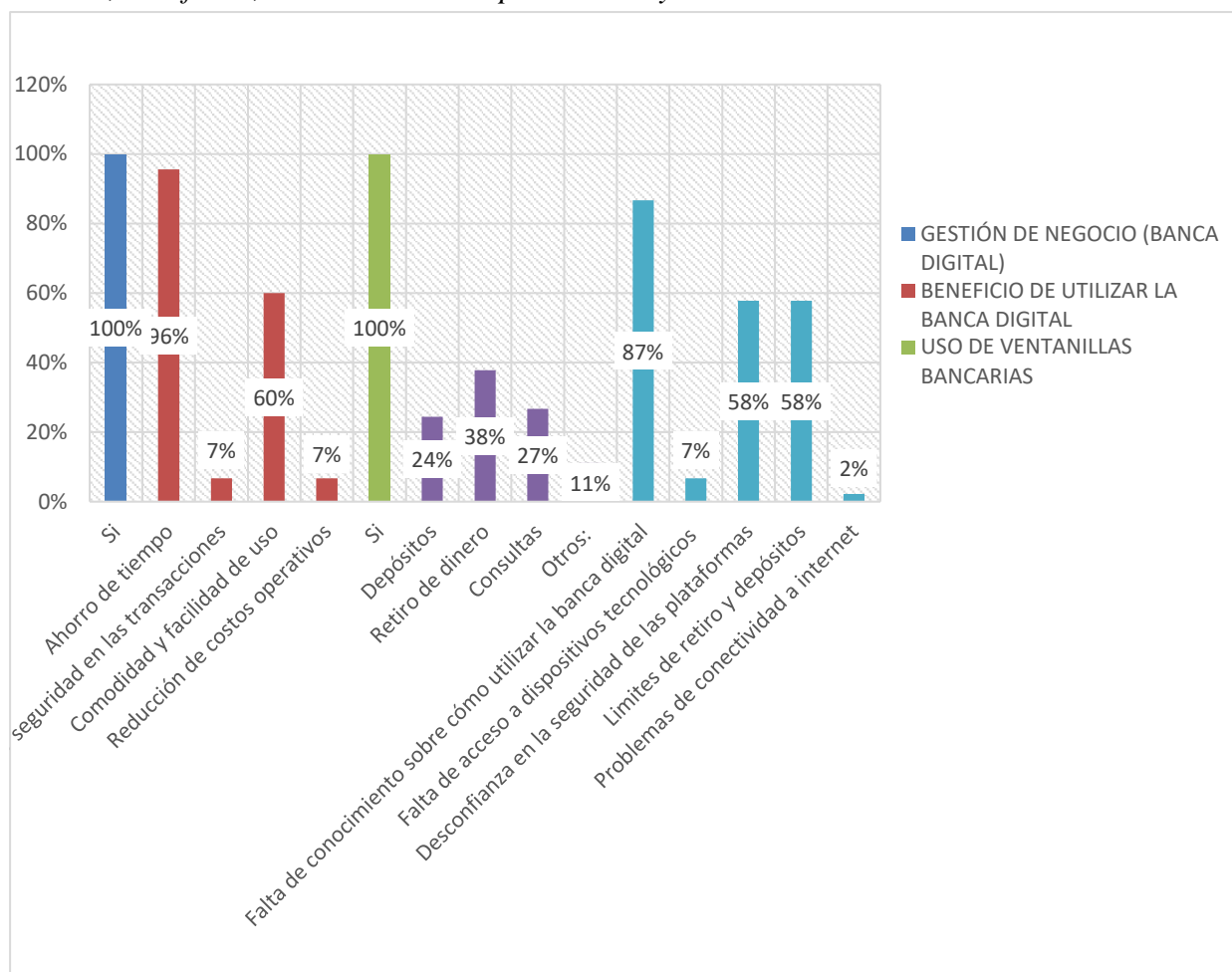


Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Respecto a los servicios financieros digitales. El 98% afirma usar la banca por internet, siendo las transferencias bancarias (91%), los depósitos o retiros sin tarjeta (62%) y el pago de servicios (29%) los más frecuentes. Además, el 87% utiliza estos servicios a diario, lo cual indica que son parte de su rutina comercial. También se destaca que el 100% de los comerciantes usa billeteras digitales para cobrar o pagar, lo cual facilita las ventas y evita el uso de efectivo. Sin embargo, aún existen dificultades para acceder a los servicios financieros, como altos intereses (96%) y los requisitos complicados (89%), aunque la mayoría considera que el servicio recibido es bueno (67%) o excelente (20%). Esto refleja una buena adaptación a lo digital, pero también la necesidad de mejorar las condiciones de acceso y confianza en el sistema financiero.

Figura 6:

Gestión, beneficios, obstáculos banca por internet y uso de transacciones en ventanilla

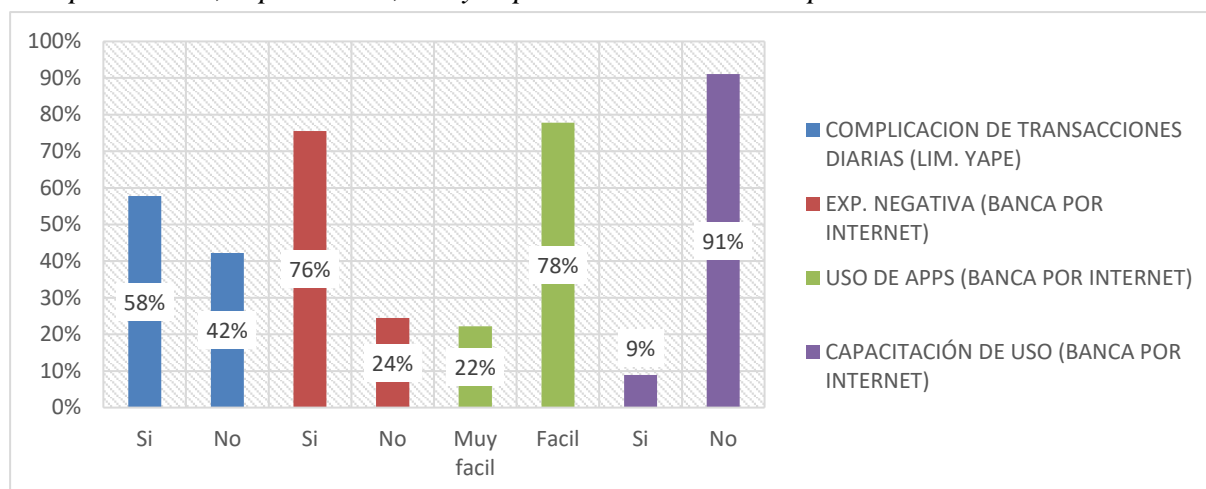


Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Se refleja una integración amplia de los comerciantes con la banca digital. El 100% utiliza estos servicios en su gestión, destacando como beneficios el ahorro de tiempo (96%) y la comodidad (60%), aunque la mayor seguridad y la reducción de costos son poco valoradas (7%). A pesar del uso digital, el 100% sigue acudiendo a ventanillas, especialmente para retiros (38%) y consultas (27%). Los principales obstáculos en la banca por internet son la falta de capacitación (87%), la desconfianza en la seguridad (58%), y los límites de operación (58%). Además, se evidencian dificultades tecnológicas y de conectividad, aunque en menor medida. Esto revela una transición digital activa, pero con retos persistentes que requieren atención para fortalecer la confianza, educación financiera y accesibilidad.

Figura 7:

Complicaciones, experiencias, uso y capacitaciones en banca por internet



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Asimismo, existe una amplia demanda por parte de los comerciantes del uso de la banca digital, pero está limitado por las políticas establecidas por las entidades financieras. Aunque el 100% utiliza la banca por internet, principalmente por el ahorro de tiempo (96%) y la comodidad (60%), también el 100% continúa acudiendo a ventanillas, especialmente para retiros (38%) y consultas (27%). Además, el 58% percibe que los límites diarios en Yape complican sus operaciones, y el 76% ha tenido experiencias negativas con la banca digital. Pese a ello, el 78% afirma que el uso de apps es fácil, lo cual contrasta con la escasa capacitación recibida (solo 9%), lo que podría explicar la desconfianza en la seguridad (58%) y la falta de preparación (87%). Estos resultados indican que, si bien los comerciantes están inmersos en un proceso de digitalización, aún enfrentan barreras técnicas, educativas y de confianza, que deben ser abordadas para lograr una integración más eficiente y segura de la banca por internet en sus actividades comerciales.

Resultado 4

Determinar las barreras y desafíos que enfrentan los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo para adoptar la banca digital como herramienta financiera al 2025

Los hallazgos obtenidos al momento de analizar el cuestionario en los tres objetivos anteriores han permitido determinar barreras y desafíos relacionados con la adopción de la banca móvil como herramienta financiera. Identificando ciertas limitaciones que son recurrentes como pueden ser la falta de conocimiento, poca capacitación o experiencias negativas que enfrentan los comerciantes al momento de utilizar la banca móvil. Por lo que, con la finalidad de detallar las barreras y desafíos se utilizaron cuadros que resuman los aspectos más

relevantes a considerar como limitantes para la adopción de la banca digital, acompañado de un análisis que permita comprender las causas del limitado avance en el uso de medios digitales para los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo. Siendo este diagnóstico relevante para consolidar el último objetivo de la investigación enfocado en realizar charlas de capacitación.

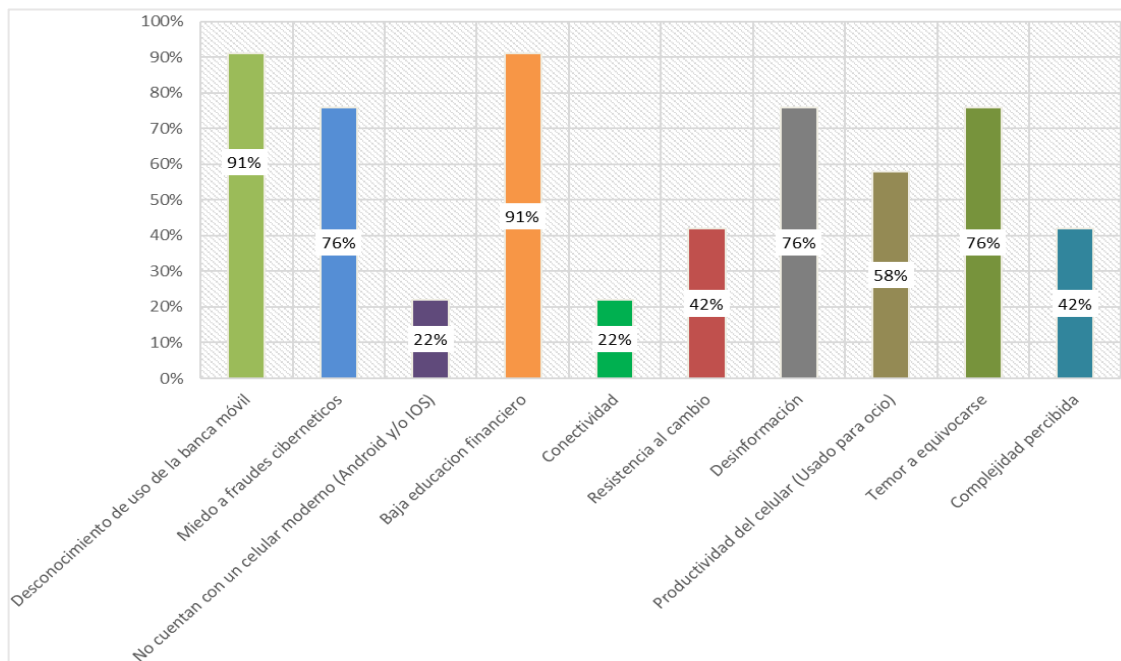
Tabla 1:

Barreras

BARRERAS	PORCENTAJE	MOTIVO DE LA BARRERA
Desconocimiento de uso de la banca móvil	91%	Los comerciantes no han recibido instrucción sobre cómo funciona la banca móvil.
Miedo a fraudes cibernéticos	76%	Desconfianza hacia las plataformas digitales por temor a estafas.
No cuentan con un celular moderno (Android y/o IOS)	22%	Uso de celulares básicos que no permiten instalar aplicaciones de banca.
Baja educación financiera	91%	Los comerciantes no comprenden conceptos básicos usados en la banca móvil (Token Digital, etc.)
Conectividad	22%	Falta de inversión en redes de internet adecuada para su negocio.
Resistencia al cambio	42%	Preferencia de seguir usando efectivo o métodos tradicionales.
Desinformación	76%	Circulación de rumores que exageran posibles riesgos del uso digital.
Productividad del celular (Usado para ocio)	58%	Limitar el uso para llamadas o WhatsApp, no para banca ni apps.
Temor a equivocarse	76%	Los comerciantes sienten que pueden hacer mal una transacción y perder dinero.
Complejidad percibida	42%	Visualizar la tecnología como complicada, aunque no lo sea tanto.

Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Figura 8:
Barreras



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Según la encuesta realizada se ha determinado que existen barreras que reflejan una combinación de factores estructurales, personales y tecnológicos que limitan la adopción de la banca móvil por parte de los comerciantes del mercado de Pátapo, evidenciándose una nula confianza, miedo a fraudes y falta de educación en el rubro lo cual, les impide utilizar las herramientas digitales que ofrecen los bancos y/o cajas, a pesar de que estas facilitan su actividad financiera. Esto se relaciona directamente con los hallazgos de los objetivos anteriores, donde se detectó una baja educación financiera y limitada cultura digital.

Asimismo, estas barreras están vinculadas a condiciones externas como conectividad inestable, el uso de dispositivos antiguos que no cuentan con la seguridad necesaria para utilizar la banca móvil adicional a eso se le suma la complejidad percibida ya que los comerciantes ven a la tecnología como complicada, aunque sea todo lo contrario, también podemos mencionar que se resisten al cambio con dichos como “el uso de la tecnología es para los jóvenes nosotros ya estamos viejos para aprender su funcionamiento”. Tomando en cuenta eso podemos decir que, pese al avance de la tecnología en nuestro país, estas limitaciones siguen siendo una realidad cotidiana para los comerciantes de abarrotes, lo que explica la preferencia por los métodos tradicionales (efectivo).

Por otro lado, algunas de las barreras se podrían superar con acciones como capacitaciones, asesoramiento y una educación tecnología adecuada. No obstante, no es suficiente con brindar

información, ya que muchas veces las personas utilizan el celular para ingresar a las redes sociales por entretenimiento y ocio más no para educarse financieramente, a eso se agrega el temor a equivocarse y enviar transferencias bancarias a destinatarios incorrectos. Por ello, es vital considerar estas barreras como punto de partida para formular propuestas realistas y viables que se ajusten al contexto local del mercado.

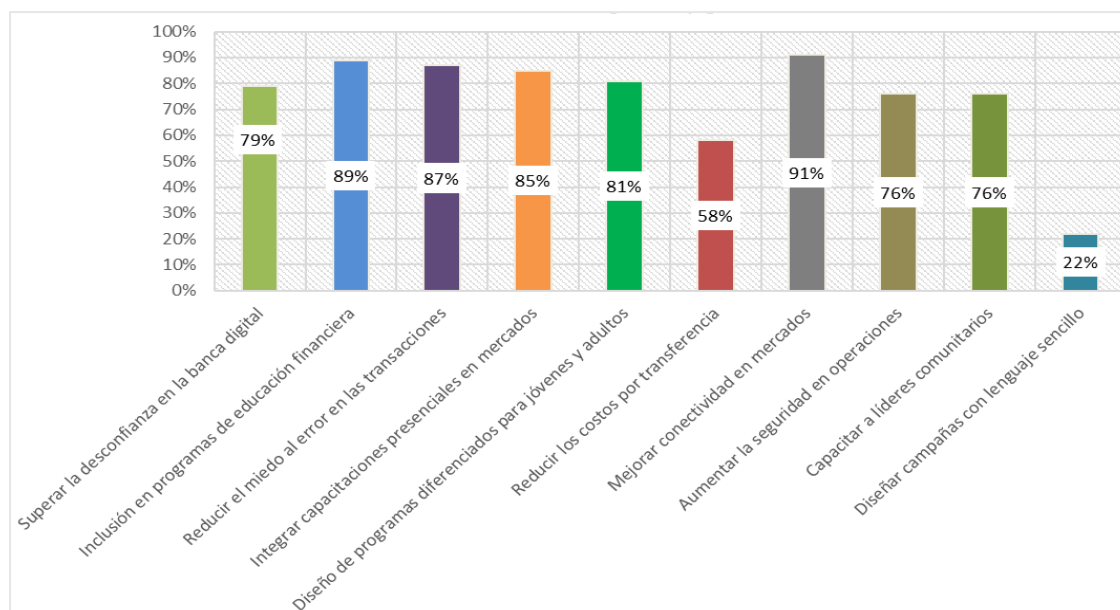
Tabla 2:

Desafíos

DESAFIOS	RELACION CON OBJETIVO	MOTIVO DEL DESAFIO
Superar la desconfianza en la banca digital	79%	Los comerciantes aún desconfían de los sistemas digitales por experiencias negativas o temor a fraudes.
Inclusión en programas de educación financiera	89%	Limitados programas accesibles que enseñen el manejo de herramientas digitales financieras.
Reducir el miedo al error en las transacciones	87%	El miedo a equivocarse en una operación frena el uso de banca móvil, especialmente en operaciones grandes.
Integrar capacitaciones presenciales en mercados	85%	Se vuelve tedioso llevar el conocimiento directamente al entorno laboral del comerciante.
Diseño de programas diferenciados para jóvenes y adultos	81%	Los métodos o modos de aprendizaje y adopción de tecnología varían según la edad.
Reducir los costos por transferencia	58%	Ciertos cargos o comisiones desincentivan su uso frente a métodos tradicionales.
Mejorar conectividad en mercados	91%	Las fallas de internet afectan la experiencia y confianza en la app bancaria.
Aumentar la seguridad en operaciones	76%	El miedo a fraudes digitales sigue siendo un limitante importante.
Capacitar a líderes comunitarios	76%	Mediante ellos se puede replicar conocimiento con una mayor eficacia.
Diseñar campañas con lenguaje sencillo	22%	Permitir mensajes claros conlleva a un mayor entendimiento y receptividad.

Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Figura 9:
Desafíos



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Los desafíos identificados muestran una fuerte necesidad de integrar estrategias que combinen tanto a la tecnología como el acompañamiento humano. Estos retos aparecen por el desconocimiento, la desconfianza y la falta de apoyo continuo, indicando que las herramientas digitales por si solas no bastan para alcanzar un uso efectivo. Es fundamental trabajar en el fortalecimiento de la educación financiera diseñando programas y/o campañas diferenciadas para jóvenes y adultos, capacitar a líderes comunitarios, realizar capacitaciones en el mercado para así fomentar el uso de la banca móvil en los comerciantes teniendo en cuenta el contexto sociocultural y generacional de los comerciantes para garantizar resultados sostenibles.

Asimismo, los desafíos reflejan que el miedo al fraude, al error o al mal uso de las aplicaciones es un problema general, especialmente entre comerciantes mayores o con poca escolaridad quienes son los que más desconfianza tienen para usar las herramientas digitales lo cual, evidencia que la simple existencia de tecnología accesible no garantiza su utilización, si no se acompaña de confianza, soporte técnico y un entorno amigable. Por ello, es fundamental aumentar la seguridad en las transacciones para reducir fraudes y errores, estas pueden ser charlas, asesorías, contenidos simples y en lenguaje sencillo que permita una verdadera comprensión de los comerciantes.

Por último, las iniciativas que involucren mejoras en la conectividad de los mercados, reducción de costos por transferencias y soporte constante para tener mayor potencial de éxito.

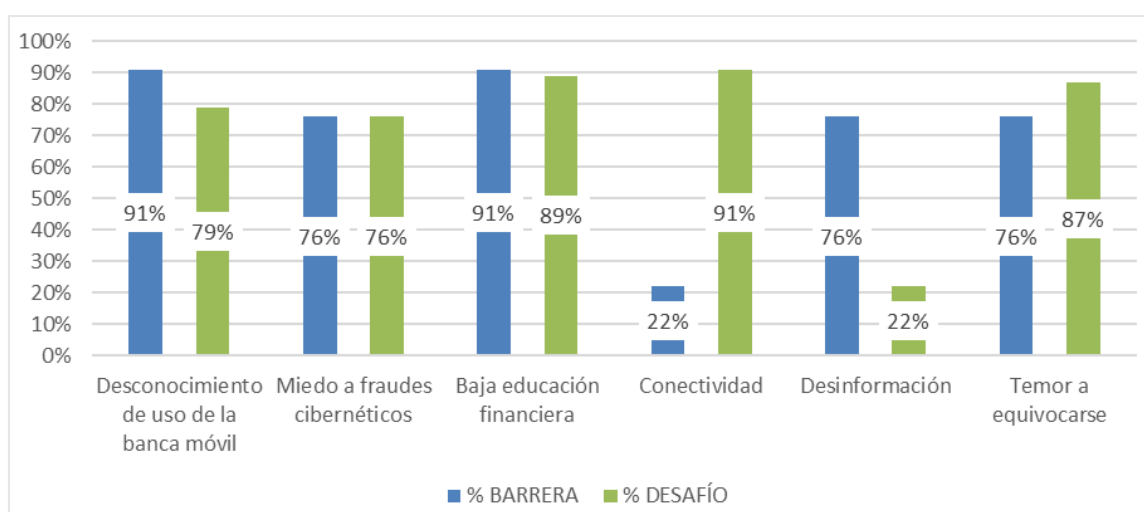
Es imprescindible que la banca móvil no se imponga como una exigencia, sino como una herramienta útil que los propios comerciantes puedan incorporar a su rutina diaria. En este sentido, los desafíos se convierten en oportunidades para crear soluciones enfocadas en el usuario y adaptadas a sus realidades, generando no solo adopción tecnológica, sino también como aprendizaje financiero.

Tabla 3:
Comparación Barreras y Desafíos

BARRERA	% BARRERA	DESAFÍO RELACIONADO	% DESAFÍO
Desconocimiento de uso de la banca móvil	91%	Superar la desconfianza en la banca digital	79%
Miedo a fraudes cibernéticos	76%	Aumentar la seguridad en operaciones	76%
Baja educación financiera	91%	Inclusión en programas de educación financiera	89%
Conectividad	22%	Mejorar conectividad en mercados	91%
Desinformación	76%	Diseñar campañas con lenguaje sencillo	22%
Temor a equivocarse	76%	Reducir el miedo al error en las transacciones	87%

Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Figura 10:
Comparación de barreras y desafíos



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

Se evidencia que las principales barreras identificadas en el estudio tienen una relación directa con los desafíos, puesto que, la baja educación financiera, con un 91%, se contrarresta

con un desafío contundente, la inclusión en programas educativos financieros, que alcanza un 89%. Otro punto importante es la correspondencia entre el temor a fraudes cibernéticos con un 76% y el desafío de aumentar la seguridad en operaciones, que obtuvo el mismo porcentaje. Esta coincidencia no solo valida el diagnóstico, sino que resalta que uno de los elementos más valorados por los comerciantes es la confianza en el sistema digital. Del mismo modo, el temor a equivocarse, con más del 70%, se combate mediante el desafío de reducir el miedo al error en las transacciones, que alcanza un 87%, demostrando que el acompañamiento y la capacitación son medidas clave.

A su vez, se observa un contraste significativo entre la barrera de conectividad (22%) y el desafío de mejorarla (91%), lo cual podría interpretarse como una subvaloración del problema por parte de los comerciantes. Este desbalance sugiere que algunos desafíos no solo deben surgir de las percepciones actuales, sino también de una mirada estratégica hacia el futuro. En conjunto, este análisis permite priorizar retos concretos que respondan a los obstáculos más significativos y que, con el debido seguimiento, contribuyan a una mayor inclusión financiera y digital de los comerciantes.

Resultado 5

Realizar charlas de capacitación para concientizar acerca de que la banca digital actúa como medio de desarrollo económico para los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025

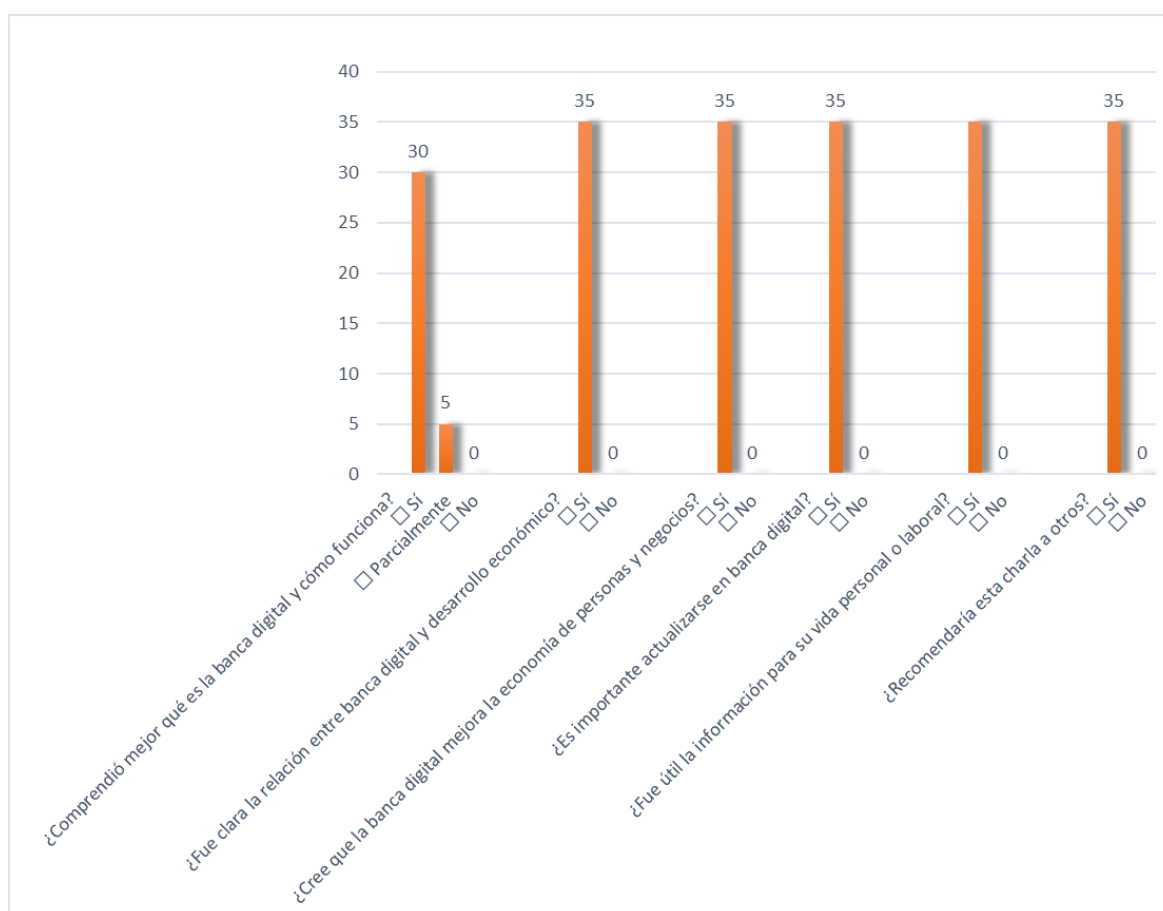
Tras la ejecución de las charlas de capacitación dirigida a los comerciantes del mercado de abarrotes de Pátapo, hoy se logró generar conciencia sobre el rol de la banca digital como medio estratégico para el desarrollo económico al local. Más de la mitad de los participantes asistieron activamente, mostrando interés en los contenidos tratados, los cuales incluyeron conceptos claves como la inclusión financiera, características de los servicios digitales como la banca digital, billeteras electrónicas como Yape y Plin, beneficios operativos y riesgos asociados. La capacitación permitió evidenciar que los comerciantes reconocen la utilidad de la banca digital en la gestión diaria de sus negocios, especialmente en lo referente a transferencias, pagos de servicio y solicitud de microcréditos.

Asimismo, se identificaron barreras importantes como la baja alfabetización digital, limitaciones tecnológicas por ubicación geográfica o acceso a dispositivos, y desconfianza hacia los medios digitales. Si bien algunos participantes compartieron experiencias negativas, como errores en transferencias, fraudes o dificultades de uso, también destacaron aspectos

positivos que actualmente facilitan sus operaciones comerciales. La mayoría manifestó que sus clientes ya cuentan con billeteras digitales y que, gracias a estas herramientas, pueden recibir pagos con mayor rapidez, disponer del dinero al instante y utilizar el mismo canal para pagar a sus proveedores. La participación activa, los testimonios personales y el reconocimiento experiencias positivas con estas herramientas evidenciaron una disposición favorable al cambio. De este modo, las charlas no solo cumplieron con su propósito de informar y sensibilizar, sino que también promovieron de manera efectiva la adopción de medios digitales, marcando el inicio de una transformación progresiva en la gestión financiera de los comerciantes del sector abarrotes del mercado de Pátapo.

Figura 11:

Grado de satisfacción de la Charla a los comerciantes de Pátapo 2025



Nota: Encuesta a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo.

DISCUSIÓN

De acuerdo con el objetivo de la investigación se evaluó la inclusión financiera de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025, en su acceso a productos financieros

y la percepción que tienen sobre los servicios ofrecidos. A nivel global, Shaban et al. (2024) destacan que es importante promover políticas que expandan los servicios financieros accesibles, pues la banca tradicional y la banca digital han logrado significativos avances en la inclusión financiera, aunque persisten las dificultades relacionadas con la asequibilidad y la documentación. En esa misma línea Demirgüç Kunt y Klapper (2013) argumentan que la inclusión financiera es un motor de desarrollo, porque el acceso a cuentas y créditos fortalece la capacidad de ahorro, inversión y resiliencia de los pequeños negocios. A partir de eso, los resultados de la investigación demuestran que los comerciantes de Pátapo aprecian contar con cuentas bancarias y créditos como los medios más fundamentales para el crecimiento de sus negocios, aunque enfrentan barreras estructurales asociadas a tasas de interés enormemente elevadas y a requisitos impuestos por las entidades financieras. Si bien la percepción general sobre el servicio recibido es positiva lo cual refleja confianza en el sistema y en su disposición a seguir vinculados a él. No obstante, la percepción general respecto al servicio recibido es fácilmente positiva, mostrando confianza en el sistema y en sus capacidades, así como disposición a seguir vinculados a él. Sin embargo, esto muestra que la inclusión financiera no sólo significa el acceso a servicios financieros, sino que también requiere la generación de condiciones para tener un programa de educación financiera más flexible que facilite la plena integración.

Asimismo, se identificó el acceso y el uso de la banca móvil por comerciantes de abarrotes (en un contexto donde la digitalización es clave para la inclusión financiera). Wu, Lv y Yu (2023) evidencian que la banca móvil incrementa los depósitos y reemplaza canales tradicionales y Kitsios et al. (2021) que la adopción de la banca móvil depende de la utilidad que perciben, facilidad de uso y confianza en la seguridad, todos ellos muy limitados por la falta de capacitación. La banca digital se entiende como un servicio que facilita las transacciones mediante aplicaciones para móviles con énfasis en su facilidad de uso y de seguridad (Forrester, 2019; Suriaga et al., 2019). De esta forma, los resultados evidencian una adopción generalizada de servicios digitales en Pátapo, en especial las transferencias y billeteras electrónicas valoradas por su rapidez y comodidad, aunque persisten obstáculos como los intereses elevados, los requisitos estrictos, la desconfianza y la falta de capacitación.

En este sentido, en el marco de la exhaustiva búsqueda por determinar las barreras y desafíos que enfrentan los comerciantes de abarrotes en relación a la adopción de la bancaria móvil como herramienta y opción financiera, los antecedentes de Abel et al. (2023) resaltan que la falta de inclusión financiera, sobre todo en comunidades marginadas, está vinculado a la diferencia en el acceso a la infraestructura digital y la limitada alfabetización digital, lo cual obstaculiza su

plena participación en el sistema financiero; o de forma complementaria, Omarini y Coltri (2022) sostienen que el sector bancario, en su proceso de innovación digital, no siempre prioriza la inclusión de los usuarios ni la capacitación de los mismos, lo cual genera desconfianza y limita la adopción de los servicios digitales. Desde la base teórica, la banca digital, entendida como el servicio que permite a los clientes procesar operaciones financieras mediante dispositivos electrónicos y aplicaciones móviles (The Forrester Banking Wave: European Mobile Apps, 2019), se constituye como el marco que facilita comprender las limitaciones que enfrentan los comerciantes al no contar con una verdadera inclusión en el sistema financiero ni con condiciones que fortalezcan la confianza en la seguridad de las plataformas. En relación con lo expuesto, los resultados del estudio muestran que los principales obstáculos detectados son el desconocimiento sobre el funcionamiento de la banca móvil, el temor a fraudes, el uso limitado de los celulares para fines de ocio y no financieros, la resistencia al cambio y la percepción de complejidad en el uso de estas herramientas, lo que en conjunto explica la preferencia por métodos tradicionales como el efectivo y plantea la necesidad de promover mecanismos de inclusión digital y confianza en el sistema bancario.

Conclusiones

El estudio permite caracterizar a los comerciantes de abarrotes como un sector consolidado y estable, con larga permanencia en el tiempo. Su principal fuente de ingresos viene de la venta al por mayor, lo que los posiciona como los actores clave en la cadena de abastecimiento, y aunque su rentabilidad es moderada, limitan las posibilidades de expansión. Asimismo, es posible notar un alto nivel de dependencia en los proveedores mayoristas y la necesidad de constante liquidez para poder sostener la rotación de productos. En cuanto a los medios de pago, el efectivo surge como medio predominante en su funcionamiento, aunque se está comenzando a notar una incipiente transición hacia canales digitales. Los resultados reflejan que este sector es económicamente relevante, pero enfrenta el desafío de fortalecer la digitalización de sus operaciones para asegurar la sostenibilidad en el tiempo.

La inclusión financiera de los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo al 2025 se encuentra en un proceso de consolidación, ya que valoran de manera significativa el acceso a cuentas bancarias y créditos como los mecanismos para el mejoramiento de sus negocios. Sin embargo, el acceso se ve limitado por factores como las altas tasas de interés y los requisitos exigentes planteados por las entidades financieras, que restringen su aprovechamiento pleno. Aun así, los comerciantes mantienen una percepción positiva y confianza en el sistema financiero, lo que demuestra su disposición a permanecer vinculados a él. Por tanto, la inclusión

financiera no solamente depende del acceso, sino también del fortalecimiento de la educación financiera y de la creación de condiciones más flexibles que permitan una integración real y sostenible.

De igual manera, se concluye que la banca digital que utilizan los comerciantes de abarrotes (transferencias, billeteras electrónicas, etc.) es un instrumento para la inclusión financiera dado que manteniéndole el costo, tanto al vender como al recibir pagos, la rapidez y accesibilidad de las transacciones en la plataforma motivan su uso; sin embargo, aún algunas limitaciones impiden la más solidificada su adopción, como lo son los costos elevados, los requisitos financieros, la descrédito de los usuarios a esa práctica y la falta de habilidades para usar dicha tecnología. Si bien la digitalización ha transformado positivamente la gestión comercial de pequeñas empresas, se hace necesario implementar estrategias que fortalezcan la confianza en el sistema y ayuden a mejorar la alfabetización digital de los usuarios. Se observó que los principales obstáculos para la aceptación de la banca digital por parte de los comerciantes están relacionados con el desconocimiento del funcionamiento de la banca digital, el temor a los fraudes, la resistencia al cambio de hábitos y la percepción de que es muy complicado usarla. Estas barreras explican la persistencia del efectivo como forma de pago preferida, y que, más allá de la disponibilidad tecnológica, su efectividad no está garantizada en la superación de estas limitaciones.

En este contexto, las charlas de capacitación fueron fundamentales para sensibilizar a los comerciantes sobre la importancia de la banca digital como un medio estratégico para el desarrollo económico local. Los participantes reconocieron la utilidad de las transferencias, pagos y microcréditos en la gestión de sus negocios, y aunque las limitaciones en la baja alfabetización digital, las restricciones tecnológicas y la desconfianza hacia los medios electrónicos aún persisten, las capacitaciones fomentaron una mayor confianza en el sistema financiero y una predisposición favorable hacia la inminente adopción de forma progresiva de la banca digital como una herramienta para la inclusión financiera y el fortalecimiento de la sostenibilidad comercial.

Recomendaciones

Las entidades financieras y la municipalidad distrito de Pátapo deben impulsar estrategias que fortalezcan la inclusión financiera de los comerciantes de abarrotes, a través de la oferta de productos con costos accesibles y mecanismos que promuevan el uso de la banca digital. Para ello, es necesario implementar programas de alfabetización digital y de seguridad financiera dirigidos a los comerciantes, así como la implementación de políticas que garanticen el acceso

a herramientas tecnológicas confiables y accesibles, necesarias para realizar gestiones financieras. Es clave que el sector financiero y los comerciantes trabajen de manera conjunta para así generar confianza en el sistema y consolidar una inclusión financiera sostenible que contribuya al desarrollo económico de la localidad. Finalmente, las entidades financieras competentes y la municipalidad distrital de Pátapo deben continuar con las acciones de capacitación proporcionando informaciones a través de la incorporación periódica de materiales de apoyo (presentaciones, trípticos, etc.) que refuercen la información brindada durante las charlas. A través de ello, los comerciantes no sólo obtendrán información puntual, sino que contarán con recursos accesibles que promoverán su aprendizaje progresivo. La sensibilización lograda se podrá mantener en el tiempo, y la adopción de la escuela de banca digital se podrá consolidar como una práctica habitual que promueva la inclusión financiera y la sostenibilidad económica del sector abarrotes en Pátapo.

Referencias

- Alberro, I., & Martínez-Núñez, R. (2016). *Inclusión financiera en México: Retos y perspectivas*. El Colegio de México. <https://biblioteca.izt.uam.mx/vufind/Record/ELB194861>
- Arguedas Sanz, R., Sánchez Aristi, Á., & Martín García, R. (2019). *La transformación digital en el sector financiero*. España: UNED. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=734098>
- Barruetaña, E. (2020). *La influencia de las nuevas tecnologías en la inclusión financiera*. Banco de España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7443946>
- Bernal Peralta, J., et al. (2018). Factores que influyen en el uso de las aplicaciones móviles en instituciones financieras mediante smartphone y su comparación entre las ciudades de Arica (Chile) y Tacna (Perú). *3C Tecnología: Glosas de innovación aplicadas a la pyme*, 7(2), 48–61. <https://doi.org/10.177993/3ctecno.2018.v7n2e26.48-61>
- Cotrina, R., & Pumarrumi, A. (2020). Billetera digital: Estrategia de inclusión financiera en las micro y pequeñas empresas del Perú. *Revista Colombiana de Contabilidad*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7830992>
- Edge, B. I. (2012). *Banca móvil*. Centro de Innovación BBVA.
- Forrester Research. (2019). *The Forrester Banking Wave: European Mobile Apps, Q2*. <https://www.forrester.com/report/the-forrester-banking-wave-europeanmobile-apps-q2-2019/RES146313?docid=146313>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.^a ed.). McGraw-Hill. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=775008>
- Jiménez, F. (2011). *Crecimiento económico: Enfoques y modelos*. Fondo Editorial PUCP. <https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/46611>
- Joselyn Aguirre Nieto, L., & Rodríguez-Muñoz, L. (2021). *Factores que impulsan la digitalización en el sector bancario: Una revisión sistemática entre los años 2010-2021*. Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. <https://editorialeidec.com/producto/la-investigacion-cientifica-como-creadora-de-nuevo-conocimiento/>
- Kitsios, F., Giatsidis, I., & Kamariotou, M. (2021). *Digital Transformation and Strategy in the Banking Sector: Evaluating the Acceptance Rate of E-Services*. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3), 204. <https://doi.org/10.3390/joitmc7030204>

- Mangin, J., Bourgault, L., Calvo Porral, C., & Trudel, P. (2020). La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural. *CIENCIA Ergo-Sum*, 27(2). <https://doi.org/10.30878/ces.v27n2a3>
- López, J. M. (2020). *Banca digital y "Fintech": Aspectos prácticos de protección de los derechos de los usuarios*. Aferré Editores.
- OECD. (2023). *Desarrollo sostenible: Integrar la economía, la sociedad y el medio ambiente*. OECD iLibrary. <https://www.oecd-ilibrary.org>
- Orazi, S., Martínez, L. B., & Vigier, H. P. (2019). La inclusión financiera en América Latina y Europa. *Ensayos de Economía*, 29(55), 181–204. <https://doi.org/10.15446/ede.v29n55.79425>
- Rodríguez-Lozano, G. I. (2017). Eficiencia de la inclusión financiera en Colombia, 2014. *Semestre Económico*, 20(44), 67–93. <https://doi.org/10.22395/seec.v20n44a4>
- Shaban, S. S. (2024). *Inclusión financiera digital y tradicional: Tendencias e impulsores*. ELSEVIER. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-99932021000200099
- Shaikh, A., & Ragab, M. (2008). *Crecimiento, distribución y desarrollo: Un enfoque integrado*. CEPAL. <https://repositorio.cepal.org>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. (2021). *Inclusión financiera*. <http://www.sbs.gob.pe/inclusion-financiera/Estrategia-Nacional/Monitoreo>
- Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2015). *Economic development* (12th ed.). Pearson.
- World Bank. (2020). *World Development Report 2020: Trading for development in the age of global value chains*. Wu, L., Lv, Y., & Yu, D. (2023). Digital banking and deposit: Substitution effect of mobile applications on web services. *Finance Research Letters*, 56, 104309. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104309>

Anexos

Anexo 1. Material Informativo

<https://drive.google.com/drive/folders/1M58-fO5TNCppM2nwBFjyZeM3ZZ3aUBh1>

Anexo 2. Charla Informativa

Videos: “Charlas sobre Banca Digital dirigida a los comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo”

Parte I

<https://youtu.be/oHJreIbl5Ks>

Parte II

<https://youtu.be/E7Y8UO6hO8U>

Parte II

<https://youtu.be/w0-Ho6JLzmE>

Anexo 3. Comerciantes de abarrotes del mercado de Pátapo en las charlas informativas





