

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ
FACULTAD DE GESTIÓN Y ALTA DIRECCIÓN**



Efectos de la adopción y uso de aplicaciones bancarias de pagos y transferencias en el crecimiento empresarial y la inclusión financiera de las bodegas de Lima Metropolitana

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller en Gestión
presentado por:

ARRUNATEGUI RAVELLO, Renato Israel

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachillera en Gestión
presentado por:

TOLENTINO CHUJUTALLI, Danna Sofia

Asesorados por Dr. Mario Marcello Pasco Dalla

Lima, agosto del 2020

TABLA DE CONTENIDO

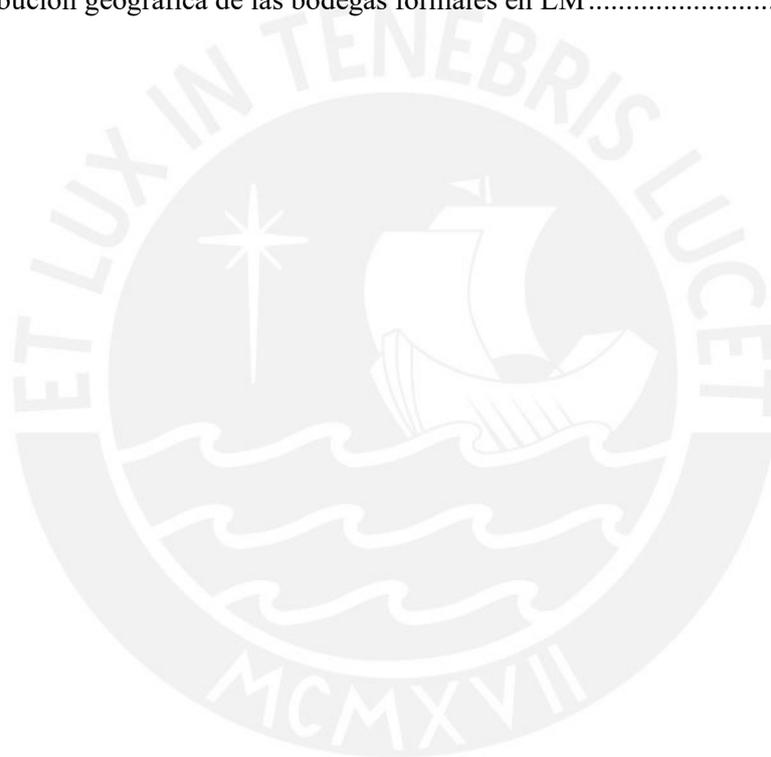
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1. Planteamiento del problema de investigación.....	2
2. Objetivos de investigación	6
3. Justificación	6
4. Metodología	7
CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO	9
1. Aplicaciones bancarias de pagos y transferencias	9
1.1. Los medios de pago y la banca móvil	10
1.2. Modelo de aceptación tecnológica (TAM).....	13
2. La inclusión financiera	15
2.1. La relevancia de la inclusión financiera	16
2.2. Las dimensiones de la inclusión financiera	19
3. El crecimiento empresarial	22
3.1. Las variables que promueven el crecimiento	22
4. El marco específico de análisis.....	25
CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL	27
1. La situación de la inclusión financiera en las MyPEs.....	27
1.1. La oferta de servicios financieros.....	27
1.2. La demanda financiera y las barreras para la inclusión	29
2. Las aplicaciones de pagos y transferencias.....	30
2.1. El panorama de pagos y transferencias	30
2.2. El mercado de Apps bancarias en el Perú	32
3. La situación del sector comercio minorista en Perú.....	33
3.1. La importancia sector comercio minorista	34
3.2. El perfil de la MyPEs bodegueras	35
3.3. El análisis PEST de las bodegas.....	36
CONCLUSIONES	42
REFERENCIAS.....	45
ANEXO A: Lista de expertos entrevistados	52
ANEXO B: Formato de consentimiento para las entrevistas	53
ANEXO C: Definiciones de las cinco características esenciales del pago digital.....	54
ANEXO D: Resumen de las principales definiciones de pagos móviles	55

ANEXO E: Elementos más relevantes del pago móvil.....	56
ANEXO F: Resumen de definiciones de la banca móvil.....	57
ANEXO G: Variables del modelo TAM	58
ANEXO H: Resumen de definiciones de inclusión financiera	59
ANEXO I: Resumen de definiciones de crecimiento empresarial	60
ANEXO J: Actores principales en la inclusión financiera en el Perú	61
ANEXO K: Matriz de consistencia	63



LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro resumen de las variables propuestas por el TAM.....	15
Tabla 2: Variables de medición del acceso.....	19
Tabla 3: Variables de medición del uso.....	20
Tabla 4: Variables de medición de la calidad.....	20
Tabla 5: Variables de medición del bienestar.....	21
Tabla 6: Cuadro resumen de las variables de crecimiento.....	25
Tabla 7: Comparación del nivel de bancarización del peruano.....	31
Tabla 8: Aplicaciones bancarias de pago.....	32
Tabla 9: Distribución geográfica de las bodegas formales en LM.....	35



LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Modelo de Aceptación Tecnológica.....	14
Figura 2: Modelo TAM adaptado.....	26

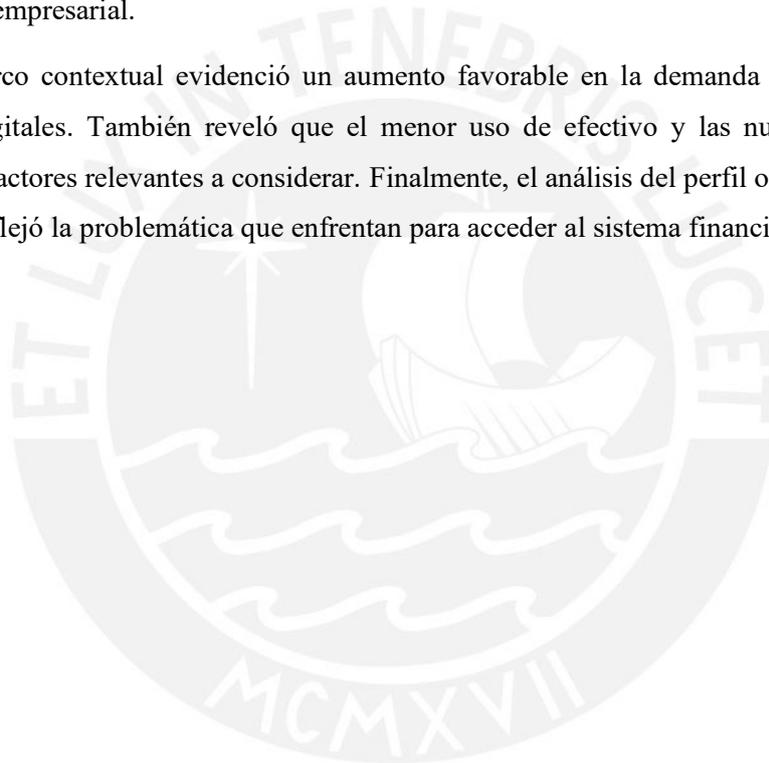


RESUMEN EJECUTIVO

Las bodegas tradicionales en nuestro país enfrentan varios problemas en el acceso al sistema financiero, frente a lo cual han surgido diversas herramientas digitales. Esta investigación buscó construir un marco analítico para entender el efecto de estas herramientas sobre la inclusión financiera y crecimiento.

Se analizaron enfoques teóricos sobre banca móvil, inclusión financiera y crecimiento empresarial, y se revisaron estudios empíricos sobre el efecto indicado. Seguidamente se planteó un modelo causal que relaciona elementos de aceptación tecnológica (utilidad percibida, facilidad de uso e intención del uso), dimensiones de inclusión financiera (acceso, uso, calidad y bienestar) y crecimiento empresarial.

El marco contextual evidenció un aumento favorable en la demanda de los servicios financieros digitales. También reveló que el menor uso de efectivo y las nuevas formas de consumo son factores relevantes a considerar. Finalmente, el análisis del perfil organizacional de las bodegas reflejó la problemática que enfrentan para acceder al sistema financiero.



INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal construir un marco analítico para comprender en qué medida las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias brindan oportunidades de crecimiento y de un mayor acceso al sistema financiero de las bodegas. Esto será abordado en tres capítulos.

El primer capítulo se enfoca en describir la actual problemática que enfrentan las bodegas. Para ello se detallan los retos actuales de las MyPEs bodegueras para acceder al sistema financiero tradicional, y se analizan los principales beneficios que ofrecen las aplicaciones bancarias de pago para el crecimiento de estos negocios. Luego se propone un objetivo general y seis objetivos específicos, se hace la justificación del estudio, y finalmente se reporta la metodología aplicada en esta investigación.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico a partir de tres ejes. El primer eje empieza abordando el concepto de aplicaciones bancarias de pagos y transferencias, luego se examinan los medios de pagos y la banca móvil, y posteriormente se analiza el Modelo de Aceptación Tecnológica o TAM (por sus siglas en inglés) para estudiar el proceso de la adopción de estas aplicaciones. Por su parte, el segundo eje distingue las principales dimensiones y variables a tener en cuenta para la medición de estas plataformas bancarias móviles como medio de inclusión financiera. El tercer eje describe las principales variables para evaluar el crecimiento de las MyPEs mediante la adopción y uso de herramientas digitales. Posteriormente, en base a estos ejes, se delimita el marco de análisis para examinar los efectos de la relación entre el uso de las aplicaciones bancarias de pagos y las variables de inclusión financiera y crecimiento empresarial.

El tercer capítulo pretende una aproximación contextual de los temas planteados anteriormente, para lo cual se inicia describiendo el panorama actual de la inclusión financiera en el país, diferenciando la oferta y demanda de productos financieros. A continuación, se analiza el panorama de los pagos y transferencias en el Perú y el mercado que existe de aplicaciones bancarias al respecto. Además, se menciona la relevancia del sector retail, se elabora el perfil de las bodegas en Lima y se realiza un análisis de los principales factores contextuales (políticos, económicos, sociales y tecnológicos) que les afectan.

Finalmente, se plantean las conclusiones del presente trabajo y el aporte esperado para futuras investigaciones sobre el tema analizado.

CAPÍTULO 1: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

El presente trabajo pretende realizar un análisis sobre la relevancia del uso de las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias en el crecimiento de las micro y pequeñas empresas del rubro bodegas y su inclusión en el sistema financiero. En este capítulo, en primer lugar, se abordará el planteamiento del problema, que busca explicar las principales dificultades que enfrentan este tipo de negocios para su acceso al sistema financiero y las oportunidades que brindan las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias para su crecimiento. En segundo lugar, se enunciará los objetivos de la presente investigación, los cuales pretenden dar un soporte teórico y contextual para la creación del marco analítico. A continuación, se desarrollará la justificación del trabajo de investigación, y por último se reportará la metodología utilizada.

1. Planteamiento del problema de investigación

Esta sección introducirá la problemática principal del estudio. Para comenzar, se describirá el panorama actual de las MyPEs del sector comercio, específicamente en el rubro bodegas, y los retos actuales para su crecimiento y sostenibilidad. Posteriormente, se introducirán los conceptos de inclusión financiera y su relación con la banca móvil y los servicios de pagos y transferencias, para finalizar con una revisión breve de los estudios recientes que contribuyen a la comprensión del tema bajo estudio.

Las micro y pequeñas empresas (MyPEs) tienen como característica principal generar ventas anuales entre un máximo de 150 UIT¹ y 1700 UIT respectivamente (Decreto Supremo 013, 2013, art.5). Las MyPEs tienen una función fundamental dentro de la estructura empresarial peruana: “este grupo presenta un dinamismo económico considerable y es el sector empresarial más importante por el número de empresas y trabajadores” (Revista de Investigación Economía y Sociedad, 2018, p.20). No obstante, generan un aporte mínimo a los ingresos totales del país, debido a diversas limitaciones que impiden su sostenibilidad y crecimiento productivo, tales como los “bajos niveles de innovación, las restricciones al acceso de financiamiento, la excesiva rigurosidad normativa, la escasa adopción tecnológica, entre otros factores” (Ministerio de la Producción Produce, 2017, p.15). Según un reciente informe técnico, las empresas pertenecientes al sector comercio minorista representaron el mayor número de bajas del total de empresas, con 20,5% (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2019). Así pues, se evidencia que estas empresas poseen limitaciones para su permanencia y crecimiento dentro del mercado en el que operan.

¹ La UIT o Unidad Impositiva Tributaria posee un valor actual de S/. 4,300. Al 23 de agosto de 2020, según la Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración Tributaria, una UIT representa aproximadamente 1201.78 dólares estadounidenses.

Otro informe muestra la existencia de dos canales importantes dentro del comercio minorista o retail en el Perú: moderno y tradicional. Dentro del primero se encuentran los supermercados, tiendas por departamento, tiendas de mejoramiento del hogar, cadenas de farmacias, entre otros; y, dentro del segundo, se incluye a los mercados, bodegas, farmacias pequeñas, ferreterías y otros (Belapatiño, Crispin, Grippa, 2018). Además, este informe señala que este segundo canal posee mayor participación, ocupando el 70% del mercado, por lo que se infiere que esta opción sigue siendo el canal predilecto para el consumidor peruano.

Según el Decreto Supremo que aprueba el reglamento de la Ley General de Bodegueros, una bodega es “un negocio desarrollado a nivel micro y pequeña empresa, que consiste en la venta al por menor de productos de primera necesidad, entre los cuales se incluyen necesariamente a los alimentos y bebidas, que por lo general se realiza en parte de una vivienda” (Decreto Supremo 328, 2019, art. 4). Esta venta al por menor ha ido evolucionando en los últimos años, debido a la manera a las nuevas preferencias de compra del consumidor. Las bodegas sobrellevan este cambio buscando adaptarse para satisfacer las necesidades básicas de los consumidores peruanos. Además, estas organizaciones brindan ciertas oportunidades a sus clientes como el acceso al crédito por consumo, la facilidad de acceso por su ubicación y la confianza que generan mediante el trato constante con sus clientes. En efecto, “este negocio ofrece un servicio de venta de productos de consumo masivo de primera necesidad, además, las características principales de este tipo de negocios son la inmediatez o urgencia con la que se cubre la necesidad de tener un producto y la cercanía que tienen con sus clientes” (Calderón, Choquehuanca, Herrera, Rojas, 2019, p.1).

Al ser un negocio de tipo familiar y de emprendedurismo, las bodegas enfrentan ciertos factores limitantes de acceso e inclusión al sistema financiero. Como señala León (2017), las MyPES enfrentan diferentes desafíos para acceder al sistema financiero, ya que “muestran significativas diferencias económicas, que condicionan también su acceso a servicios financieros y de asistencia técnica” (p.11). Asimismo, para Peñaranda (2019), “la oferta financiera tradicional no cubre toda la demanda por servicios financieros, lo que implicaría que un importante segmento de individuos y empresas no estaría incluido financieramente” (p.13). Estos factores terminan limitando el crecimiento y desarrollo de las MyPEs en el mercado actual, y evitan que logren competir en igualdad de condiciones con sus competidores directos, como los minimarkets y tiendas de conveniencia, así como con sus competidores indirectos, como el e-Commerce y los aplicativos móviles que brindan productos de primera necesidad. El hecho de no poder acceder de manera efectiva al sistema financiero limita un desarrollo completo y un adecuado crecimiento de estas empresas. En esa línea, León (2017) menciona que “la inclusión financiera es un medio para fomentar el crecimiento económico, reducir la informalidad y luchar contra la pobreza”

(p.33). La presente investigación pretende evaluar la relación entre la adopción de aplicaciones móviles bancarias y las oportunidades que estas brindan para la inclusión financiera y el crecimiento empresarial de las MyPEs bodegueras.

La Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) define a la inclusión financiera como “el acceso que tienen los agentes económicos (personas, familias, empresas) a una gama de productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfacen sus necesidades” (2018, p.1). En el Perú hay diferentes factores que impiden la inclusión de grupos vulnerables dentro del sector financiero. Este impedimento restringe ejes fundamentales de la inclusión financiera como el acceso, el uso y la calidad de los servicios financieros (Comisión Multisectorial para la Inclusión Financiera, 2015). En ese sentido, el acceso hace referencia al alcance geográfico que posee la banca tradicional dentro del mercado en el que opera, así como a la infraestructura y canales de difusión de los productos y servicios que ofrece el sistema. Por otro lado, el uso se refiere al estímulo que tienen los usuarios para emplear la gama de productos y servicios que se ofrece. Finalmente, la calidad se enfoca en la satisfacción de las necesidades de los clientes y la generación de un ambiente de confianza con el sistema financiero.

Este contexto de exclusión parcial ha motivado el desarrollo de sistemas innovadores de crecimiento empresarial, basados en el ecosistema digital y la banca móvil. Esto ha implicado la adaptación de las entidades financieras a las nuevas tendencias tecnológicas, con el objetivo de responder a las nuevas demandas del mercado, incluyendo ideas innovadoras como los modelos Fintech. Se entiende a las Fintech como a las empresas que aplican “nuevas tecnologías con el objeto de crear y ofrecer nuevos productos y servicios financieros” (Núñez y Sifuentes, 2019, p.5). En particular, estas necesidades financieras están siendo cubiertas por medio del desarrollo de aplicativos móviles, los cuales ofrecen servicios como pagos y transferencias. Estos servicios abarcan las transacciones con dinero electrónico entre diversas entidades o usuarios del sistema financiero. En ese contexto, la banca móvil se puede entender como “[...] un servicio ofrecido a los clientes de bancos o instituciones financieras que les permite realizar toda una serie de transacciones financieras a través de un dispositivo móvil que puede ser un teléfono móvil o una tablet, estos servicios están generalmente disponibles las 24 horas” (Albornoz, Vargas, Zárate, Zarazaga, 2017, p.20).

La adopción de la banca móvil y de las herramientas financieras digitales influyen positivamente en el crecimiento empresarial de los negocios tales como las MyPEs. Wangithi (2018) realizó un estudio para determinar la magnitud del uso de la banca móvil en el desempeño de las PyMEs en el condado de Nairobi en Kenia. La recolección de datos se dio mediante encuestas a 176 empresas. El estudio determinó que el uso de esta plataforma influye

positivamente en el rendimiento de los negocios, pues se notó un aumento en el número de clientes, se tuvo mayor tiempo para atender otras actividades comerciales, y aumentaron las ganancias y la eficiencia comercial. Además, Owoseni y Twinomurinzi (2019) realizaron un estudio que aborda las capacidades dinámicas de veinte MyPEs en Lagos que utilizan aplicaciones móviles, entre ellas las aplicaciones de la banca móvil. Esta investigación se efectuó mediante una estrategia de investigación de estudios de casos y diversas entrevistas estructuradas. El estudio encontró que el uso de estas aplicaciones ayuda a estos negocios a competir favorablemente en entornos impredecibles mediante el desarrollo de sus habilidades de adaptación e innovación. Además, la investigación propone que el uso de estos aplicativos permite a los negocios satisfacer las necesidades de sus usuarios, lo cual les permite mejorar la relación con los mismos y plantea un entorno de crecimiento propicio.

Existen estudios previos sobre la innovación y tecnología en servicios financieros, y su relación con la inclusión financiera en el Perú. Núñez y Sifuentes (2019) examinan el rol de las Fintech, definidas como “empresas que ofrecen productos y servicios financieros teniendo como soporte la innovación tecnológica” (p.2); además, evalúan la evolución de las Fintech en diferentes países y su aporte a la inclusión financiera, resaltando la contribución de los servicios de teléfonos móviles e internet en los últimos años. Esta investigación concluye que las Fintech, y el uso de la tecnología en sí misma, contribuyen a la inclusión financiera en colaboración con la banca tradicional.

Chávez, Miranda, Quispe y Robles (2019) realizaron una investigación sobre los factores que influyen en el uso de la tecnología con respecto a los pagos móviles en negocios minoristas de Lima metropolitana. Se destaca el rol fundamental de los teléfonos celulares como canales para hacer transacciones electrónicas a nivel mundial. El estudio concluye que existen diversas variables a tener en cuenta respecto del empleo de los pagos móviles en esta clase de negocios: la actitud para el uso, la presencia de condiciones facilitadoras, el nivel de control percibido y el riesgo percibido por el usuario.

Calderón et al. (2019) desarrollaron un estudio sobre los factores limitantes en la adopción de pagos electrónicos por parte de las bodegas tradicionales. El análisis de información proveniente de 240 bodegueros del distrito de Santiago de Surco en Lima Metropolitana reveló once factores principales: costos de implementación, mix de productos como oferta de negocio, calidad del servicio, confianza en lo digital, costos de formalización, rendimiento del negocio, operatividad, cultura digital, formalidad, bancarización y difusión del uso. Estos autores recomiendan desarrollar estudios que analicen el uso de estas plataformas digitales en este tipo de negocios.

Actualmente, existen distintas aplicaciones móviles bancarias que buscan facilitar el acceso a los productos y servicios que ofrece el sistema financiero. Estas aplicaciones permiten mitigar las barreras para la inclusión financiera que afectan la competitividad de las MyPES bodegueras. Sin embargo, no existen estudios empíricos que comprueben si los servicios ofrecidos por aplicaciones bancarias de pagos y transferencias facilitan la inclusión financiera y ofrecen oportunidades de crecimiento a este tipo de organizaciones. El primer reporte bibliométrico efectuado (ver anexo A) demuestra la escasa cantidad de estudios que relacionan los temas mencionados, los cuales responden a contextos diferentes al estudiado y no se enfocan en MyPEs ni en empresas similares. El presente trabajo de investigación pretende cubrir ese vacío en el conocimiento.

2. Objetivos de investigación

Para el desarrollo de esta investigación, se estableció un objetivo general en conjunto con seis objetivos específicos.

El objetivo general es diseñar un marco analítico que permita analizar en qué medida los servicios brindados por las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias generan oportunidades de inclusión financiera y crecimiento empresarial a las MyPES bodegueras. En esa línea, se plantean tres objetivos teóricos:

- Examinar enfoques teóricos sobre la inclusión financiera y su vinculación con la cartera de aplicaciones de la banca móvil.
- Identificar variables de crecimiento de las MyPEs relacionadas con el uso de las aplicaciones bancarias de pago.
- Plantear un marco analítico que relacione las aplicaciones bancarias de pago con la inclusión financiera y el crecimiento de las MyPEs bodegueras.

Además, se agregan tres objetivos contextuales:

- Explicar el panorama y tendencias de la banca móvil y su relación con la inclusión financiera en el entorno peruano.
- Describir el mercado peruano de aplicaciones bancarias de pagos y transferencias y los beneficios que brindan a las MyPEs bodegueras.
- Describir los factores que influyen en el uso de esas aplicaciones y el crecimiento de las MyPEs bodegueras en Lima Metropolitana.

3. Justificación

Las MyPEs representan la mayor parte de la actividad empresarial peruana en la actualidad. Dentro del sector formal, las microempresas abarcan el 95,9% del sector, mientras que

las pequeñas comprenden el 3,6% del total. Es conveniente subrayar que el aporte del sector comercio fue un 10,8% del PBI anual en 2019 (BCRP, 2019).

Según un artículo publicado por Perú Retail (2020) sobre el panorama de las bodegas a abril de este año, el contexto de crisis de salud a nivel mundial por el Covid-19, ha ocasionado cambios en los hábitos de compra de artículos de primera necesidad. Esto denota la mayor relevancia que tendrán las bodegas en el contexto actual, al ser parte de los negocios que brindan artículos básicos indispensables para el consumo. Además, la “cercanía e inmediatez para obtener productos de primera necesidad hace que las bodegas sean la primera opción de los consumidores a la hora de optar por un establecimiento comercial” (Calderón et al., 2019, p.4). Esto se conecta con la preferencia y estilo marcado del consumidor peruano al realizar las compras de artículos de primera necesidad, dada su predisposición por los negocios próximos a sus residencias y la predilección por el trato diferenciado y único que las bodegas ofrecen. Todo esto refleja la importancia de estudiar estas organizaciones por los servicios y bienes que ofrecen. En esa línea, el presente trabajo buscará ampliar el conocimiento existente sobre las MyPEs del rubro bodegas.

Por otro lado, esta investigación también pretende hacer un aporte a las ciencias de la gestión mediante una aproximación teórica sobre la relevancia del uso de diversos aplicativos bancarios para la inclusión financiera y el crecimiento de este tipo de negocio. Finalmente, al delimitar un marco analítico específico al respecto, este trabajo puede servir de sustento para futuros estudios sistemáticos en el sector.

4. Metodología

Para el presente trabajo de investigación, se utilizaron dos estrategias principales de recolección de datos. La primera se basó en la identificación, revisión y contraste de información proveniente de fuentes secundarias, entre las cuales se destaca el análisis de diversos artículos académicos de las bases de datos nacionales e internacionales, así como también de varios estudios empíricos relacionados con el sujeto y objeto de estudio. La segunda estrategia se centró en la realización de entrevistas a expertos en temáticas conexas como finanzas, inclusión financiera, economía y desarrollo empresarial.

La búsqueda de literatura teórica y estudios empíricos se efectuó en varias fuentes: a) bases de datos digitales como Scopus, Jstor y ScienceDirect; b) repositorios de organizaciones internacionales especializadas en temas financieros como Minsait, Worldpay, PricewaterhouseCoopers (PWC), Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Banco Mundial (BM), Alianza para la Inclusión Financiera (AFI, por sus siglas en inglés), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), entre otras; y c) repositorios de diversas universidades peruanas con programas académicos afines.. Las fuentes consultadas para el marco

contextual incluyeron: a) repositorios de organizaciones públicas como el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Banco Central de Reserva del Perú (BCRP); b) repositorios de organizaciones privadas como IPSOS Apoyo y Deloitte, entre otras; y c) publicaciones en diarios peruanos especializados en los temas investigados como el Diario Gestión, La República, El Comercio, entre otras; y d) conferencias y seminarios virtuales conexos. Las palabras claves empleadas y la generación de los reportes bibliométricos que respaldan la relevancia de las investigaciones consultadas. Debido al acceso restringido de ciertas investigaciones por la novedad de estos temas, el criterio de la búsqueda se focalizó en los archivos open access y en los estudios más relevantes para el presente trabajo.

Finalmente, el presente trabajo ha sido revisado en diversas oportunidades por académicos especializados en los temas investigados, quienes han brindado distintos puntos de mejora que han sido aplicados en la investigación (ver anexo A). La realización de estas entrevistas incluyó el desarrollo de protocolos de consentimiento informado a fin de salvaguardar los principios de ética de la investigación (ver Anexo B). También se ha prestado atención al adecuado reporte de las fuentes consultadas, para lo cual se ha empleado la sexta edición del sistema de citado APA. Finalmente, se ha efectuado una revisión completa del trabajo de investigación por medio del software Turnitin para verificar el respeto de la autoría de las fuentes revisadas.

CAPÍTULO 2: MARCO TEÓRICO

1. Aplicaciones bancarias de pagos y transferencias

Desde el origen de la civilización humana, se ha requerido el empleo de diversos mecanismos capaces de sustentar y satisfacer las necesidades económicas, y de manera más específica, el intercambio de diversos bienes dentro de una sociedad y el pago efectivo de estas transacciones. Los pagos y las transacciones realizadas actualmente mantienen la misma finalidad que en épocas pasadas: intercambiar algún bien o servicio entre un comprador y un vendedor, mediante la aceptación mutua del medio de pago y del valor brindado para satisfacer la transacción. Sin embargo, la forma en que se realizan los pagos ha sufrido diversos cambios: “nuestros métodos de registro e intercambio de valor han evolucionado con la tecnología: desde el ganado hasta las monedas de oro, el papel moneda y las billeteras electrónicas” (Worldpay, 2018, p.5). La humanidad es relatada por medio de los pagos, estos cuentan su historia económica, sus diferencias culturales y los cambios perennes en su modo de consumo y en la forma de vida de las personas.

Si bien, desde el origen del papel y las monedas, el dinero en efectivo se ha vuelto el medio principal para realizar cualquier pago o transacción, este recurso es cada vez más relegado y sustituido por medios más eficientes para el intercambio, los cuales benefician el movimiento de la economía y facilitan las transacciones entre los usuarios. En ese sentido, las formas predilectas de pago en cada país y el nivel de adopción que poseen pueden llegar a reflejar el desarrollo económico de un país en comparación a los demás. Como señala Maldonado en un artículo de PWC (2015) “en general, hay una relación directamente proporcional entre el desarrollo de una economía y el uso de medios distintos del efectivo. A mayor desarrollo, mayor empleo de las tarjetas, de las transferencias, de las domiciliaciones y de los cheques” (p.4). De esta manera, los países con mayor grado de desarrollo tecnológico y respaldo económico son los que cuentan con el más alto grado de adopción de estos medios alternativos. Esto plantea un desafío para la adaptación cultural y estructural de los países en vías de desarrollo.

La creciente diversidad y proliferación de los medios de pagos alternativos responden al estilo de vida actual del consumidor, y abre un abanico de posibilidades para satisfacer sus necesidades. Estas necesidades económicas y de transacción han estado siendo avaladas por el sistema financiero tradicional, el cual brinda la estructura y los medios financieros para que se concrete. Sin embargo, debido a la situación de cambio actual, ya no son suficientes los mecanismos tradicionales de pagos y transferencias. Como anuncia Maldonado (2015) “el actual statu quo, en el cual los bancos tienen una posición dominante, está amenazado por la aparición de nuevos y potentes competidores (gigantes tecnológicos, operadoras de telecomunicaciones,

fabricantes de móviles, empresas de distribución, startups...) que están llamando a la puerta, o la han derribado ya” (p.4).

Por tal motivo, no es suficiente que el sistema financiero siga aplicando los métodos tradicionales para el adecuado acceso a los servicios que ofrece a sus consumidores. Para lograr satisfacer cabalmente las recientes necesidades de los usuarios, la banca tiene que asumir e integrar nuevas estrategias de innovación. Estas estrategias se verán reflejadas en las herramientas y mecanismos de acceso que brindan, con el fin de influir positivamente en el desarrollo personal del consumidor y de la economía en la cual están inmersas. En esa línea, es vital para toda economía la inclusión y el uso de las herramientas del sistema financiero por parte de las MyPEs. Esto cobra mayor relevancia en el contexto peruano, puesto que las MyPEs conforman la base de la economía del país, tal como se explicará en la siguiente sección.

El presente capítulo comenzará con la revisión del ecosistema de pago y transferencias, la banca móvil, los pagos mediante dispositivos móviles y los aplicativos bancarios. Luego se examinará el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) y los factores que incluye. Este modelo aborda las variables que influyen en la adopción y uso de las nuevas tecnologías. Esto permitirá entender la importancia de la adopción de nuevas tecnologías, como los medios de pago móviles, por parte de las empresas, como las MyPES bodegueras.

1.1. Los medios de pago y la banca móvil

En este apartado se buscará introducir diversos conceptos enmarcados dentro del ecosistema de pagos móviles y hacer una mayor aproximación a los servicios financieros digitales. Con ello se pretende examinar ciertas alternativas digitales que sirven para realizar pagos y transacciones, opciones que pueden ser provechosas para las MyPEs y su crecimiento.

1.1.1. El ecosistema de pagos móviles

Dado al panorama cambiante y al constante desarrollo tecnológico, es incierto el futuro de los medios de pago que dominarán el mercado, aunque con seguridad las tendencias de pago se enmarcarán en un contexto de fácil acceso al usuario, disponibilidad inmediata y dinero virtual. Como lo anuncia Minsait: “Los pagos inmediatos se posicionan como elementos estratégicos para la modernización de los sistemas domésticos de pagos” (2019, p.28). Este progreso en la manera de realizar los pagos también se debe a su conexión con el cambio tecnológico: “la transformación digital y la innovación tecnológica ha traído mucha luz y atraído mucho interés por los sistemas de pago” (Minsait 2019, p.46). Lo anterior ha llevado a este sector a límites nunca antes vistos y ha ampliado considerablemente la cartera de posibilidades de pago. Si bien no es preciso delimitar cuáles serán las maneras predominantes en que se realizarán las transacciones en el futuro, sí se pueden señalar ciertas características. Como sintetiza PWC, estos medios de pago digital deben

ser universales, seguros, sencillos y baratos, y además deben brindar una experiencia rica al usuario (ver Anexo C).

Estos cinco elementos son esenciales para la aceptación del usuario de los nuevos medios de transacción. Esto facilita la inmediatez y flexibilidad requerida en los pagos, a través del uso de las diversas herramientas tecnológicas existentes. Entre los diferentes medios de pago actuales destacan el uso del teléfono celular y, de manera más puntual, el uso de los teléfonos inteligentes o smartphones. Estos se han convertido en los dispositivos predilectos debido al abanico de funciones disponibles que poseen y a la practicidad de uso: “el teléfono es la figura central disruptiva en muchas industrias (...) sirve como un catalizador revolucionario, liberando a todo el comercio de cualquier concepción de canal. Lo que inició con el teléfono móvil, ya está extendiéndose virtualmente en todas partes” (Worldpay 2018, p.29). Mediante el empleo de este dispositivo, la industria de los pagos está logrando avances antes inimaginables.

Al unir las operaciones de pagos y de transacción con los dispositivos móviles, surge una nueva terminología empleada por los consumidores y que define las nuevas operaciones o funciones brindadas. De ese modo aparecen conceptos tales como el de pago móvil (ver Anexo D). En esta investigación se define al pago móvil como un servicio otorgado por un vendedor, por medio de aplicativos móviles, para poder realizar diversas transacciones financieras que responden a un mercado físico y que se enmarcan dentro de un sistema regulado. Esta definición no se limita a la relación entre los dispositivos móviles y las operaciones de transacción, sino que incluye otros elementos clave y una terminología novedosa que la enriquece (ver Anexo E).

A continuación, se aborda el rol del sistema financiero y las herramientas digitales que ofrece para brindar sus servicios. El rol de estas entidades es fundamental para el funcionamiento de los sistemas de pago. Como señala Minsait: “los bancos centrales y autoridades financieras han asumido un liderazgo regulatorio que ya trasciende las funciones tradicionales de vigilancia de los sistemas de pago.” (2019, p.47). En esa línea, se abordará la definición de banca móvil y de las aplicaciones móviles bancarias, las cuales desempeñan un rol fundamental para la integración y el acceso a los servicios financieros de las empresas y los usuarios.

1.1.2. La banca móvil

El sistema financiero tradicional requiere adaptarse a los cambios tecnológicos y a los modernos requerimientos de los usuarios. Para ello está digitalizando sus servicios y operaciones por medio de la creación de plataformas digitales; estos nuevos espacios de interacción cumplen una función elemental para el acceso a los servicios financieros y para satisfacer a la demanda existente. Como menciona Minsait (2019):

Los bancos digitales o mobile banks han demostrado su capacidad de simplificar los productos tradicionales (cuentas y tarjetas) enfocándose en (i) la inmediatez que permiten las plataformas digitales, (ii) clientes interesados (o habituados) a aprovechar oportunidades y experiencias globales, y (iii) ventajas, descuentos y servicios de valor añadido en alianza con otras compañías. (p.51)

De esta forma, se logra ofrecer un hábitat adecuado y con mayores oportunidades para el usuario. Para comprender estos desarrollos tecnológicos es importante comprender en qué consiste la banca móvil (ver Anexo F).

Para lograr una aproximación conceptual de lo que significa la banca móvil, se tomará como base las definiciones propuestas por Llaxacondor (2018) y Wessels y Drennan (2010). Se puede entender a la banca móvil como la ampliación de la banca digital en los dispositivos móviles, la cual permite acceder a diversos servicios financieros, sean transaccionales o no transaccionales. Al lograr digitalizar sus servicios, varias entidades financieras buscan una mayor conexión con el usuario y brindar acceso a servicios más focalizados, como los pagos y transferencias. Para conseguir este objetivo estas crean aplicaciones (Apps) que se enfocan en brindar estos servicios. Como se anuncia en un caso bancario propuesto por Minsait (2019):

Los clientes de los bancos digitales no buscan la rentabilidad del ahorro, sino la experiencia de usuario que facilita los pagos del día a día, por lo que estamos desarrollando muchas funcionalidades en torno a la gestión de las finanzas del día a día con la app, como los “espacios” o subcuentas para distintos propósitos (ahorro programado, pago de préstamos). (p.52)

Estos espacios de interacción proporcionan un acceso más eficiente y práctico al cliente. Canese (2017) señala que las aplicaciones móviles, “se utilizan (...) para transferir el dinero a usuarios los cuales tienen billeteras electrónicas con la información de sus cuentas bancarias o de dinero digital integradas” (p.5). El autor las define como canales para poder realizar transacciones bancarias o de dinero electrónico. Del mismo modo, Minsait 2019 destaca su importancia dentro del sistema financiero, pues se busca garantizar la omnicanalidad y brindar una mayor oferta de los servicios de pago (p.116). Para fines prácticos, las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias funcionan como herramientas digitales creadas por entidades bancarias y enfocadas en brindar servicios de pago a través de dispositivos móviles. Además:

[Las aplicaciones móviles] son programas informáticos, que son creados para que se ejecuten en teléfonos inteligentes. Los aplicativos permiten a los usuarios realizar un conjunto de tareas, acorde al tipo de aplicativo que acceda [...]. Las aplicaciones deben

tener ciertas características sobre su sistema como, ágil, facilidad de uso, brindar respuestas rápidas y confiables (Arraya, como se citó en Pichihua, 2018, p.22).

1.2. Modelo de aceptación tecnológica (TAM)

Existe una amplia literatura sobre los modelos de adaptación tecnológica vinculados a los sistemas de pago móvil. Estas investigaciones se han basado en diferentes modelos teóricos para lograr precisar las variables determinantes que influyen en el uso y adopción de los pagos móviles. El Modelo de Aceptación Tecnológica (Technology Acceptance Model - TAM) es relevante para la presente investigación debido a su extenso uso en estudios conexos. “Dahlberg et al. (2015) mostraron que los modelos más comunes utilizados para la adopción de sistemas de pago móviles fueron el modelo de aceptación de tecnología (TAM), la teoría unificada de aceptación y uso de tecnología (UTAUT) y la teoría de la difusión de la innovación (DOI)” (Verkijika, 2020, p.2). Otro factor relevante para la adopción de este modelo fue su solidez y nivel de adaptabilidad ante diversos contextos.

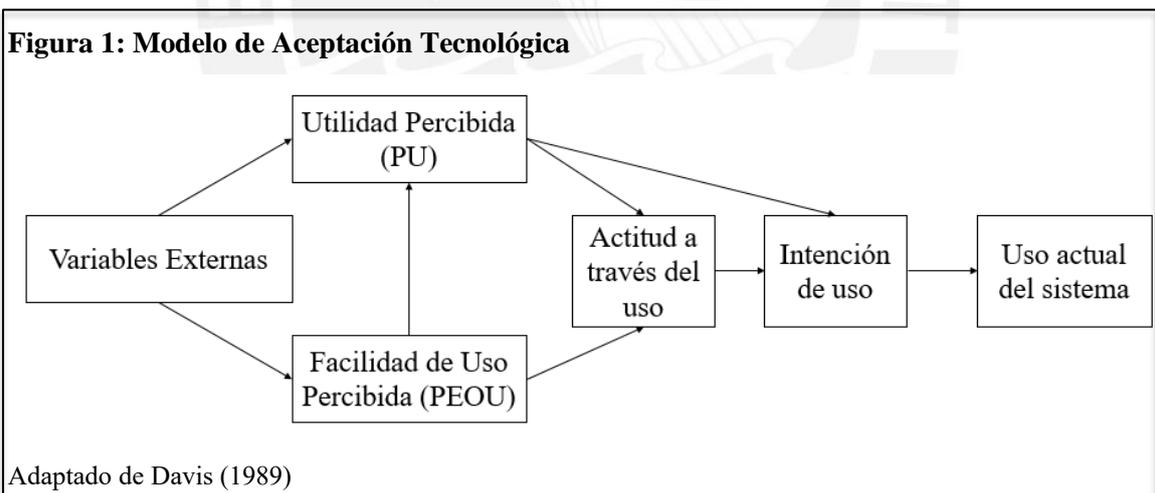
Tounekti, Ruiz-Martinez y Skarmeta (2020) desarrollaron un estudio empírico a nivel internacional con el fin de conocer las preferencias en las transacciones online de los usuarios de diversos dispositivos móviles. Estos autores utilizan el modelo TAM debido a que puede ser aplicado en diversos contextos y es uno de los modelos más robustos en comparación con otros. La investigación involucró la aplicación de 274 encuestas a usuarios de distintas nacionalidades, analizadas mediante un modelo de ecuaciones estructurales. El estudio encontró que los consumidores eligen el sistema de pago predilecto en base a su seguridad, las tarifas existentes, la privacidad, la utilidad y la facilidad de uso percibida. Cataldo (2012) también resalta la relevancia del modelo TAM en sus investigaciones: “a pesar de la gran cantidad de pruebas a que ha sido sometido y al pasar del tiempo, TAM continúa siendo un gran modelo para explicar por qué los individuos en una organización adoptan tecnologías.” (p.2).

El modelo TAM ha sido desarrollado por Davis, Bagozzi y Warshaw, en un artículo publicado en 1989. Este modelo nace en base a la Teoría de la Acción Razonada (TRA en inglés) de Fishbein y Ajzen en 1980. Además, el modelo usa los dos ejes principales del TRA: la norma subjetiva (la influencia de las opiniones e influencias sociales sobre la conducta) y la actitud hacia el comportamiento (las creencias y propósitos como determinantes propios). En ese sentido, el modelo TAM plantea que la aceptación, por parte de los usuarios, de las herramientas de tecnologías de la información y la comunicación (TIC) parte de su actitud ante las mismas, lo que a su vez se vería reflejado en la realización de diversas tareas. “Este modelo ha demostrado su capacidad explicativa en lo referente al uso de nuevas tecnologías de la información y las

comunicaciones como, por ejemplo, el correo electrónico y la web” (López-Sánchez, Rodríguez-Duarte, Sandulli, 2010, p. 30).

Si bien el modelo puede tener ciertas limitaciones, tales como la dificultad para medir el incremento en el rendimiento de los usuarios o la relativa homogeneidad de los grupos analizados (Cataldo, 2012), el análisis de los estudios realizados en varios contextos resulta sumamente provechoso para el entendimiento del uso de la tecnología y su relación con el desarrollo empresarial. Siguiendo a Cataldo (2012) “TAM responde efectivamente a una necesidad de poder entender las motivaciones de los usuarios al adoptar una tecnología y predecir su éxito” (p.5). En ese sentido, si se decide invertir en el uso de las TIC, si se analizan los resultados de los trabajos empíricos sobre el TAM y si se integran estrategias de adopción tecnológica en negocios como las MyPEs o el sistema bancario tradicional, se puede predecir la obtención de resultados positivos tanto en la eficiencia del trabajador como en el crecimiento del negocio.

La actitud referida por Davis (1989) parte de tres características principales: la utilidad percibida (PU por sus siglas en inglés), la facilidad de uso percibida (PEOU por sus siglas en inglés) y las variables externas (EV por sus siglas en inglés). Estas son variables determinantes que moldean la actitud del usuario e influyen en la intención de uso de estas tecnologías (Figura 1).



Para comprender lo expuesto por Davis, se examinarán diversas aproximaciones sobre estas variables y se explicará su relación con los beneficios para las MyPEs (ver Anexo G).

Tabla 1: Cuadro resumen de las variables propuestas por el TAM

Variab les	Definición
Variab	Son todas las constantes que intervienen, de manera externa, con la percepción de utilidad y el uso del aplicativo.
Utilidad percibida	Es el rendimiento que los potenciales usuarios esperan recibir a partir de la adopción de las aplicaciones bancarias móviles.
Facilidad de uso percibida	Mide el grado de esfuerzo percibido por el potencial usuario para poder emplear las aplicaciones bancarias digitales.
Actitud del uso	Son los sentimientos de los potenciales usuarios que conllevan a que hagan uso o no de las aplicaciones bancarias móviles.
Intención del uso	Es el grado de cambio en el comportamiento y los factores que motivan al potencial usuario ante el uso o no del aplicativo bancario.

Estos tres factores (PU, PEOU y VE) son cruciales en la percepción del usuario y en el nivel de uso del sistema, puesto que influyen en su actitud e intención de uso. Tanto la actitud como la intención de uso son factores claves que anteceden al uso real de las TIC o de alguna plataforma digital. Para cualquier institución bancaria es importante tener presentes estos elementos al brindar sus servicios. Las estrategias de adaptación de estas entidades tendrán mayor alcance si consideran estas variables.

En resumen, esta sección ha abordado diferentes aproximaciones conceptuales sobre los elementos de un ecosistema de pago. Con la definición de pago móvil, la descripción de sus elementos claves y la delimitación de la banca móvil, se han señalado las ventajas generadas para el usuario. Luego de eso se ha examinado un modelo (TAM) que diferencia las principales variables a tener en cuenta para una adopción tecnológica por parte del usuario. Sin embargo, es necesario un enfoque más específico sobre las variables que permitan medir los beneficios brindados por estas plataformas o aplicaciones respecto de la inclusión financiera y el crecimiento empresarial. En el siguiente apartado se buscará abordar estas cuestiones.

2. La inclusión financiera

El reporte de la base de datos Global Findex del Banco Mundial del 2017, asegura que “la tecnología digital por sí misma no es suficiente para aumentar la inclusión financiera” (Demigürc-Kunt, Klapper, Singer, Ansar, Hes, p.11), pues para garantizar que se obtenga el verdadero beneficio de la digitalización, se requiere de varios factores tales como un sistema de pagos sólido, una infraestructura física que permita acceder al sistema financiero y una adecuada alfabetización digital sobre este. Además, es necesario que los productos y servicios financieros

digitales se adapten a las necesidades de los usuarios y logren potenciar tanto sus habilidades como el desarrollo de sus negocios.

Para explicar la inclusión financiera es importante entender en qué consiste el sistema financiero. Las teorías de gestión bancaria definen a este sistema como el “conjunto de instituciones, instrumentos y mercados a través de los cuales se canaliza el ahorro hacia la inversión” (López y Sebastián, 2008, p.8). Su dinámica conecta los agentes que poseen excedente de dinero con los agentes que lo necesitan, los cuales interactúan mediante las instituciones financieras que funcionan como intermediarios en el mercado en el que se ejecutan las transacciones. Son agentes en este sistema las organizaciones gubernamentales, las empresas e incluso las personas naturales. Si bien todos los ciudadanos dentro de una economía pueden ser partícipes del sistema, no todos logran ingresar, debido a diversos factores limitantes que generan su exclusión.

Por ello, en esta sección se abordarán distintas definiciones y dimensiones de inclusión financiera. Luego de ello se identificarán las variables clave para examinar si las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias contribuyen a la inclusión financiera de las MyPEs.

2.1. La relevancia de la inclusión financiera

Para lograr una adecuada conceptualización de inclusión financiera, se considerarán tres definiciones (ver Anexo H) propuestas por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (CMIF). En la presente sección, primero se explicará brevemente la relevancia de estos conceptos como la base para una definición propia aplicable en la presente investigación. Posteriormente se planteará el nexo entre la adopción tecnológica y la inclusión financiera.

La definición que propone el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2015) prioriza las metas de desarrollo que los actores pueden alcanzar, lo que conlleva efectos sociales positivos tales como la disminución de la pobreza y la condición de vulnerabilidad, la formalización de las empresas, y la mejora en la productividad de las micro, pequeñas y medianas empresas. Por su parte, Pérez-Caldentey y Titelman en un informe de la CEPAL (2018) destaca la calidad productiva de la inclusión financiera y su conexión con la “banca de desarrollo”. Este concepto se enfoca en todas las instituciones financieras que fomentan la productividad, el desarrollo social y el crecimiento económico de un país a través del financiamiento y otros servicios para las pequeñas y medianas empresas.

A su vez, la CMIF (2015) creó la ENIF como política de Estado, la cual incluye siete líneas de acción para promover la integración financiera en áreas como los pagos, ahorro,

financiamiento, seguros, acceso a grupos vulnerables, educación financiera y protección al consumidor. El presente trabajo se enfocará en el primer objetivo de acción “Promover el desarrollo de canales e instrumentos digitales de pagos minoristas” (2015, p.44). Con esto se busca fomentar el uso de canales tales como las tarjetas de crédito o débito, las transferencias interbancarias, la banca móvil y el dinero electrónico para disminuir el uso del efectivo. En este sentido, se define a la inclusión financiera como todas las iniciativas que buscan brindar un adecuado acceso y uso de los productos y servicios financieros regulados para las pequeñas unidades productivas como las MyPEs.

Para entender cómo las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias permiten incluir financieramente a las MyPEs se requiere comprender también la visión multidimensional de la inclusión financiera. Como Roa (2013) manifiesta, la inclusión financiera “contiene elementos tanto del lado de la oferta de productos financieros como del de la demanda; siendo las dimensiones básicas el acceso, el uso y, más recientemente, la naturaleza o calidad de las dos primeras” (p.122). Normalmente se consideran estas dimensiones debido a que existe un consenso al respecto entre las instituciones que velan por la inclusión financiera en el mundo.

Diversos estudios y guías proponen indicadores para medir el nivel de inclusión financiera en un país a partir del análisis de las dimensiones acceso, uso, calidad y bienestar. La Asociación Global para la Inclusión Financiera (GPFI, 2016) recolecta indicadores de diversas bases de datos para ayudar a las naciones a supervisar el avance en esta materia. Algunos de estos indicadores son el porcentaje de adultos con una cuenta en el sistema bancario, el porcentaje de acceso a un teléfono celular, el puntaje de conocimiento financiero, entre otros. Por su parte, la Alianza para la Inclusión Financiera (AFI, 2016) también plantea indicadores similares que, mediante una ponderación, conllevan a evaluar la inclusión financiera desde el rango más alto (alta inclusión financiera) hasta el rango más bajo (baja inclusión financiera).

Bhuvana y Vasantha (2016) realizaron una investigación para medir el nivel de inclusión financiera en tres dimensiones diferentes, como la penetración de sucursales de las industrias bancarias, la penetración de depósitos y la penetración de crédito en las zonas rurales de todos los distritos del estado de Tamil Nadu en la India. Este estudio concluye que la mayoría de distritos de Tamil Nadu poseen un nivel por encima del promedio de inclusión financiera, pero aún existe mucho trabajo por parte del gobierno para equilibrar este avance en las zonas rurales. Los estudios analizados previamente no brindan pautas de inclusión que estén focalizadas en plataformas digitales de pago, pues el alcance se mide mediante el uso de indicadores nacionales.

Varios estudios empíricos constatan que la adopción de tecnologías financieras digitales ha permitido que más individuos accedan al sistema financiero. Balabanoff (2014) realizó un

estudio cuya finalidad era examinar el comportamiento del consumidor y la aceptación de aplicaciones móviles bancarias en Johannesburgo, en Sudáfrica. El autor afirma que, con la llegada de la banca móvil, las personas ahora tienen acceso a transacciones bancarias y pueden participar en otros servicios financieros. Este estudio usó una extensión del modelo TRA, denominado Teoría del Comportamiento Planificado (TPB por sus siglas en inglés) mediante un instrumento cuantitativo aplicado a una muestra de 373 individuos. El autor concluyó que tanto las instituciones bancarias como los accionistas de estas entidades deben desarrollar más innovaciones tecnológicas para satisfacer las necesidades de sus principales consumidores. Además, advierte que el mercado de las aplicaciones bancarias está en crecimiento y se convertirá en el medio más usado en los próximos años.

Kishore y Sequeira (2016) realizaron una investigación empírica sobre la adopción del servicio de la banca móvil en la zona rural de Karnataka en India, en la cual señalan que, dentro de las tecnologías bancarias, la banca móvil surgió como una solución incentivada por el gobierno frente a la exclusión financiera. Estos autores usaron variables del modelo de la Teoría Unificada de Aceptación y Uso de la Tecnología (UTAUT por sus siglas en inglés) a través de una regresión lineal múltiple, con una muestra de 972 personas. Se encontró una actitud favorable de los habitantes para adoptar la banca móvil, así como una influencia de los individuos de las zonas urbanas sobre la población rural para la elección de los servicios bancarios a través del celular. Finalmente, se plantea que los celulares son el futuro de las transacciones financieras, por lo que las empresas bancarias que brindan estos servicios deberían realizar campañas de difusión a la población rural que remarquen las ventajas que conlleva el uso de la banca móvil.

Otra investigación realizada por Gbongli, Xu y Amedjonekou (2019) sobre la adopción de servicios de dinero basados en dispositivos móviles para la inclusión financiera y la sostenibilidad en países en desarrollo como Togo, considera el dinero móvil como un mecanismo innovador y efectivo para lograr integrar a los excluidos financieramente. Este análisis se basó en encuestas a 510 personas basadas en una extensión del modelo TAM, las cuales fueron analizadas mediante ecuaciones estructurales. Este estudio reveló que los servicios de transferencias móviles podían solucionar la problemática de los proveedores bancarios de abrir más sucursales por razones de seguridad y viabilidad, permitiendo así una mayor inclusión financiera de los habitantes de este país. Además, se evidenció que la utilidad de los servicios del dinero móvil y la facilidad para realizar operaciones influyen sobre la actitud del consumidor con respecto a la decisión de adoptar esta tecnología.

La revisión de los estudios mencionados muestra que las innovaciones tecnológicas financieras como la banca móvil contribuyen a la inclusión financiera. No obstante, es necesario

identificar variables que posibiliten analizar con mayor profundidad las oportunidades de inclusión a través de aplicativos bancarios móviles para las MyPEs.

2.2. Las dimensiones de la inclusión financiera

En los siguientes apartados se explicará brevemente cada una de las dimensiones de la inclusión financiera, y se identificarán variables para analizar si las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias contribuyen a promover la inclusión financiera de las MyPEs, tomando como referencia las pautas de medición planteadas por la AFI y ENIF. Estas instituciones no plantean variables específicas para la medición propuesta, por ello, a continuación, se formularán las variables de acuerdo a cada dimensión.

2.2.1. La dimensión de acceso

La AFI (2010) describe el acceso en términos de “las capacidades existentes para utilizar los servicios y productos financieros disponibles ofrecidos por instituciones formales” (p.4). La CMIF (2015) la entiende como cobertura, es decir el acceso físico a los servicios financieros, el cual incluye:

Infraestructura, puntos de acceso y oferta de servicios de calidad al alcance de toda la población; el uso como la frecuencia e intensidad con la que los usuarios emplean los servicios financieros; y servicios financieros de calidad, como aquellos cuyas características se ajustan a las necesidades de los usuarios. (p.4)

Siguiendo a la CMIF y a la AFI, se puede definir al acceso como la capacidad de uso de los productos y servicios financieros regulados, con referencia a la disposición de infraestructura, canales de distribución, interconexión digital y puntos de acceso al alcance de las MyPEs. En ese sentido, se consideran las siguientes variables para su medición:

Tabla 2: Variables de medición del acceso

Variables de Acceso	Definición
Facilidad de acceso a plataformas digitales desde el celular	El nivel de oferta de las herramientas del sistema financiero personalizado para cada usuario o negocio.
Requerimientos previos para el acceso a las plataformas digitales	Los elementos requeridos para poder emplear y acceder a las plataformas digitales bancarias.

Adaptado de AFI (2010) y CMIF (2015)

2.2.2. La dimensión de uso

La AFI (2010) enfatiza el empleo de los servicios bancarios, la profundidad y la permanencia de los productos o servicios financieros que se ofrecen, cuya medición requiere conocer “la regularidad, frecuencia y duración de la utilización a lo largo del tiempo” (p.4). Asimismo, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF, 2015) incluye el pilar de uso en los

ecosistemas de productos, con referencia a “la frecuencia e intensidad con la que los usuarios emplean los servicios financieros” (p.42). Ambas propuestas permiten conceptualizar al uso como la profundidad, frecuencia e intensidad con que los usuarios utilizan los productos y servicios financieros regulados. Sobre esa base, se plantean las siguientes variables para su medición:

Tabla 3: Variables de medición del uso

Variables de Uso	Definición
Frecuencia de uso del aplicativo	Cantidad de veces de utilización de la plataforma digital.
Incentivo para el uso de otros recursos digitales financieros	Estímulo para la utilización de otros productos o servicios financieros como resultado de la utilización de la plataforma digital.
Uso del aplicativo en operaciones rutinarias	Incorporación de la plataforma digital en las actividades diarias.

Adaptado de AFI (2010) y CMIF (2015)

2.2.3. La dimensión de calidad

Para la AFI (2010) la calidad se refiere a las propiedades valoradas a partir del uso de los productos y servicios por parte de los individuos. Esto abarca “la experiencia de los consumidores manifestada a través de actitudes y opiniones hacia aquellos productos que en la actualidad se encuentran disponibles” (p.4). De acuerdo con la ENIF, el pilar de la calidad “está orientado a diseñar mecanismos que permitan que los atributos de productos y servicios se ajusten a las necesidades de los clientes, y que el desarrollo de servicios financieros tenga en cuenta estas necesidades” (CMIF, 2018, p.42). En síntesis, la dimensión de calidad es la experiencia percibida por los usuarios sobre la adaptabilidad, la diversidad y los beneficios que brindan los productos y servicios financieros regulados. A continuación, se señalan algunas variables clave para la medición de la calidad:

Tabla 4: Variables de medición de la calidad

Variables de Calidad	Definición
Diversidad de funciones que presenta el aplicativo	Cantidad de funciones integradas en las plataformas digitales.
Interfaz intuitiva propuesta por la aplicación	Simplicidad del diseño de los productos digitales para el negocio o usuario.
Nivel de educación financiera	Nivel de asimilación de conceptos financieros debido al uso frecuente de la plataforma.
Posibilidad de recibir soporte mediante el aplicativo	Disponibilidad de puntos de apoyo presenciales o virtuales que resuelvan los problemas generados en el uso.

Tabla 4: Variables de medición de la calidad (continuación)

Variables de Calidad	Definición
Seguridad en el uso del aplicativo	Percepción de seguridad y confianza en el uso de la plataforma digital y en las operaciones realizadas.

Adaptado de AFI (2010) y CMIF (2015)

2.2.4. La dimensión de bienestar

De acuerdo con la AFI (2010), El bienestar es entendido como un indicador que mide “el impacto que un dispositivo o servicio financiero ha tenido en la vida de los consumidores” (p.4). Su relevancia reside en saber cuál es el rol que cumplen los servicios y productos dentro de la vida de los individuos, organizaciones gubernamentales, empresas y otros, mediante una evaluación continua del desempeño de los mecanismos de inclusión financiera. Esta relevancia se mide por medio de las percepciones a largo plazo que tiene el individuo sobre el uso sostenido de la aplicación financiera, con relación a los beneficios asociados con el uso del servicio. A continuación, se identifican algunas variables para la medición del bienestar:

Tabla 5: Variables de medición del bienestar

Variables de Bienestar	Definición
Fidelidad y permanencia en el uso de la plataforma	Continuidad en el uso de la plataforma digital a largo plazo.
Habilidades adquiridas por el uso del aplicativo	Desarrollo de habilidades de planificación y organización por parte del usuario
Reducción de los costos operativos generado por el uso del aplicativo	Uso de los elementos de pago para agilizar los procesos y el tiempo invertido.
Percepción de satisfacción por el uso	Percepción del usuario sobre el grado de satisfacción de sus necesidades.
Desarrollo económico del negocio	Percepción del usuario sobre el impacto en su desarrollo económico al emplear la plataforma digital en su negocio.

Adaptado de AFI (2010)

En definitiva, las cuatro dimensiones de la inclusión financiera presentadas permiten delimitar un marco de análisis de las aplicaciones bancarias móviles como herramienta de promoción de la inclusión financiera. Como se mencionó anteriormente, es necesario evaluar cómo influye el uso de estas herramientas en las oportunidades de crecimiento de las MyPES peruanas del rubro bodegas. Por ello es esencial analizar las oportunidades de crecimiento generadas por las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias. La siguiente sección se ocupa de este tema.

3. El crecimiento empresarial

Existen varias definiciones sobre el crecimiento empresarial, y distintos autores señalan que no existe una definición consensuada al respecto. En efecto, Correa (2009) explica que “el crecimiento empresarial no cuenta con una teoría general ni una conceptualización universal aceptada para dicho término, pues se presentan distintas dificultades como la caracterización de la propia empresa y la multiplicidad de criterios de medida” (como se citó en Pingo y Vidal, p.8). A continuación, se brindará una definición del crecimiento empresarial tomando como base las conceptualizaciones de diversos autores (ver Anexo I). Luego se analizarán varios modelos pertinentes para la investigación, con énfasis en las variables de crecimiento propuestas en ellos.

Siguiendo a Santana, Velásquez y Martel. (2006), se entiende el crecimiento empresarial como la determinación y la intención por parte de los encargados de algún negocio, para la adecuación y el aprovechamiento de los factores internos y externos, con la finalidad de alcanzar las metas propuestas, generar ganancias y mejorar el estado de la empresa.

3.1. Las variables que promueven el crecimiento

Esta sección pretende examinar varios enfoques sobre crecimiento, a fin de contar con múltiples perspectivas empíricas sobre los elementos a tener en cuenta. Para este trabajo de investigación se abordarán cinco estudios enfocados en la adopción de plataformas móviles en los negocios, la innovación digital como herramienta para la inclusión financiera, y las variables de crecimiento empresarial.

En primer lugar, Frempong (2009) realizó una investigación empírica sobre la contribución de los celulares en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas en zonas semi urbanas y rurales en Ghana. La metodología se basó en el análisis de información de 600 empresas en seis localidades del país, complementadas con grupos focales. Este estudio examina cómo el desarrollo tecnológico y las innovaciones empresariales están haciendo que estos teléfonos móviles generen estrategias para impulsar el desarrollo empresarial, pues aparte de ser una herramienta de comunicación posibilitan la conectividad a internet, la banca online y el comercio electrónico. El modelo que desarrollan utiliza variables como el acceso al mercado (mejora en contacto con proveedores y clientes), eficiencia (menores costos de transacción y mayores ingresos) y uso de servicios financieros digitales (conocimiento de otros servicios financieros).

Un estudio desarrollado por Bouwman, Nikou, Molina-Castillo y de Reuver (2018) analiza el impacto de las tecnologías digitales en los modelos de negocios de las pequeñas y medianas empresas, y su contribución a la innovación y desempeño organizacional. Los autores proponen como hipótesis principal que la innovación influye en el rendimiento global del negocio, tomando como componentes de la innovación tecnológica al uso de las redes sociales y del big

data. El estudio plantea que los avances de las innovaciones tecnológicas han sido la tendencia que generó mayor crecimiento en los negocios durante las últimas décadas, pues usar las aplicaciones TI promueve un cambio en el modelo de negocio. Para este estudio se encuestó a 338 pequeñas y medianas empresas europeas que usan redes sociales y big data para innovar sus modelos de negocio, lo cual fue complementado con cuatro estudios de casos de empresas en las cuales destacan variables como incremento en ventas, conocimiento del negocio, aumento del número de clientes, aumento en la demanda de productos y servicios, y mejora en la gestión de recursos y de los colaboradores.

En tercer lugar, Rofiat (2017) realizó un estudio empírico que buscaba conocer el efecto de la banca sin efectivo sobre el rendimiento financiero de las pequeñas y medianas empresas, con base en 120 encuestas a PyMEs de la ciudad de Zaria en Nigeria. Rofiat considera el sistema POS y la banca móvil como elementos para medir la implementación de la política sin efectivo, y analiza la rentabilidad y el volumen de ventas como variables de crecimiento. De esta manera, el autor concluye que estos sistemas tienen un efecto positivo y significativo en el desempeño de las PyMEs. Además, precisa que han aumentado y mejorado el volumen de ventas, el crédito y la gestión de la deuda de las PyMEs. Por ello, Rofiat recomienda que las PyMEs deberían adoptar la innovación en el sector bancario para aprovechar al máximo los avances tecnológicos y aumentar su desempeño financiero.

Por otra parte, un estudio realizado por Ferrata (2019) plantea que los instrumentos financieros digitales logran contribuir con el crecimiento de las MiPyMEs, y que las finanzas digitales son la clave para impulsar la inclusión financiera. Este trabajo de investigación toma como base los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por las Naciones Unidas, e indica que en al menos 9 de los 17 objetivos planteados las finanzas y sus instrumentos terminan siendo un factor crucial. Además, el autor propone que estas finanzas tienen un mayor impacto en las personas que buscan un adecuado desarrollo económico y una mejora en sus condiciones de vida. Ferrata destaca que instrumentos financieros como los préstamos, las pensiones y los sistemas de pago funcionan como facilitadores para alcanzar estos objetivos y reducir la exclusión financiera. Estos instrumentos responden a la diversidad de canales que estimulan el acceso al sistema financiero, puesto que aumentan la calidad y la facilidad de uso de la información financiera relevante, reducen la intermediación financiera que no agrega valor al consumidor y proporcionan a los ciudadanos plataformas para la acción colectiva.

En este sentido, Ferrata (2019) señala que el uso de instrumentos como los pagos digitales pueden aumentar la eficiencia de los pagos al aumentar su velocidad y reducir los costos asociados con la realización y recepción de un pago. Además, este instrumento ayuda a la acumulación de

ahorros y a la gestión más eficiente del presupuesto familiar. Adicionalmente, el autor destaca la importancia de la digitalización de los pagos pues afecta positivamente la cadena de suministro de las MyPEs mediante la mejora de su eficiencia y el aumento de sus ingresos. Sin embargo, Ferrata concluye que para lograr estos cambios es necesario reducir las barreras tecnológicas, aumentar el conocimiento financiero de la población y desarrollar infraestructuras técnicas confiables y seguras.

Finalmente, Mallat y Tuunainen (2008) desarrollan una investigación experimental de gran relevancia para el presente trabajo, por cuanto precisan variables relevantes sobre la adopción de los sistemas de pago móvil y su relación con el desarrollo de las pequeñas empresas. Estas autoras estudian 143 empresas finlandesas propensas al uso de estas herramientas digitales: 40 restaurantes, 25 comercios minoristas tradicionales, 22 empresas de medios digitales y 21 negocios TIC, entre otras. El objetivo fue comprender las percepciones de los comerciantes y proveedores de servicios sobre los pagos móviles, buscando validar los beneficios, la confianza y el uso actual de estos instrumentos en los negocios.

Para analizar los datos obtenidos se utilizó el método Varimax, el cual extrajo los factores más relevantes para los negocios. Además, se realizó una prueba T independiente en dos muestras, diferenciando a los vendedores en función de su intención de adoptar pagos móviles en el futuro. Al respecto, ninguno de los comerciantes entrevistados rechazó la idea de adoptar estos métodos a futuro, pues la adopción depende de las características percibidas en los sistemas de pago móvil. Los factores de adopción de los pagos móviles son seis: aumento de ventas, reducciones de costos, movilidad, facilidad de uso, confianza y riesgos, y externalidades de red. Estos factores son agrupados en prerrequisitos, conductores y barreras.

Con respecto a los pre requisitos, las autoras destacan que las tecnologías requeridas y las soluciones de pago móvil ya están implementadas, que el conocimiento de los comerciantes sobre los pagos móviles todavía es limitado y que muchos comerciantes no están seguros de si tienen la necesidad de pagos móviles en su negocio, aunque sí les interesa participar. En cuanto a los conductores, se espera que la adopción de sistemas de pago móviles reduzca los costos de transacción y facilite la venta de productos y servicios a los clientes. Asimismo, los comerciantes perciben los sistemas de pago como una forma de servicio al cliente, y consideran que la adopción de estos nuevos sistemas de pago puede mejorar la relación con los clientes y atraer nuevos consumidores. Finalmente, en cuanto a las barreras de adopción, estas siguen siendo fuertes y afectan a la mayoría de los comerciantes debido a la complejidad y lentitud percibida de los pagos móviles percibida. Además, se encontró que los altos costos de adopción existentes se debían a

las altas comisiones de los proveedores, pero que si se superan estos costos estos sistemas se podían convertir en instrumentos generales de pagos generales.

Considerando los hallazgos de estos estudios empíricos, el presente trabajo de investigación buscará focalizarse en la relación entre las aplicaciones de pago y transferencias y algunas variables clave de crecimiento. Todo lo anterior se resume en el siguiente cuadro:

Tabla 6: Cuadro resumen de las variables de crecimiento

Autor	Variables de crecimiento
Frempong (2009)	Mejora en el contacto con proveedores y clientes Reducción en el costo de transacciones Mejora en las ganancias Mayor conocimiento de otros servicios financieros
Bouwman et al. (2018)	Incremento en las ventas Aumento en el número de clientes Aumento en la demanda de productos y servicios Mejora en la gestión de los recursos
Rofiat (2017)	Aumento en el volumen de ventas Incremento de la rentabilidad Adecuada gestión de la deuda Acceso al crédito
Ferrata (2019)	Aumento en la eficiencia de los pagos Reducción de costos de transacción Apoyo a la acumulación de ahorros Gestión más eficiente del presupuesto Aumento en los ingresos
Mallat y Tuunainen (2008)	Aumento en las ventas Reducción en los costos operativos Aumento de las compras por impulso Mejora en la imagen de la empresa Aumento de la eficiencia y velocidad de pago Mejora en la atención del cliente

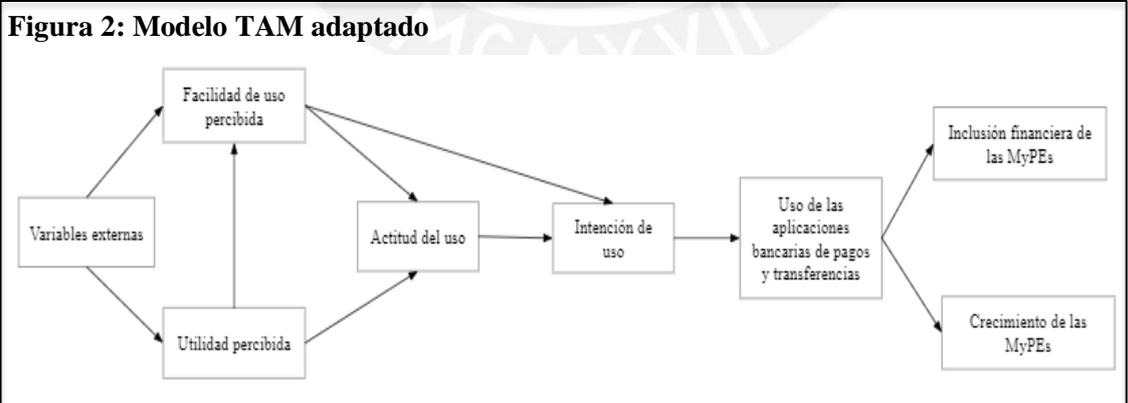
4. El marco específico de análisis

Con base en la literatura teórica y empírica consultada, se plantea un marco analítico para conocer las oportunidades de crecimiento y de inclusión financiera de las MyPEs bodegueras a través de la adopción y uso de los servicios de pagos y transferencias de las aplicaciones bancarias. Este marco cuenta con tres ejes principales: las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias, la inclusión financiera y el crecimiento empresarial. Estos tres ejes están basados en una adaptación del modelo TAM, al cual se le añadirán variables independientes que corresponden a los tres ejes. La relación del modelo y de estas variables serán expuestas a continuación.

Para el estudio, se ha adaptado el modelo TAM (ver Figura 2), el cual incluye las variables de utilidad percibida, facilidad de uso percibida, actitud de uso, intención de uso y variables externas. Este modelo servirá para analizar los requerimientos y las percepciones previas para la adopción de las aplicaciones bancarias de pago por parte de las MyPEs. Además, las variables independientes de inclusión financiera y de crecimiento empresarial, las cuales serán mencionadas a continuación, servirán para examinar los efectos del uso de estas aplicaciones en estos negocios.

Para analizar las características requeridas para que los aplicativos funcionen como una herramienta de inclusión financiera se incluyen variables correspondientes a cada una de las dimensiones previamente examinadas: acceso (facilidad de acceso a plataformas digitales desde el celular y requerimientos previos para el acceso a las plataformas digitales), uso (frecuencia de uso del aplicativo y uso del aplicativo en operaciones rutinarias), calidad (diversidad de funciones que presenta el aplicativo, interfaz intuitiva propuesta por la aplicación, posibilidad de recibir soporte mediante el aplicativo, seguridad en el uso del aplicativo) y bienestar (fidelidad y permanencia en el uso de la plataforma y percepción de satisfacción por el uso).

Asimismo, para evaluar los efectos que conllevan el uso de aplicativos en la inclusión financiera, se proponen las siguientes variables: incentivo para el uso de otros recursos digitales financieros, nivel de educación financiera, habilidades adquiridas por el uso del aplicativo, reducción de los costos operativos generado por el uso del aplicativo y desarrollo económico del negocio. Finalmente, para la medición del crecimiento empresarial por el uso de las aplicaciones, se incluyen variables como incremento en las ventas, reducción de los costos operativos, incremento de la rentabilidad y mejora en la atención al cliente.



CAPÍTULO 3: MARCO CONTEXTUAL

1. La situación de la inclusión financiera en las MyPEs

La Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) realizó un estudio de los principales determinantes de la inclusión financiera en el Perú, en el cual buscaba identificar los factores que influyen en la integración financiera en el país. En esa línea, se señala que “El reto de lograr una situación donde la población acceda a servicios financieros de calidad y los use es muy complejo, pues es el resultado de la confluencia de diversos factores” (Sotomayor, Talledo, y Wong, 2018, p.4). Para abordar estas determinantes se diferenciarán los factores de oferta y demanda; además, se referenciarán los actores contextuales clave (ver Anexo J):

En esta sección se empezará detallando el mercado actual de productos financieros digitales, como parte de la oferta existente para la inclusión financiera de las MyPES en el país. Luego se abordará la perspectiva de los usuarios dentro de este sistema y los mecanismos de acceso al sistema financiero que pueden utilizar.

1.1. La oferta de servicios financieros

Los productos y servicios ofrecidos por las instituciones financieras reguladas pueden estar o no personalizados de acuerdo con las necesidades de la diversidad de clientes que existe en nuestro país, como en el caso de las MyPES. En concreto, las instituciones que forman parte del sistema financiero se pueden dividir: la banca comercial, las instituciones del Estado y las empresas del sistema no bancario. Por el lado de la banca privada, entidades como el Banco de Crédito del Perú (BCP) incorporan a la inclusión financiera como parte de su responsabilidad por desarrollar una cultura financiera en el Perú, lo cual se logra a través de Mibanco, organización que se encarga de atender a las MyPEs. Otros bancos privados tienen iniciativas para la inclusión de ciertos segmentos, como las MyPEs, al sistema financiero mediante la bancarización. Sin embargo, si bien estos organismos plantean ciertas estrategias y planes de acción que buscan integrar la inclusión financiera en sus objetivos, no tienen como prioridad brindar mecanismos o plataformas que faciliten el acceso financiero a los usuarios existentes. Según el Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de la Superintendencia de Bancas Seguros y AFP (SBS, 2019), solo una empresa (Mibanco) de un total de quince de la banca comercial está especializada en microfinanzas.

En cambio, organismos como la COFIDE y Agrobanco, mediante la banca para el desarrollo, y empresas del sistema no bancario, como las cajas rurales, municipales o Edpymes, brindan productos y servicios especializados para las MyPEs (León, 2017). La oferta se basa en el financiamiento, ahorro o microcréditos para los pequeños negocios y emprendimientos. Aproximadamente, solo el 54,5% de las entidades ya mencionadas están especializadas en las

microfinanzas (SBS, 2019). A pesar de ello, son las instituciones de la banca comercial las que han creado plataformas y aplicativos bancarios que promueven, de una forma digital, el acceso de los usuarios al sistema financiero tradicional, sin ser este su objetivo original. Este es el caso de Yape (aplicación financiera del BCP), la primera aplicación en el mercado peruano enfocada en realizar pagos electrónicos entre los clientes del BCP. Esta aplicación tuvo su origen como una Fintech que buscaba imitar las estrategias de crecimiento de aplicativos exitosos a nivel mundial. Debido a su reciente éxito, la plataforma ha logrado integrar otros mecanismos como los pagos con código QR, lo que ha apoyado a la inclusión de negocios como las bodegas o tiendas de conveniencia (Córdova 2019). Si bien este y otros aplicativos tuvieron un propósito inicial distinto de fomentar la inclusión, la relevancia y ventajas que poseen actualmente permiten que puedan orientar sus estrategias en este sentido.

Otro factor que dificulta la oferta de servicios financieros son los altos costos en los que incurren las instituciones financieras para brindar sus servicios. Para contrarrestar esta medida, utilizar las herramientas o plataformas digitales es la ruta más efectiva. Según el reporte del BBVA Research (Fernandez de Lis, Llanes, Lopez-Moctezuma, Tuesta, 2014): “la banca móvil presenta oportunidades de ampliación de la inclusión financiera en el sentido en que permite reducir los costos operacionales y de transacción (como el tiempo de desplazamiento para hacer las transacciones)” (p.11). En este sentido, las plataformas digitales y los aplicativos financieros de pago terminan funcionando como mecanismos facilitadores que logran reducir considerablemente los costos incurridos por estas instituciones. Además, esta mayor simplificación en el proceso también conlleva un aumento en la eficiencia y un incremento del acceso colectivo de los usuarios a este sistema. Sin embargo, estas plataformas aún no han logrado abarcar a todos los segmentos ni a sus distintas necesidades, aún se encuentran en etapa de desarrollo y se espera su continuo crecimiento en los próximos años.

También existe una oferta informal centrada en brindar oportunidades de ahorro o crédito sin regulación de por medio, la cual logra suplir los vacíos existentes de la oferta formal. En un estudio del costo del crédito bancario en comparación con el costo del crédito informal que realizó la Asbanc se detallan las razones por las que los negocios pequeños prefieren acceder a este sistema informal. Algunos de estos factores, según un informe de la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc, 2013) son la desconfianza en el sistema financiero, los exigentes requisitos para acceder al crédito (como la clasificación crediticia), la baja cultura financiera, la flexibilidad de acceso en tiempos y garantías, y los menores costos de transacción. La oferta informal solo se centra en préstamos entre familiares y amigos, sistema de fondos colectivos, créditos de los proveedores, sistema de fiado en minoristas y prestamistas individuales.

1.2. La demanda financiera y las barreras para la inclusión

Los agentes económicos en el país prefieren adquirir servicios financieros seguros, confiables y que se ajusten a sus necesidades, tales como los pagos digitales o la banca móvil. A diferencia del conocimiento que se posee sobre la oferta de productos y servicios, los estudios sobre la demanda son escasos, lo cual dificulta entender “las necesidades financieras y percepciones de la población y, por tanto, no permite identificar la brecha de inclusión financiera” (Sotomayor et al, 2018, p.6). En esa subsección, se analizarán los principales factores que limitan la adopción de servicios financieros en el Perú, luego de lo cual se describe la evolución de los medios para el acceso y uso de estos servicios en el país y, finalmente, se hace una breve revisión sobre la demanda de los servicios financieros por parte de las MyPEs.

Un artículo de la revista Moneda del BCRP menciona cuáles son las barreras de los peruanos para acceder a los servicios financieros en el país, tales como la falta de dinero, los altos costos de mantener una cuenta en el sistema bancario, la falta de desconfianza en el sistema financiero y el poco de interés de ingresar a este sistema por la escasa educación financiera (Aurazo y Vega, 2017). Algunos de estos factores de acceso al sistema financiero también predominan en la adopción de mecanismos digitales que promueven la inclusión financiera. Otro artículo del BCRP sobre la digitalización de pagos dentro de la ENIF (Perea y Vega, 2018) resalta cuatro barreras principales para la digitalización de los pagos por parte de los comercios: la desconfianza en el uso de canales e instrumentos electrónicos para realizar pagos digitales, el desconocimiento de los beneficios de esta modalidad, la escasa red de canales electrónicos para realizar estos pagos digitales y la falta de un esquema de incentivos para la adopción y uso de estos canales. Todas estas limitaciones dificultan el acceso y la adopción de los servicios brindados por las entidades financieras.

La demanda de productos y servicios financieros actualmente se encuentra en aumento. De acuerdo a un informe emitido por la Asbanc (2019), al cierre del 2018 se realizaron 1 187 millones de transacciones monetarias, cifra que excede en un 16.98% al año anterior. Asimismo, “durante el 2018, el número de operaciones realizadas a través de banca móvil llegó a 58 millones, superando en 107.4% a los 28 millones de transacciones registradas durante el 2017” (p.1). Esto puede denotar un mayor flujo tanto en las operaciones monetarias como en el empleo de plataformas digitales. Estas últimas superan por primera vez a las operaciones realizadas en ventanilla en 2018: 58.06 millones de transacciones realizadas mediante la banca móvil en comparación con las 56.63 millones efectuadas en ventanillas. Igualmente, Asbanc destaca que los cajeros automáticos son preferidos para realizar las operaciones de transacción, dando cuenta de un total de 395 millones de operaciones al 2018. Esto también refleja el aumento de los puntos

de acceso en el país, con un incremento del 12,42% en el 2019 con respecto al año anterior, pues en este año se registran 200 921 puntos a nivel nacional (SBS 2019).

El principal servicio que demandan las MyPEs es el financiamiento mediante el acceso al crédito por parte de las entidades bancarias. El reporte semestral de la SBS menciona que al 2019 existen 2 617 000 MyPEs que acceden al crédito como personas naturales y 95 000 MyPEs que acceden con personería jurídica. El porcentaje de créditos que representan estos negocios con respecto del total de créditos es 12,41%. Si bien los indicadores anteriores evidencian un notable avance en materia de inclusión financiera y uso de plataformas bancarias, se requiere un mayor esfuerzo para lograr una inclusión financiera de calidad que logre impactar en la vida y cultura financiera de todos los usuarios del sistema.

Algunas limitaciones que impiden a las MyPEs acceder al financiamiento son no contar con un historial crediticio previo, tener una capacidad limitada para el manejo del negocio, reportar altos costos operativos según el tamaño del crédito, enfrentar las altas garantías exigidas por el banco, y mostrar una débil cultura de pago, entre otros factores (Morisaki, 2019). La tecnología y la innovación han permitido desarrollar distintas herramientas que permitan conectar a más segmentos de la población y de las organizaciones al sistema financiero. Sin embargo, como menciona un experto en banca y finanzas, lo que falta actualmente es una relación entre la banca y alguna entidad que difunda los nuevos productos y servicios que se ofrecen, y así den a conocer la sencillez de acceder al sistema financiero (J. Bertolotto, comunicación personal, 28 de junio, 2020).

2. Las aplicaciones de pagos y transferencias

Luego de analizar los principales factores que inciden en la inclusión financiera, se examina el panorama actual de los pagos y transferencias. La presente sección empezará examinando los sistemas de pago tanto a nivel Latinoamérica como en el mercado peruano. Posteriormente se analizará la oferta vigente de las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias, y se delimitará su función y oferta de servicios.

2.1. El panorama de pagos y transferencias

En primer lugar, se abordará la incidencia de los pagos y transferencias a nivel de Latinoamérica, para luego centrarse en el caso de Perú. Según el reporte al 2019 de Minsait, se espera que el panorama de los sistemas de pagos en Latinoamérica tienda al cambio: “el sentir en la región es que los sistemas y ecosistemas de pago se van a transformar bastante en los próximos años” (2019, p.70). Existen varios factores que afectan este cambio. Un primer determinante es la competencia acentuada entre el sistema bancario tradicional y las iniciativas privadas de innovación (Fintech) para abarcar el mercado de pagos y a los clientes desatendidos. Otro factor

regional que influye en este cambio es el factor demográfico, el cual se ve enmarcado en el crecimiento de un público joven que adopta nuevos mecanismos de pago y en la alta inmigración entre países, lo cual conlleva a nuevas formas de consumo y de sub bancarización.

El reporte del Minsait también detalla el panorama actual del país y los retos que existen para implementar adecuadamente los sistemas de pago. En primer lugar, se indica que el Perú está emergiendo recién en la digitalización de los pagos: “Perú ha tenido un avance sustancial en el último año, dejando gradualmente de ser un mercado anclado en los años 90 en lo que se refiere a su infraestructura de sistemas de pago” (2019, p.72). Seguidamente, se señala que uno de los principales retos observables en el país es la transacción a las plataformas digitales y la reducción del uso del efectivo por parte de la población. Como señala Minsait: “el reto aún no resuelto por la industria es entrar a la cotidianeidad de los pagos pequeños, en un país donde los pagos en efectivo son predominantes” (2019, p.72). Esta preferencia por el uso del efectivo se debe a la predominancia de los negocios informales en el país y a la desconfianza existente de los individuos para depositar su dinero en los bancos y emplear otros medios alternativos de pago. Finalmente, se menciona el reto de masificar digitalmente los pagos cotidianos, como el referido al pago del transporte público, así como el incremento de los sistemas contactless (pagos sin un contacto físico realizados usando algún sistema alternativo).

Para poder realizar un análisis comparativo sobre el uso de las plataformas digitales de pagos en el Perú se usarán los reportes “Bancarización del peruano” de los años 2018, 2019 y 2020. Estos reportes han sido elaborados por Ipsos Perú, con una población muestral de 1000 personas entre los 18 y 70 años, de los niveles socioeconómicos A B C D.

Tabla 7: Comparación del nivel de bancarización del peruano

Bancarización del peruano		
Año 2018	Año 2019	Año 2020
6.6 millones de peruanos se encuentran bancarizados (representan un 41% de Perú urbano) 76% emplea cajero automático 59% usan ventanilla o plataforma presencial 6% usan la banca móvil por medio del celular (app) 12% usan la banca móvil por medio de internet No hay registro	7.8 millones de peruanos se encuentran bancarizados (representan un 47% de Perú urbano) 60% emplea cajero automático 52% usan ventanilla o plataforma presencial 28% usan la banca móvil por medio del celular (app) 25% usan la banca móvil por medio de internet No hay registro	8.6 millones de peruanos se encuentran bancarizados (representan un 51% de Perú urbano) 79% emplea cajero automático 46% usan ventanilla o plataforma presencial 57% usan la banca móvil por medio del celular (app) 52% usan la banca móvil por medio de internet 44% usan apps de transferencias de dinero

Adaptado de Ipsos Perú (2018 - 2020)

Como se puede observar, existe una diferencia marcada en el nivel de bancarización y empleo de ciertas plataformas por parte de la población analizada. Se puede recalcar un aumento marcado de la población bancarizada y del empleo de cajeros automáticos debido al distanciamiento social. Además, se aprecia un aumento en 2020 que excede en más de dos veces lo reportado en 2019, y entre este año y el anterior, con respecto al uso de la banca móvil como aplicativo y vía internet. Todos estos reflejan el cambio en el estilo de vida del consumidor, su progresiva inserción en el sistema financiero, el nivel actual de adaptación de los canales digitales y la relevancia de estos medios para realizar sus actividades. En el siguiente apartado se aborda, de manera puntual, la oferta de las aplicaciones bancarias de pago para los consumidores y empresas peruanas.

2.2. El mercado de Apps bancarias en el Perú

En este apartado se analizan brevemente las aplicaciones de pago y transferencias bancarias más relevantes del mercado peruano, diferenciando los medios digitales de pagos disponibles y las ventajas que ofrecen a sus usuarios. A continuación, se describirán tres aplicaciones bancarias de pago existentes en el mercado: Yape, Tunki y Lukita. Con esto no se busca abordar examinar en profundidad las aplicaciones de banca móvil de las entidades bancarias, pues estas no se enfocan principalmente en los servicios de pagos y transferencias, sino que abordan muchas otras funciones.

Tabla 8: Aplicaciones bancarias de pago

Oferta de aplicaciones bancarias de pago		
App - Definición	Características	Beneficios
<p>Yape Es una app creada por el BCP, la cual permite realizar transferencias por medio del número de celular de algún contacto o mediante el escaneo del código QR existente en el aplicativo.</p>	<p>Permite el registro mediante el DNI y el número celular Transferencias seguras y libres de comisiones Usa los códigos QR Permite el pago en varios comercios Facilita la opción de cobro a las bodegas mediante el QR</p>	<p>No cobra comisiones de mantenimiento No es necesario tener algún número de cuenta Elimina las transacciones de manera física Cuenta con una comunidad en aumento (más de 3 MM) Cuenta con más de 200 M negocios asociados</p>
<p>Tunki Es una app gratuita de Interbank que utiliza al smartphone como billetera móvil.</p>	<p>Permite el registro mediante el número celular Transferencias seguras y libres de comisiones Usa los códigos QR Pago en Bodegas y otros comercios No requiere el uso de alguna tarjeta para retirar efectivo</p>	<p>Promociones en la App Permite el pago en más de 100 M bodegas Permite el pago de servicios domésticos y la recarga de celulares Permite recargas mediante transferencias o en cajeros Global net</p>

Tabla 8: Aplicaciones bancarias de pago (continuación)

Oferta de aplicaciones bancarias de pago		
App - Definición	App - Definición	App - Definición
Lukita Es una app gratuita creada por el BBVA que permite enviar o recibir dinero de todos tus contactos, sin el requerimiento de alguna cuenta bancaria.	Permite el registro mediante el número celular Transferencias seguras y libres de comisiones Usa los códigos QR Permite el pago en varios comercios	Permite transferencias en soles y dólares Implementación de Plin (función que permite el pago interbancario) No cobra comisiones de mantenimiento

Adaptado de la charla virtual (2020)

Como se puede apreciar, las tres aplicaciones cuentan con propiedades y beneficios variados, lo cual las vuelve atractivas para sus usuarios y los negocios que logran afiliarse. Entre los atributos que comparten destacan que son aplicaciones gratuitas y que permiten ver saldos y movimientos. Además, un factor relevante es la integración conjunta de los pagos *contactless* por medio de los códigos QR, lo que permite realizar pagos en varios establecimientos afiliados. Sin embargo, existen propiedades únicas en cada aplicación que logran distinguirlas en el mercado en que operan. Primero, lo distintivo de Yape es la comunidad de usuarios y negocios que están afiliados a la aplicación, lo cual denota un mayor alcance y facilidades de pago. Segundo, Tunki resalta por los servicios añadidos que brinda y por los beneficios existentes al usar esta app, pues permite mayores operaciones de pago y que estos sean de forma instantánea. Tercero, Lukita logra integrar la funcionalidad de Plin como un sistema de pago añadido en la app, y si bien es una funcionalidad compartida por varios bancos, solo Lukita lo proporciona en la aplicación.

Todas las características antes mencionadas brindan un panorama accesible y de gran provecho para los negocios o personas que decidan adoptar estos sistemas. Si bien existen aplicaciones de pago que operan fuera del sistema bancario, es conveniente señalar la solidez económica que brindan las apps bancarias debido a que pertenecen a *holdings* peruanos importantes. Además, estas aplicaciones bancarias también operan mediante sistemas de regulación más complejos que responden a distintas entidades gubernamentales. A continuación, se caracterizará las empresas favorecidas al emplear estas nuevas herramientas tecnológicas.

3. La situación del sector comercio minorista en Perú

En esta sección se hará una caracterización de las organizaciones en las cuales se enfoca esta investigación. Primero, se examinará la importancia del sector comercio y del sub sector minorista, y luego se analizarán los factores que influyen en el crecimiento de las bodegas mediante un análisis PEST.

3.1. La importancia sector comercio minorista

Como actividad económica, el sector comercio ha tenido gran relevancia durante los últimos años en cuanto a su contribución al PBI nacional. Desde el 2014 hasta el 2019, este sector, según las series anuales del BCRP, representó en promedio el 10,95% aproximadamente de este índice económico. Peñaranda argumentaba que esta relevancia se basaba principalmente en la generación de empleo que supera al sector de servicios (2018).

Así mismo, durante el periodo 2014 al 2019, se reportó una variación positiva del sector en 2,80%. En enero del 2020, se reportó un aumento del sector comercio en un 2.72% respecto al primer periodo del 2019, el cual se debió principalmente por la actividad del comercio al por mayor, al por menor y automotriz. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEIa, 2020), el comercio al por menor creció 2.46% explicado en su mayoría por el incremento de ventas en los rubros que lo componen, principalmente las ferreterías, supermercados y minimarkets (p.1). El dinamismo del sector minorista se basó en el aumento en ventas, y según PRODUCE (2020) esto fue el resultado por un buen desempeño de las tiendas por departamento, supermercados y ferreterías, específicamente en la estrategia de precios que estos retailers manejan. Sin embargo, en el análisis trimestral del PBI del 2020, se evidenció un decrecimiento en el valor que generaba este sector para el PBI de un 6.2% con respecto al año referencial del 2007, explicado por la disminución en las ventas al por mayor y menor como resultado del periodo de aislamiento social tanto a nivel nacional como internacional. “La pandemia provocada por el COVID-19 tiene severos efectos en la salud de las personas de las diferentes sociedades, y también está afectando la actividad económica mundial” (INEI, 2020b, p.1).

Las principales transacciones económicas y financieras de las empresas que forman parte del sector retail provienen de las ventas, compras, ingresos, egresos, inversión en infraestructura o maquinaria y remuneraciones pagadas por este sector. Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017), las empresas que venden alimentos, bebidas y productos de bazares son las que concentran más ventas netas con un 32% del total de ventas. Estas generan mayores compras al representar un 33.6% del total del sub sector. Respecto a los ingresos, egresos e inversión, estas empresas concentran el 29,2%, 18, 2% y 44,4% respectivamente. Del total de remuneraciones del subsector, estas empresas concentran el 30,3%. Si bien los negocios del rubro de alimentos, bebidas y productos de bazares son los que han generado mayor dinamismo durante los últimos años, las empresas de computadoras, audio, video y televisión son las que generaron mayor empleo.

A nivel mundial, las tendencias que influyen en el sector retail están marcadas por tres elementos: la sostenibilidad ambiental en la agenda de los negocios, la experiencia de consumo

que brinde una conexión emotiva a sus clientes, y la redefinición del propósito de la empresa respecto de su entorno (Deloitte, 2020). De manera similar, Alliance Data menciona que los canales de conexión, las experiencias del servicio que brindan valor, la sostenibilidad ambiental de las marcas, las compras digitales, la personalización de los productos ofrecidos, y el uso de bases de datos a través de la inteligencia artificial serán las tendencias que marcarán el sector comercio minorista. En cuanto a las tendencias en el mercado peruano, Álvarez (2020) señala que la digitalización del comercio, la personalización de los productos según los gustos del cliente, las experiencias en los canales *online* y *offline* y la comunicación entre vendedores y compradores son nuevos hábitos para las decisiones de compras de los peruanos.

3.2. El perfil de la MyPEs bodegueras

En esta sección se pretende realizar una caracterización de las MyPEs bodegueras en el país. Para esto se delimitará este tipo de organización y se plantearán sus principales características.

Dentro del canal tradicional del retail, el rubro bodegas incluye establecimientos en los que se venden productos de primera necesidad. En una videoconferencia promocionada por Centrum PUCP e Industrias San Miguel (ISM), los ponentes Alegría y Pastor mencionan que en la actualidad existen más de 240.000 bodegas formales en el Perú (más de 500.000 en total) y alrededor de 70.000 en Lima Metropolitana (2020). Para un mayor detalle de la distribución de las bodegas formales en Lima Metropolitana, puede verse la tabla 9. Además, estos ponentes señalan que los principales competidores actuales de estos negocios son otras bodegas y las tiendas de conveniencia independientes como Oxxo o Tambo, o las situadas en las tiendas gasolineras como Primax o Repshop, pertenecientes a los grupos Romero y Repsol respectivamente.

Tabla 9: Distribución geográfica de las bodegas formales en LM

Zona Geográfica	Cantidad
Lima Norte	19 806
Lima Este	16 630
Lima Centro	4 751
Lima Moderna	3 542
Callao	6 645
Lima Sur	13 888
TOTAL	65 082

Adaptado de la charla virtual (2020)

Alegría y Pastor (2020) también indicaron que los productos que suelen ofrecer dentro de este negocio comprenden: embutidos y queso, café e infusiones, bebidas no alcohólicas (como agua, energizantes o gaseosas), carnes y huevos, lácteos, abarros de primera necesidad (como arroz, azúcar y menestras), productos de aseo personal, productos de limpieza, entre otros. Por otro lado, según un estudio realizado por la Asociación de Bodegueros del Perú (ABP), el cual fue publicado en una nota de prensa del Diario Gestión, los ingresos promedios producidos por la venta de estos productos en Lima Metropolitana oscilaban alrededor de los 7074 soles para el año 2016; aunque esto depende de las zonas, pues en Lima Sur este promedio se reducía a 3277 soles mientras que en Lima Centro ascendía a 8046 soles aproximadamente.

Por otro lado, la Ley n° 30877, Ley General de Bodegueros, señala que se entiende por bodeguero a toda persona natural o jurídica encargada de una bodega. Además, la ley busca reconocer “el valor social de la actividad del bodeguero, a través del expendio o venta de productos de primera necesidad, como micro o pequeñas empresas generadoras de empleo directo e indirecto, constituyéndose en una unidad económica básica y esencial para el desarrollo de las comunidades” (Diario El Peruano, 2020a). De acuerdo con los ponentes antes mencionados, el perfil del bodeguero limeño comprende los siguientes aspectos:

- Un 77% de los bodegueros son mujeres
- La edad promedio de los bodegueros es 33 años, conformados en su mayoría por personas entre 19 y 35 años
- Los bodegueros atienden mayormente a mujeres que a hombres en las compras diarias (45% versus 35% respectivamente)
- Los bodegueros destacan por sus habilidades de emprendedurismo, carácter, actitud, liderazgo y búsqueda de oportunidades
- Las ventas de los bodegueros son en mayor medida por reposición y por compras por impulso
- El nivel socioeconómico predominante en los bodegueros es el C
- El 74% de los bodegueros son dueños de sus propios negocios

3.3. El análisis PEST de las bodegas

Para identificar con mayor claridad los determinantes que influyen externamente en las MyPEs bodegueras, se realizará un análisis PEST. Los factores contextuales son cuatro: políticos, económicos, sociales y tecnológicos (Aguilar, 1967). Este análisis abordará los factores que influyen directamente en el crecimiento de las MyPEs bodegueras en la actualidad.

3.3.1. Los factores políticos

El actual entorno de crisis política y la inestabilidad sanitaria global originada por el Covid-19, ha afectado a diversas empresas como las MyPEs peruanas. A continuación, se señalan los factores más relevantes que atañen a las MyPEs bodegueras. El gobierno peruano, para poder abordar adecuadamente las diversas necesidades y la falta de desarrollo de las bodegas ante la presente crisis, ha intervenido mediante el Ministerio de la Producción (PRODUCE). Este organismo ha aprobado el Reglamento de la ley general de los bodegueros, mediante el Decreto Supremo N° 010-2020-PRODUCE. Esta resolución pretende “impulsar y apoyar la actividad de los bodegueros a través de instrumentos y la generación de espacios que promuevan su identificación, formalización, representatividad y desarrollo en el comercio interno” (Decreto Supremo 010, 2020, art.2). Entre estos espacios de integración digital se encuentra la plataforma “Tu Empresa”, la cual pretende ayudar al microempresario, por medio de diversos servicios, para su adecuado desarrollo. Además, el gobierno también plantea el servicio “Ubica a tu bodega”, el cual apunta a catalogar zonalmente a las bodegas y ayudarlas en su sostenibilidad.

Otro factor relevante para el funcionamiento de las bodegas es el propuesto en el artículo 19 del Decreto Supremo N° 010-2020-PRODUCE. Este artículo provee una licencia provisional de funcionamiento por un año para todas las bodegas que lo soliciten. Como se anuncia: “Los gobiernos locales (...) otorgan de manera automática, gratuita y por única vez, previa conformidad de la zonificación y compatibilidad de uso correspondiente, la licencia provisional de funcionamiento, siempre que sea requerida expresamente por los bodegueros” (Decreto supremo 010, 2020, art.19). Si bien se requieren ciertos requisitos básicos para poder obtener la licencia, esta medida abre la oportunidad de conseguir una licencia de funcionamiento definitiva y de forma gratuita, lo cual elimina notablemente los costos y trabas antes existentes para esta clase de negocios.

La COFIDE también se preocupa por el requerimiento de financiación presente en las bodegas, motivo por el cual aprobó el FAE-MYPE (Fondo de Apoyo Empresarial). Esta iniciativa se define como “un fondo estatal creado para garantizar créditos de capital de trabajo para las micro y pequeñas empresas (Mype) de todos los sectores productivos, con plazos de 3 años y un período de gracia de hasta 12 meses” (MEF, 2020). Esta medida busca fomentar la formalización de los pequeños negocios y el acceso a varios instrumentos financieros atractivos para estas empresas. Esta medida complementa otra iniciativa planteada por PRODUCE: la creación del Registro Nacional de Bodegueros (RNB). Esta disposición se enfoca en la bancarización de las bodegas, para que de esta forma se les pueda otorgar acceso al financiamiento requerido.

Del mismo modo, PRODUCE ha logrado concretar una alianza estratégica con Niubiz (antes VisaNet), una compañía enfocada en soluciones tecnológicas. Esta alianza busca fortalecer los servicios ofrecidos por “Tu Empresa”, enfocándose puntualmente en el crecimiento en ventas de las bodegas. Con ello “se les facilitará el pago mediante teléfonos celulares a través de cualquier billetera electrónica (QR de Niubiz VendeMás), lo que hará posible que incrementen sus ventas entre 20 y 30%” (“Pequeños y medianos comercios podrán recibir pagos inmediatos”, 2020). Estas medidas están orientadas a impulsar el incremento en las ventas de las bodegas y negocios similares. Para acceder a estos beneficios, los únicos requisitos expuestos en la plataforma “Tu Empresa” son brindar un número de cuenta bancaria, el RUC y el DNI del solicitante.

3.3.2. Los factores económicos

Otro sector que se ha visto afectado en gran medida es el económico, debido en gran parte a las medidas de aislamiento social dictadas por el gobierno, a la alta tasa de comercios y negocios informales existentes, y a la escasa preparación de las empresas para digitalizar sus negocios. De manera puntual, las MyPEs bodegueras se han visto afectadas notablemente por las medidas adoptadas por el gobierno y por el tipo de negocio que comprenden. Seguidamente se mencionarán varios factores económicos que atañen a las MyPEs bodegueras.

Según un comunicado de prensa emitido por el Instituto Peruano de Economía (IPE, 2020), el panorama económico que prevé el Banco Mundial, con respecto al Perú es negativo y de lenta recuperación. Como se anuncia en la nota de prensa del IPE (2020), el BM “ve al Perú con una caída del 12% en este año”, mientras que el INEI “reveló que el PBI del país cayó 40.9% en abril” ($\pi.1$). Este contexto detalla la difícil situación actual del país y la disminución progresiva del valor de los bienes y servicios, tanto ofertados como demandados, lo cual influye directamente en el nivel de venta de los negocios. Para poder contrarrestar estos indicadores y el panorama actual, el gobierno peruano ha emitido el “Programa de Garantías del Gobierno Nacional o Reactiva Perú”. Esta iniciativa fue creada mediante el Decreto Legislativo 1455, la cual, según el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF, 2020a) “es un programa sin precedentes en nuestro país, que tiene como objetivo dar una respuesta rápida y efectiva a las necesidades de liquidez que enfrentan las empresas ante el impacto del COVID-19” ($\pi.1$). Este programa busca asegurar la continuidad en la cadena de pagos, tanto de las MyPEs como de todas las empresas que se acojan a este beneficio, lo cual las ayuda a poder cumplir las obligaciones financieras con sus colaboradores y proveedores.

Otra de las iniciativas planteadas por el Estado fueron los subsidios económicos, los cuales tienen como finalidad apoyar a las personas y empresas más afectadas durante el

aislamiento social. Entre los subsidios que afectan a las MyPEs bodegueras se encuentran el “Bono independiente”, que consiste en un apoyo económico de 760 soles para trabajadores independientes, y el “Bono Familiar Universal”, el cual actúa como un bono complementario para las familias que no recibieron los demás subsidios (Plataforma digital única del Estado Peruano 2020). Este tipo de apoyo económico facilita el sostenimiento de los pequeños emprendedores y de las familias que subsisten con negocios enfocados en ganancias diarias como las bodegas. Asimismo, este tipo de subvención contribuye a que los beneficiarios realicen compras de productos básicos, los cuales son provistos en tiendas de conveniencias y bodegas. Como anuncia el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2020) “La actividad comercio fue una de las actividades económicas más afectadas por las medidas gubernamentales de aislamiento social obligatorio; sin embargo, se exceptúan a los establecimientos comerciales de primera necesidad y farmacias” (p.17).

3.3.3. Los factores sociales

La cotidianidad y el estilo de vida de la población se ha visto afectada drásticamente por la aparición del Covid-19. Entre los cambios más relevantes están el cierre de lugares con una alta aglomeración de personas, el cese temporal de espacios públicos nocturnos y el aislamiento obligatorio por parte de la población. Estas medidas han terminado afectando también la forma de consumo y los medios de compra por parte del consumidor.

En primer lugar, un factor social que ha incidido en la elección de compra es la necesidad del abastecimiento masivo y el traslado periódico de las personas. Previo al aislamiento, los consumidores optaban por realizar compras de manera más frecuente y en menores cantidades, y para esta necesidad las bodegas eran las elecciones predilectas. Sin embargo, según un artículo publicado por Mercado Negro, las bodegas han disminuido su volumen de venta debido a la elección de los usuarios por los supermercados: “la población en general opta por dichos establecimientos ya que les permiten realizar la compra masiva de productos de primera necesidad” (Vásquez, 2020, π .2). Esto se debe a que existe una mayor variedad de productos disponibles en los establecimientos comerciales más grandes a comparación de las bodegas. Asimismo, el presidente de la Asociación de Bodegueros señala que los proveedores les imponen cuotas de compra y ciertos límites para adquirir los productos demandados, con lo cual limitan de esta forma las ventas y el acceso a los productos requeridos por estos negocios (Vásquez, 2020, π .4).

En segundo lugar, la informalidad es un factor crítico que no ha podido ser abordado adecuadamente por parte del gobierno. Según lo expuesto por Ruggiero, en una nota de prensa del diario Gestión, la informalidad aún conforma un aproximado del 70% de los negocios

existentes, y por este motivo las medidas implementadas por el Estado no terminan siendo del todo efectivo (2020). Como se anuncia en un artículo: “si bien en las últimas semanas el gobierno ha dictado ciertas medidas para apoyar al sector informal, la gran mayoría de las disposiciones aprobadas e implementadas por el gobierno – como resulta razonable- han apuntado a favorecer a las empresas y a los trabajadores formales” (Ruggiero, 2020, π.7). Las bodegas no terminan percibiendo de manera real estos beneficios, los cuales llegan a favorecer a largo plazo a los negocios mejor posicionados en este sistema.

3.3.4. Los factores tecnológicos

Debido al contexto de crisis actual, el cual termina limitando las actividades presenciales y genera desconfianza en el intercambio de bienes físicos como los billetes y monedas, se crean diversas oportunidades para los canales digitales. La forma en que las MyPEs y las bodegas realizan sus operaciones no termina siendo ajena a este cambio; al contrario, se abren nuevos espacios de interacción y de agilización de sus procesos.

Como iniciativas del sector privado, se han creado aplicativos y plataformas digitales que propulsan las ventas y la forma de realizar los pagos de las bodegas. En este sentido, se ha insertado en el mercado peruano la aplicación Wabi, la cual “permite hacer las compras en la bodega del barrio a través del teléfono, y recibir el pedido a domicilio sin costos adicionales ni intermediarios” (“YoMeCuidoConWabi: bodegas peruanas ya entregan sus productos a domicilio de manera segura”, 2020, π.1). Esta aplicación permite una vinculación directa entre el bodeguero y el consumidor, a la vez que facilita el pago de los servicios al emplear tarjetas y disminuir el riesgo de exposición de los beneficiarios. Otra plataforma que resulta provechosa para las bodegas es “Culqi Express”, es desarrollada por Culqi con enfoque central en las bodegas y farmacias. Como lo anuncia José Muck, CEO de Culqi: “nos preocupamos por las pymes que se están viendo afectadas por esta coyuntura y es por eso que buscamos brindarles una solución fácil y rápida como Culqi Express, sin comisiones durante la cuarentena” (“Culqi lanza app de pagos digitales a favor de las pymes para ser usada durante la cuarentena”, 2020, π.5).

Otro factor a destacar es la adaptación de la tecnología Push Payments y el uso de los códigos QR en las bodegas. Esteban Romero, gerente de Innovación en VendeMás, mediante un artículo publicado en Andina, resalta la relevancia de la implementación de esta tecnología en el país por su apertura a los pagos electrónicos (“Pequeños y medianos comercios podrán recibir pagos inmediatos”, 2020). Romero explica que añadir la opción de cobro mediante los códigos QR traería un incremento en las ventas de un 20% para los comercios que manejan mayormente efectivo, tales como las bodegas, peluquerías y/o trabajadores independientes (electrónicos (“Pequeños y medianos comercios podrán recibir pagos inmediatos”, 2020). Además, estas

nuevas medida buscan una mayor inclusión financiera de estos pequeños negocios debido a la transferencia inmediata de dinero entre las cuentas de los usuarios. Asimismo, estos mecanismos también facilitarían la vida de los bodegueros y sus clientes, al volver más sencillas sus operaciones diarias.



CONCLUSIONES

La presente investigación planteó como objetivo general el desarrollo de un marco analítico que permita vincular los conceptos de las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias con la inclusión financiera de las MyPEs bodegueras, y enlazar el uso de estas plataformas con el crecimiento de estos negocios. Existe una carencia notable de estudios empíricos que se ocupen de ese tema en general, y en el contexto peruano en particular. Sin embargo, la revisión de la literatura teórica y empírica permitió construir un marco analítico con dos partes: una enfocada en la relación entre la inclusión financiera y las variables requeridas para la adopción y uso de los pagos móviles digitales; y la otra centrada en el uso de los aplicativos bancarios de pago y las variables de crecimiento de las bodegas y los bodegueros.

Con respecto al primer objetivo teórico, el cual se centraba en examinar los enfoques de la inclusión financiera y la vinculación con la cartera de aplicaciones de la banca móvil, se identificaron diversos estudios empíricos que constatan que plataformas digitales como las aplicaciones bancarias funcionan como un medio de promoción para la integración al sistema financiero de las MyPEs. Estos estudios utilizan el modelo TAM y modelos derivados para analizar si la adopción de estas plataformas potencia el uso de otros servicios financieros, facilita la realización de las operaciones y permite el acceso de un mayor número de usuarios desatendidos por el sistema financiero. Como menciona Kishore y Sequeira (2016), entre otros autores, la banca móvil y las herramientas digitales bancarias funcionan como mecanismos para la integración de los actores excluidos del sistema financiero, y son sistemas innovadores y efectivos que impulsan su desarrollo.

El segundo objetivo teórico pretendía analizar las variables de crecimiento de las MyPEs y su relación con el uso de las aplicaciones bancarias de pago. Al respecto, se examinaron cinco estudios empíricos relevantes. Estos estudios permitieron identificar diversos beneficios y oportunidades para las MyPEs mediante la adopción de plataformas digitales, tales como el incremento en el número de ventas y la rentabilidad del negocio, la reducción de los costos de transacción, la mejora en la cadena productiva del negocio y una adecuada relación con el proveedor. Además, en cuanto a los dueños de los negocios, se reportaron mejoras en el trato al cliente y una gestión más eficiente con respecto a sus finanzas personales. Al respecto, conviene recordar que para Rofiat (2017) y Ferrata (2019), la innovación financiera potencia el desarrollo de las MyPEs, aunque es necesario reducir las barreras y el desconocimiento financiero de estos negocios para lograr una mayor adopción de estas aplicaciones y acceso a sus beneficios.

El último objetivo teórico buscó plantear una relación que vincule el uso de aplicaciones bancarias de pago con el nivel de inclusión financiera y el crecimiento de las MyPEs. En esa línea,

se construyó un modelo analítico que refleja esas relaciones. La base de este modelo incluye los elementos del modelo TAM, el cual mide las percepciones de los usuarios que influyen en la adopción y el uso de las aplicaciones de pago. Las variables de este modelo permiten analizar el proceso previo y las características requeridas para que los usuarios y negocios adopten y usen estas herramientas financieras digitales. Adicionalmente, el modelo incorpora los efectos originados por el uso de estas aplicaciones en la inclusión financiera (en las dimensiones de acceso, uso, calidad y bienestar) y el crecimiento empresarial de estos negocios (incremento en ventas, reducción de costos operativos, incremento en la rentabilidad y mejora en la atención al cliente).

Por otro lado, la investigación planteó varios objetivos contextuales. El primero de estos buscaba explicar el panorama de la banca móvil y su vinculación con la inclusión financiera en el contexto peruano. La revisión de los factores que influyen en la oferta y demanda denota un alto grado de dificultad para el acceso a servicios financieros, el cual puede ser contrarrestado por medio de la adopción de plataformas digitales como la banca móvil. Por el lado de la oferta, existen iniciativas tanto estatales como privadas para potenciar los servicios ofrecidos a las MyPEs, aunque la oferta informal sigue presente debido a la ineficacia de los servicios formales. También se observa una creciente demanda por los servicios financieros digitales, un aumento progresivo de las transacciones monetarias y un incremento sustancial del uso de la banca móvil en los tres años. En esa línea, la banca móvil puede ser el mecanismo ideal para la inclusión financiera, si se llegan a reducir las barreras existentes.

El segundo objetivo contextual pretendía describir el mercado peruano de las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias, y señalar los beneficios que brindan a las MyPEs bodegueras. Al respecto, se mostró que existen iniciativas tradicionales y privadas para abarcar este sector, que hay un aumento de los usuarios jóvenes que demandan servicios financieros y que ha ocurrido un cambio notable en el uso de plataformas digitales por parte del consumidor peruano. Asimismo, se compararon tres aplicativos bancarios de pagos y transferencias predominantes en el mercado peruano: Yape, Tunki y Lukita. Estas apps pertenecen a los principales *holdings* bancarios del país, lo cual incide en la percepción de seguridad y confianza de las entidades privadas reguladas que las sostienen. Otro factor que determina el empleo de estas apps son los beneficios operativos que integran para el desarrollo de negocios tales como las bodegas. En ese sentido, existe un panorama propicio para el desarrollo de plataformas financieras digitales, pues estas herramientas promueven el crecimiento de estos negocios.

Por lo que respecta al tercer y último objetivo contextual, el cual buscaba describir los factores que influyen en el crecimiento de las MyPEs bodegueras en Lima Metropolitana, se

constató la relevancia que posee el sector minorista en la economía peruana y se proporcionó información sobre el perfil organizacional de las bodegas. Al ser negocios que requieren de atención personalizada presencial y una venta de productos de primera necesidad, estas organizaciones se han visto afectadas por distintos factores contextuales. El análisis PEST de estos negocios reveló que existen iniciativas privadas y públicas que apoyan el desarrollo de estos negocios y logran un entorno favorable para su reinserción económica. Sin embargo, las medidas de aislamiento social generadas por la pandemia han afectado la eficacia de estas iniciativas; además, la forma en que están establecidos estos negocios limitan su adaptación. Por otro lado, la adaptación de los métodos de pago digitales, por parte de estos negocios, puede llegar a ser una alternativa viable para contrarrestar esta crisis, responder a las nuevas modalidades de consumo actual e incrementar las ventas.

Ruta para futuras investigaciones

El presente trabajo de investigación plantea un marco analítico que puede servir de base para futuros estudios sistemáticos en el sector. A continuación, se sugieren pautas a tener en cuenta en esas investigaciones. Dada la naturaleza compleja del fenómeno investigado, se propone un enfoque mixto, el cual combina mediciones numéricas con abordajes sobre las perspectivas de los participantes (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2014), en este caso de los representantes de las bodegas a estudiar. Con respecto al alcance, se plantea un alcance causal entre las variables de estudio, a fin de determinar los efectos de la adopción y uso de aplicaciones bancarias de pagos en el crecimiento empresarial y la inclusión financiera de las bodegas.

Con relación a la selección de las unidades de observación, se sugiere incluir un número amplio de bodegas en Lima Metropolitana. Las técnicas de recolección de información planteadas incluyen encuestas y entrevistas a profundidad a estos actores, así como entrevistas complementarias a directivos de la ABP y expertos en plataformas digitales y crecimiento de las MyPEs. En la matriz de consistencia propuesta en el anexo K se sugieren distintos objetivos de investigación, así como un conjunto de variables empíricas a tener en cuenta.

REFERENCIAS

- 30877, Ley General de Bodegueros (14 de mayo de 2020). Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-la-ley-n-30877-decreto-supremo-n-010-2020-produce-1866352-3>
- 29985, Ley que regula las características básicas del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera. Recuperado de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/ley-que-regula-las-caracteristicas-basicas-del-dinero-electr-ley-n-29985-890156-1/>
- Aguilar, F. J. (1967). *Scanning the business environment*. Nueva York, Estados Unidos: Macmillan.
- Albornoz, M., Vargas, D., Zárate, F., Zarazaga, T. (2017). *Plan de Negocio de una Plataforma Móvil para Transferencias Monetarias*. (Tesis de Maestría). Universidad Esan, Lima
- Alegría, G., Pastor, J.C., (mayo, 2020). *Cómo reactivar mi bodega en tiempo de Coronavirus*. Trabajo presentado en Centrum Pucp, Lima, Perú.
- Alianza para la Inclusión Financiera (2010). La medición de la inclusión financiera para entes reguladores: Diseño e implementación de encuestas [consultado 10 Nov 2015]. Recuperado de [http://www.afi-global.org/sites/default/files/pdfimages/afi%20policy%20paper-SP%20\(2\).pdf](http://www.afi-global.org/sites/default/files/pdfimages/afi%20policy%20paper-SP%20(2).pdf)
- Alvarez, H. (27 enero de 2020). Conoce las tendencias que definirán el éxito del sector retail. Recuperado de <https://www.mercadonegro.pe/retail/conoce-las-tendencias-que-definiran-el-exito-del-sector-retail/>
- Asociación de Bancos del Perú (2013). Estudio: Costo del crédito bancario vs. crédito informal. Recuperado de https://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/ESTUDIO%20CREDITO%20FORMAL%20VS%20%20INFORMAL_20131022090301349.pdf
- Asociación de Bancos del Perú (2019). Estudio: Preferencias por canales virtuales sigue creciendo entre usuarios bancarios. Recuperado de <https://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/ASBANC-SEMANAL-311.pdf>
- Asociación de Bancos del Perú (2018). Inclusión Financiera en el Perú y en Países de la Región. Recuperado de <https://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/Asbanc%20Semanal%20276.pdf>
- Aurazo, J., & Vega, M. (2017). ¿Por qué no tienes una cuenta? Identificando barreras a la inclusión financiera en el Perú. *Moneda*, IV (170), 21-25. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-170/moneda-170-04.pdf>
- Balabanoff, G. A. (2014). Mobile Banking Applications: Consumer Behaviour, Acceptance and Adoption Strategies in Johannesburg, South Africa (RSA). *Mediterranean Journal of Social Sciences*, V (27), 247-258. doi:10.5901/mjss.2014.v5n27p247
- Banco Central de Reserva del Perú (2019) Series Anuales. Recuperado de <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/anuales>

- Banco de Crédito del Perú (2020). Yape. Vía BCP. Recuperado de <https://www.viabcp.com/canales/yape>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). Integración e inclusión financiera: Movilizando recursos para el desarrollo social y económico. II Cumbre Empresarial de las Americas. Recuperado de <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15450/integracion-en-inclusion-financiera-movilizando-recursos-para-el-desarrollo>
- Belapatiño V., Crispin, Y., Grippa, F. (2018). Situación Retail Moderno 2018. BBVA Research
- Bhuvana, M., & Vasantha, S. (noviembre, 2016). Dimensions for Measuring Financial Inclusion in the Rural Areas of Tamil Nadu. *Indian Journal of Science and Technology*, IX (32), 1-8. doi:10.17485/ijst/2016/v9i32/98663
- Bouwman, H., Nikou, S., Molina-Castillo, F. J., & de Reuver, M. (marzo, 2018). The impact of digitalization on business models. *Digital Policy, Regulation and Governance* 20(2). doi:10.1108/DPRG-07-2017-0039
- Calderón, M. M., et al. (2019). *Factores que limitan la adopción de medios de pago electrónicos: caso bodegas tradicionales* (Tesis de Maestría). Universidad Privada ESAN, Lima.
- Canese, S., 2017. Los Pagos Móviles. [online] Jezuazarru.com. Recuperado de <http://jeuazarru.com/wp-content/uploads/2017/11/Pagos-moviles.pdf>
- Cataldo, A. (2012). Limitaciones y oportunidades del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM). Una revisión de la literatura. *Dpto. de Ingeniería Informática y Cs. de la Computación*. doi 10.13140/2.1.4971.2644
- Consultative Group to Assist the Poor, CGAP. (2012). Interoperability and the pathways towards inclusive retail payments in Pakistan, 2012.
- Chávez Muñoz, J. R., Miranda Casas, E. A., Quispe Loyola, N. J., & Robles Cossio, S.E (2019). *Factores que influyen en la intención de uso de tecnología de medios de pago móvil en negocios minoristas en Lima Metropolitana* (Tesis de Maestría). Universidad Privada ESAN, Lima.
- Comisión Multisectorial para la Inclusión Financiera (2015). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera Perú.
- Córdova, M. (23 de enero de 2019). #Los19del2019: Yape, la evolución del sector financiero. Recuperado de <https://www.mercadonegro.pe/marketing/los19del2019-yape-la-evolucion-del-sector-financiero/>
- Culqi lanza app de pagos digitales a favor de las pymes para ser usada durante la cuarentena. (2020). *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/culqi-lanza-app-de-pagos-digitales-a-favor-de-las-pymes-para-ser-usada-durante-la-cuarentena-noticia/>
- Davis, F.D. (1986). A Technology Acceptance Model for Empirically Testing New Enduser information Systems: Theory and Results. Doctoral Dissertation, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA. Recuperado de <https://dspace.mit.edu/handle/1721.1/15192>

- Demigürc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., Hess, J. (2017) La base de datos Global Findex 2017: Medición de la inclusión financiera y la revolución de la tecnología financiera Paper 8040 Recuperado de <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/211259ovSP.pdf>
- Deloitte (julio, 2020). Retail Trends 2020. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/consumer-business/articles/retail-trends.html>
- Diario Andina. (1 de abril de 2020). Facilitarán a bodegueros medios de pagos digitales para aumentar sus ventas. Recuperado de <https://andina.pe/agencia/noticia-facilitaran-a-bodegueros-medios-pagos-digitales-para-aumentar-sus-ventas-791144.aspx>
- Diario Andina. (28 de agosto de 2020). Pequeños y medianos comercios podrán recibir pagos inmediatos. Recuperado de <https://www.andina.pe/agencia/noticia-pequenos-y-medianos-comercios-podran-recibir-pagos-inmediatos-764923.aspx>
- D.S. No 013-2013-Produce Texto Único Ordenado de la Ley de impulso al Desarrollo Productivo y al crecimiento empresarial. Diario Oficial El Peruano (2013). <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/aprueban-texto-unico-ordenado-de-la-ley-de-impulso-al-desarr-decreto-supremo-n-013-2013-produce-1033071-5/>
- D. S. No 328-2019-Produce Reglamento de la Ley N° 30877, Ley General de Bodegueros. Diario Oficial El Peruano (2019). https://www.produce.gob.pe/produce/descarga/dispositivos-legales/106665_1.pdf
- Fernandez de Lis, S., Llanes, M. C., Lopez-Moctezuma, C., & Tuesta, D. (2014). Inclusión financiera y el papel de la banca móvil en Colombia. Desarrollos y potencialidades (No. 1401). BBVA Bank, Economic Research Department.
- Ferrata, L. (2019). Digital financial inclusion—an engine for “leaving no one behind”. *Public Sector Economics*, 43(4), 445-458.
- Frempong, G. (marzo, 2009). Mobile telephone opportunities: The case of micro- and small enterprises in Ghana. *Info*, 11(2), 79-94. doi:10.1108/14636690910941902
- Gbongli, K., Xu, Y., & Amedjonekou, K. M. (julio, 2019). Extended Technology Acceptance Model to Predict Mobile-Based Money Acceptance and Sustainability: A Multi-Analytical Structural Equation Modeling. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute*, 1-33. doi:10.3390/su11133639
- Global Partnership for Financial Inclusion (2016). Global Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion: The Evolving Landscape. Recuperado de <https://www.gpfi.org/publications/global-standard-setting-bodies-and-financial-inclusion-evolving-landscape>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2014). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Mexico: Editorial Mc Graw Hill Education.
- Ibáñez Arenas, D. (2018). *Factores que influyen en la aceptación de los pagos móviles en la economía; y un nuevo modelo a probar* (Tesis doctoral). Universidad de Lleida, España.

- Instituto Nacional de Estadística de Lima (2017). Características Económicas y Financieras de las Empresas Comerciales, 2015. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1464/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística de Lima (2020b). Producto Bruto Interno Trimestral (N° 2) Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informe_tecnico_pbi_i_trim2020.pdf
- Instituto Nacional de Estadística de Lima (31 de marzo del 2020a). Sector Comercio aumentó 2.72% en enero del presente año. Recuperado de <http://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/sector-comercio-aumento-272-en-enero-del-presente-ano-12176/>
- Instituto Peruano de Economía (15 de junio del 2020). Economía cayó 40% en abril debido a la pandemia. Recuperado de <https://www.ipe.org.pe/portal/economia-cayo-40-en-abril-debido-a-la-pandemia/>
- Ipsos Perú (2018). *Bancarización del peruano 2018*. Recuperado de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2018-08/bancarizacion_del_peruano_0.pdf
- Ipsos Perú (2019). *Bancarización del peruano 2019*. Recuperado de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-11/bancarizacion_del_peruano.pdf
- Ipsos Perú (2020). *Bancarización del peruano 2020*. Recuperado de https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-06/bancarizacion_del_peruano_2020.pdf
- Kishore, S. V., Sequeira, A. H., (marzo, 2016). An Empirical Investigation on Mobile Banking Service Adoption in Rural Karnataka, *Sage Open January-March 2016: 1–21* doi: 10.1177/2158244016633731.
- León, J. (2017). Inclusión financiera de las micro, pequeñas y medianas empresas en el Perú: experiencia de la banca de desarrollo. Recuperado de <https://repositorio.cepal.org/handle/11362/43157>
- Llaxacondor Gonzales, A. J. (2018) Consideraciones en la adopción de una billetera móvil para la inclusión financiera: el caso de BIM en el distrito de San Juan de Lurigancho entre los años 2016 y 2017. (Tesis de Licenciatura), Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/11957>
- López-Sánchez, J. I., Rodríguez-Duarte, A., & Sandulli, F. D. (2010). Modelos de Adopción y difusión tecnológica. En López-Sánchez, J, Rodríguez-Duarte, A., Sandulli, F. *Adopción y uso de las TIC: hacia un modelo para las PYMES españolas*. (pp. 29-44) Madrid, España: Fundación Cotec para la Innovación Tecnológica.
- Maldonado, L. (2015). Los medios de pago, un paisaje en movimiento. Madrid: Centro del Sector Financiero de PwC e IE Business School. Recuperado de <https://www.pwc.es/es/publicaciones/financiero-seguros/assets/medios-pago-paisaje-movimiento.pdf>.

- Mallat, N., & Tuunainen, V. K. (2008). Exploring merchant adoption of mobile payment systems: An empirical study. *E-service Journal*, 6(2), 24-57.
- Ministerio de Economía y Finanzas (2015). Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/contenidos/archivos-descarga/ENIF.pdf>
- MEF aún no emite plan de inclusión financiera pese a urgencia de bancarizar a más vulnerables. (2020). *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/mef-aun-no-emite-plan-para-la-inclusion-financiera-pese-a-urgencia-de-bancarizar-a-los-mas-vulnerables-noticia/?ref=gesr>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2020). FAE-Mype, Recuperado de <https://www.mef.gob.pe/es/que-es-el-fae-mype>
- Ministerio de Economía y Finanzas (2020a). Reactiva Perú, Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/mef/campa%C3%B1as/1159-reactiva-peru>
- Ministerio de la Producción (2017). Estudio de la Situación Actual de las Empresas Peruanas: Los determinantes de su productividad y orientación exportadora. Recuperado de http://demi.produce.gob.pe/images/publicaciones/publi81171136fe74561a7_79.pdf
- Ministerio de la Producción (2019). Ventas del sector retail crecieron más de 6.7% en julio. Recuperado de <https://www.gob.pe/institucion/produce/noticias/51092-produce-ventas-del-sector-retail-crecieron-mas-de-6-7-en-julio>
- Ministerio de la Producción (2020). Coronavirus: apoyos económicos del Estado por el aislamiento social obligatorio. Recuperado de <https://www.gob.pe/8895-coronavirus-apoyos-economicos-del-estado-por-el-aislamiento-social-obligatorio>
- Minsait (2019) Tendencias en medios de pago. Recuperado de <https://mediosdepago.minsait.com/es>
- Morisaki, A. (2019). Las microfinanzas: Instrumento de crecimiento para las Mypes. Recuperado de <https://asbanc.com.pe/Publicaciones/ASBANC-SEMANTAL-319-Microfinanzas.pdf>
- Núñez z, M. A., & Sifuentes, D. R. (2019). *Las Fintech como herramienta para la promoción de la Inclusión Financiera en el Perú* (Tesis de Maestría). Universidad Privada ESAN, Perú. Recuperado de <https://repositorio.esan.edu.pe//handle/20.500.12640/1720>
- Owoseni, A., & Twinomurinzi, H. (septiembre, 2019). The dynamic capabilities of small and medium-scale enterprises using mobile apps in Lagos, Nigeria. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 85(1), e12061.
- Peñaranda, C. (2018). Sector comercio sigue en constante expansión. Recuperado de <https://www.cameralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion842/edicion%20842.pdf>
- Peñaranda, C. (2019). Mypes con poco acceso al financiamiento. Recuperado de <https://www.cameralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/iedep-revista/la%20camara-23-04-19.pdf>
- Perea, J., & Vega, M. (2018). Digitalización de pagos dentro de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. *Moneda*, III(175), 17-22. Recuperado de

<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-175/moneda-175-03.pdf>

- Pérez-Caldentey , E., & Titelman, D. (2018). La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo. Santiago de Chile: Esteban Pérez Caldentey Daniel Titelman. Santiago de Chile: Esteban Pérez Caldentey Daniel Titelman.
- Perú: Bodegas empoderan sus modelos de negocio ante avance del Covid-19. (2020). *Perú Retail*. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/peru-bodegas-empoderan-sus-modelos-de-negocio-ante-avance-del-covid-19>
- Pichihua Ccorahua, R. M. (2018). *Factores que influyen en el uso del servicio de la banca móvil en los clientes del BBVA-2018* (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada ESAN, Perú. Recuperado de <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1356>
- Pingo, D. A., & Vidal, V. A. (2019). *Factores de crecimiento de las cafeterías de especialidad en Lima. Estudio de casos múltiple: The Coffee Road, Árabe Espresso Bar, Tostaduría Bisetti y True Caffè* (Tesis de Licenciatura). Pontificia Universidad Católica del Perú PUCP, Perú. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/15799>
- Revista de Investigación Economía y Sociedad (2018). Obstáculos y desafíos para el acceso de las mypes a servicios financieros. (93). Recuperado de http://www.cies.org.pe/sites/default/files/files/articulos/economiaysociedad/mesa_de_investigacion_inclusion_financiera.pdf
- Roa, M. J. (2013). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. *Boletín del CEMLA*, 59(3), 121-148.
- Rofiat, A. (agosto, 2017). The effect of cashless banking on the financial performance of small and medium scale enterprises. *International Journal of Advanced Research in Public Policy, Social Development and Enterprise Studies*, 2(2), 133-142.
- Rugiero, Martín (3 de marzo del 2020). *Diario Gestión: La informalidad en el Perú y el Covid-19*. Recuperado de <https://gestion.pe/opinion/la-informalidad-en-el-peru-y-el-covid-19-noticia/>
- Santana, F. B., Velázquez, J. A. D., & Martel, M. C. V. (2006). Factores del crecimiento empresarial. Especial referencia a las pequeñas y medianas empresas. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 1(1), 43-56.
- Sotomayor, N. & Talledo, J. & Wong, S. (2018). Determinantes de la Inclusión Financiera en el Perú. Evidencia Reciente. Documento de Trabajo. Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS).
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (diciembre de 2019). Reporte de Indicadores de Inclusión Financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones. Recuperado de: <https://intranet2.sbs.gob.pe/estadistica/financiera/2019/Diciembre/CIIF-0001-di2019.PDF>
- Tounekti, O., Ruiz-Martinez, A., & Skarmeta Gomez, A. F. (2020). Users supporting multiple (mobile) electronic payment systems in online purchases: An empirical study of their

payment transaction preferences. *IEEE Access*, 8, 735-766.
doi:10.1109/ACCESS.2019.2961785

- Varela, L. A. Y. (10 de junio del 2004). Modelo de aceptación tecnológica (TAM) para determinar los efectos de las dimensiones de cultura nacional en la aceptación de las TIC. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 14(1), 131-171. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/654/65414107.pdf>
- Vásquez, Abigail (marzo de 2020). Mercado Negro. Coronavirus en Perú: Ventas en bodegas caen en más del 50%, Recuperado de <https://www.mercadonegro.pe/actualidad/coronavirus-en-peru-ventas-en-bodegas-caen-en-mas-del-50/>
- Verkijika, S. F. (2020). An affective response model for understanding the acceptance of mobile payment systems. *Electronic Commerce Research and Applications*, 39.
doi.org/10.1016/j.elerap.2019.100905.
- Wangithi, J. (2018). Effect of Mobile Banking adoption on the performance of small and medium enterprises in Nairobi county. *International Journal of Economics, Business and Management Research* 2(4), 445-486.
- Washington, DC: CGAP, Bankable Frontier Associates
- Wessels, L., & Drennan, J. (2010). An investigation of consumer acceptance of M-banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(7), 547-568.
- Worldpay Inc. (noviembre, 2018). Informe de Pagos Globales.
<https://worldpay.globalpaymentsreport.com/#/es/home>
- YoMeCuidoConWabi: bodegas peruanas ya entregan sus productos a domicilio de manera segura. (2020). *Coca Cola Journey*. Recuperado de <https://www.cocacoladeperu.com.pe/historias/innovacion-yomecuidoconwabi-bodegas-peruanas-ya-entregan-sus-productos-a-domicilio-de-manera-segura>

ANEXO A: Lista de expertos entrevistados

Tabla A1: Lista de expertos entrevistados

Institución	Cargo	Nombre	Fecha	Hora
Instituto de Desarrollo Humano de América Latina (IDHAL)	Investigador especializado en economía	Nicolás Barrantes	25/03/2020	4 p.m.
Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS)	Supervisor de Cooperativa	Rebeca Calderón	05/04/2020	11 a.m.
Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)	Investigadora especializada en inclusión financiera	Janina León	24/04/2020	12 p.m.
Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)	Docente especializada en economía	Néride Sotomarin	08/05/2020	9 a.m.
Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)	Docente especializada en economía	Agnes Franco	16/05/2020	12 p.m.
Banco de Crédito del Perú (BCP)	Subgerente de Banca Mayorista	Alfredo Ishikane	23/05/2020	10 a.m.
MiBanco	Especialista de inclusión financiera	Gianella Sanchez	26/06/2020	4 p.m.
Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP)	Docente especializado en finanzas	Juan Bertolotto	28/06/2020	12 p.m.
CENTRUM PUCP	Docente especializado en finanzas corporativas y Fintech	Germán Estrada	06/08/2020	11 a.m.

ANEXO B: Formato de consentimiento para las entrevistas

CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA USO DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN LAS ENTREVISTAS A PARTICIPANTES

Estimado/a participante,

Como comentamos al inicio de la entrevista efectuada, somos estudiantes de la especialidad de Gestión Empresarial y Gestión Pública de la Facultad de Gestión y Alta Dirección de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Nosotros estamos desarrollando un trabajo de investigación denominado “Efectos de la adopción y uso de aplicaciones bancarias de pagos y transferencias en el crecimiento empresarial y la inclusión financiera de las bodegas de Lima Metropolitana”, cuyo propósito es diseñar un marco analítico que permita analizar en qué medida los servicios brindados por las aplicaciones bancarias de pagos y transferencias generan oportunidades de inclusión financiera y crecimiento empresarial a las MyPES bodegueras. Esta investigación ha sido asesorada por el Dr. Mario Pasco Dalla Porta.

Usted fue contactado en calidad de ... de la La información proporcionada durante la entrevista será utilizada únicamente para la elaboración del mencionado trabajo de investigación, así como para la tesis derivada. Los reportes de investigación formarán parte del repositorio virtual abierto de la universidad.

Dado que ha sido contactado/a como experto/a, consideramos referir su nombre de manera expresa al citar la información que nos ha proporcionado. Sin embargo, si lo desea, su identidad puede ser tratada en forma confidencial usando un código de identificación o pseudónimo.

La grabación y notas de la entrevista serán almacenadas por los investigadores en sus computadoras personales, debidamente protegidas por contraseñas, por un periodo de cinco años luego de que los reportes de investigación hayan sido derivados al repositorio virtual, transcurrido el cual serán eliminadas. Solamente nosotros y nuestro asesor tendremos acceso a esa información.

En caso de tener alguna duda sobre la investigación, puede comunicarse a los siguientes correos electrónicos y teléfonos:

- danna.tolentino@pucp.edu.pe / 989469197
- arrunategui.r@pucp.edu.pe / 997650061

Finalmente, agradeceremos mucho que responda este correo indicando si está de acuerdo con los términos indicados.



Danna Tolentino



Renato Arrunátegui

ANEXO C: Definiciones de las cinco características esenciales del pago digital

Tabla C1: Definiciones de las cinco características esenciales del pago digital

Factores	Definiciones
Universales	Deben cumplir con las diversas normas y regulaciones establecidas en los diversos gobiernos. Además, deben ser ampliamente aceptados por los diversos comercios y países, usar tanto los establecimientos físicos como el internet, y poder acceder a ellos en cualquier momento y lugar.
Seguros	Los medios de pago no solamente deben ser seguros, sino que tienen que transmitir la sensación de seguridad. Es imprescindible que las transacciones, los medios empleados y los dispositivos que intervengan en este proceso sean seguros.
Sencillos	No tiene que existir mucha complejidad para realizar las operaciones esenciales, para lo cual se deben eliminar todos los pasos innecesarios.
Baratos	El nivel de comisiones que se cobren por realizar cualquier transacción puede llegar a fungir como un beneficio o una barrera para el consumidor.
Dan una rica experiencia al usuario	El contexto que ahora ofrecen los medios de pago ya no se limita a solo la realización de alguna transacción, sino que suelen ir acompañados con opciones que beneficien al usuario, ya sea por medio de ofertas, la financiación de sus compras, entre otras opciones variadas.

Adaptado de la PwC (2015)

ANEXO D: Resumen de las principales definiciones de pagos móviles

Tabla D1: Resumen de las principales definiciones de pagos móviles

Autor	Definiciones	Elementos clave
Chávez et al (2019)	Se considera un medio de pago móvil a todo aquel realizado haciendo uso de un dispositivo de este tipo (...) el cual se cumple al utilizar un aplicativo cotidiano que permite prescindir de otros objetos como tarjetas y efectivo.	Aplicativo Tarjeta Efectivo
Wang et al (2019)	Un servicio otorgado por un vendedor en la forma de una aplicación móvil que utiliza la tecnología del dispositivo móvil como comunicación inalámbrica (NFC), códigos QR, codificación "one time password" (OTP) o el escaneo de códigos de barra para realizar las transacciones financieras entre el cliente y el vendedor dentro de un mercado físico a través de una red inalámbrica.	NFC Código QR Código OTP
Llaxacondor (2018)	El pago móvil se refiere a los pagos que se hacen a través de tecnologías móviles y son transacciones financieras digitales que pueden estar o no ligadas a instituciones financieras.	Transacciones financieras digitales
Ibáñez (2018)	El concepto de PM se refiere a la facilidad de utilización de equipos de telefonía móvil para realizar transacciones de bienes y servicios.	Telefonía móvil
Canese (2017)	Los pagos móviles, también llamados dinero móvil o transferencias móviles, son métodos de pago o transferencia de dinero regulados que son realizados utilizando los dispositivos móviles.	Dinero móvil Transferencia móvil Cheque
Becker (2007)	El intercambio de valor financiero entre dos partes haciendo uso de un dispositivo móvil	Dispositivo móvil

ANEXO E: Elementos más relevantes del pago móvil

Tabla E1: Elementos más relevantes del pago móvil

Elementos	Definiciones	Autor
Dinero electrónico	<p>Es un valor monetario almacenado en un soporte electrónico, aceptado como medio de pago por entidades o personas distintas del emisor y tiene efecto cancelatorio, es emitido por un valor igual al de los fondos recibidos, convertible a dinero en efectivo. No constituye depósito ni genera intereses.</p> <p>Es un valor almacenado que cumple típicamente las siguientes características: (1) es convertible en dinero en efectivo, (2) es registrado electrónicamente en un equipo (p.e. un chip, una tarjeta prepago, un celular o un sistema de cómputo), (3) se emite a la recepción de fondos (tiene una cuenta custodia) y (4) es aceptado como medio de pago por otras partes distintas al emisor</p>	El Congreso (2013)
Billetera móvil	<p>Es un repositorio digital de dinero electrónico desarrollado e implementado en un equipo celular, en términos más simples, es una billetera de dinero electrónico a la que se accede principalmente desde un teléfono celular (...) y que permiten hacer una gran variedad de operaciones.</p> <p>Aplicaciones que permiten guardar dinero de manera digital con el cual se pueden hacer diversas transacciones. Dependiendo de la tecnología usada se necesitará o no un smartphone, al existir soluciones que trabajen en base a SMS</p>	Llaxacondor (2018) Chávez et al (2019)
Tarjetas de crédito y débito	<p>Las tarjetas de débito están respaldadas por las principales marcas de tarjetas y extraen fondos directamente de la cuenta bancaria del consumidor. [En cambio], las tarjetas de crédito están respaldadas por las principales marcas de tarjetas y permiten a los consumidores realizar compras a crédito.</p> <p>En contraste con las tarjetas de crédito, los pagos a través de las tarjetas débito se descuentan directamente desde la cuenta personal del consumidor en lugar de una cuenta intermediaria.</p>	Worldpay (2018) Ibáñez (2018)
Códigos QR	<p>Son imágenes bidimensionales que se utilizan para guardar información y están diseñadas para una lectura rápida por parte de los dispositivos.</p> <p>La tecnología de código QR (Quick Response code) (...) funciona escaneando un código con el celular a partir de cuya información se podrá realizar un pago. Para poder acceder a este sistema se debe contar con una billetera móvil, la cual consta de una aplicación asociada a una cuenta, tarjeta o dinero virtual</p>	PWC (2015) Chávez et al (2019)

ANEXO F: Resumen de definiciones de la banca móvil

Tabla F1: Resumen de definiciones de la banca móvil

Autor	Definiciones
Minsait (2019)	Las transferencias electrónicas, el pago de servicios, el pago con tarjetas y la consulta de saldos y movimientos en cuenta son los principales servicios disponibles a través de la banca por Internet
Pichihua (2018)	Los servicios que los clientes pueden acceder a través de sus teléfonos inteligentes, inicialmente las operaciones bancarias que se podían realizar a través del teléfono eran básicas como la consulta de saldos, actualmente se pueden realizar operaciones más complejas como el pago de diversos servicios, transferencias a cuentas de diferentes bancos.
Llaxacondor (2018)	Se refiere al uso de celulares para acceder a servicios financieros, sean estos servicios transaccionales (pagos por la compra de bienes y servicios o envíos de dinero P2P) o no transaccionales (ver el saldos y movimientos de un usuario)
CGAP (2012)	Entrega de servicios financieros fuera de las sucursales de los bancos usando agentes y TIC tales como teléfonos móviles para ejecutar los detalles de la transacción
ASBANC (2012)	Consiste en la realización de operaciones bancarias a través de los teléfonos celulares.
Wessels & Drennan (2010)	Una extensión de las plataformas de banca electrónicas adaptadas a dispositivos móviles como smartphone, tablet y otros habilitados por protocolo inalámbricos

ANEXO G: Variables del modelo TAM

Tabla G1: Variables del modelo TAM

Variables	Definiciones	Autor
Facilidad de uso percibida	<p>Es el grado de esfuerzo que un consumidor cree que es necesario para usar un sistema, incluyendo no sólo el esfuerzo físico, sino también, lo que es más importante en el contexto de este análisis, el esfuerzo mental y la facilidad de aprendizaje.</p> <p>Señala hasta qué grado una persona cree, que usando un sistema en particular, realizará menos esfuerzo para desempeñar sus tareas</p>	López et al (2010) Varela (2004)
Utilidad de uso percibida	<p>La utilidad percibida propone una visión moderna de la experiencia del consumo, en la que el consumidor no solo evalúa de manera cognitiva la presentación, sino que introduce evaluaciones simbólicas y afectivas que enriquecen sus percepciones.</p> <p>Es el grado en que un consumidor cree que con el uso de un sistema aumentará su rendimiento, particularmente la efectividad en el trabajo, entendida como el ahorro de tiempo, y la importancia relativa del sistema en cuestión para el trabajo personal.</p> <p>La Utilidad Percibida (PU) se refiere al grado en que una persona cree, que usando un sistema en particular, mejorará su desempeño en el trabajo.</p>	Pichihua (2018) López et al (2010) Varela (2004)
Actitud a través del uso	<p>Actitud hacia el uso, se refiere al sentimiento positivo o negativo con respecto a la realización de una conducta.</p> <p>La actitud puede ser positiva o negativa dependiendo de la percepción del comportamiento y el resultado de la relación. Las actitudes de los usuarios pueden afectar el comportamiento al usar el sistema en un cierto período de tiempo</p>	Chávez et al (2019) Ranugalih (2020)
Intención de uso	<p>Es el grado en el que una persona ha formulado planes conscientes para desarrollar (o no) alguna conducta futura.</p> <p>La intención de comportamiento es una tendencia conductual a seguir usando una tecnología. Se puede decir que el comportamiento es un indicador para los usuarios que utilizarán el sistema, por lo tanto, la intención de comportamiento mostrará el uso real de la tecnología (uso real de la tecnología)</p>	Chávez et al (2019) Ranugalih (2020)
Variables externas	<p>Las variables externas tienen una influencia indirecta en la actitud hacia usar, intención conductual para usar y la conducta de uso real.</p> <p>Son los factores que pueden influir en la aceptación de la tecnología y afectar el sistema en su conjunto.</p>	Varela (2004) Ranugalih (2020)

ANEXO H: Resumen de definiciones de inclusión financiera

Tabla H1: Resumen de definiciones de inclusión financiera

Autor	Definiciones
ASBANC - 2018	Es el acceso que poseen las personas, familias o empresas a una cartera de productos y servicios financieros, como “transferencias, pagos, créditos, ahorro, seguros, etc.”; los cuales logran satisfacer sus necesidades en materia de formalidad, calidad y uso.
Banco Mundial (BM) - 2018	Es el acceso a productos financieros que logren satisfacer las necesidades en materia de utilidad y accesibilidad tanto de las personas naturales como de las empresas
Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) - 2018	Son las iniciativas para otorgar acceso a los servicios financieros formales y la mejora en el uso de estos con particular énfasis por parte de pequeñas “unidades productivas” como las pequeñas y medianas empresas
Asociación Global para la Inclusión Financiera (GPII) - 2016	Es un estado en el que todos los adultos en edad de trabajo cuentan con un acceso efectivo a los servicios financieros otorgados por las instituciones formales, tales como créditos, ahorros, pagos, seguros e inversiones
Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (CMIF) - 2015	Es el acceso y uso de servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población
Banco Interamericano de Desarrollo (BID) - 2015	Es el acceso y uso de una serie de servicios financieros adecuados por parte de hogares y empresas
María Roa - 2013	La inclusión financiera contiene elementos tanto del lado de la oferta de productos financieros como del de la demanda; siendo las dimensiones básicas el acceso, el uso y, más recientemente, la naturaleza o calidad de las dos primeras
Red Internacional de Educación Financiera (INFE) - 2009	Es el proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de productos y servicios financieros regulados y la ampliación de su uso por todos los segmentos de la sociedad, a través de la aplicación de enfoques innovadores o existentes hechos a la medida, incluyendo actividades de sensibilización y de educación financiera, con el fin de promover el bienestar económico y la inclusión económica y social.

ANEXO I: Resumen de definiciones de crecimiento empresarial

Tabla I1: Resumen de definiciones de crecimiento empresarial

Autores	Definiciones
Gibrat (1931, citado en Blázquez 2006)	Proceso estocástico originado por la acción de innumerables e insignificantes factores aleatorios que actúan de forma proporcional sobre el tamaño de las empresas
Penrose (1962, citado en Girón 2018)	El crecimiento se propicia a través del acceso que se posee de los recursos necesarios para la empresa
Albach (1967, citado en Blázquez 2006)	El resultado no de factores aleatorios, sino de una intención y determinación por parte de los empresarios y directivos que determinan su comportamiento
Charan (2004, citado en Aguilera y Puerto,2012)	El crecimiento permite que una empresa logre conseguir a los mejores empleados y los conserve, y como es bien sabido, las capacidades, habilidades y competencias del personal se podrían constituir en fuente de ventaja competitiva
Blázquez et al - 2006	El crecimiento está condicionado por factores de diversa índole, tanto interna como externamente, toda vez que deben darse situaciones favorables para invertir, al mismo tiempo que ha de existir una clara motivación de la dirección para aprovechar las circunstancias que el entorno facilita
Janssen (2009, citado en Montes y Carrasco 2019)	El crecimiento empieza por un aumento en las ventas del negocio, lo cual consume los productos o servicios ofrecidos, y esto conduce a una necesidad de ampliar los factores de producción para cubrir la nueva demanda

ANEXO J: Actores principales en la inclusión financiera en el Perú

Tabla J1: Actores principales en la inclusión financiera en el Perú

Actores	Rol	Entidades
Regulador	Son las entidades que buscan ofrecer un marco regulatorio y de dirección para los distintos organismos que ofrecen servicios financieros. Además, se encargan de prevenir cualquier tipo de fraude y protegen los derechos de los actores involucrados.	Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi) Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel)
Promotores	Son los organismos que promueven, incentivan y garantizan el adecuado desarrollo de las políticas planteadas por la ENIF. Asimismo, incentivan la oferta y uso de las herramientas del pago electrónico e impulsan la reducción del uso del efectivo en las transacciones.	Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (CMIF)
Entidades de la banca privada	Organismos formados por la banca múltiple, conformados por instituciones de crédito que cuentan con instrumentos diversos de captación y canalización de recursos. Dentro de esta banca comercial, se desarrollan las principales aplicaciones bancarias e iniciativas privadas de inclusión financiera.	Banco de Crédito del Perú (BCP) BBVA Perú Interbank Scotiabank Entre otros
Entidades bancarias estatales	Entidades estatales que administran y canalizan los recursos financieros del gobierno; además, otorgan créditos y diversos servicios bancarios, los cuales facilitan la inserción de la población al sistema financiero.	Banco de la Nación Agrobanco Cofide
Entidades financieras no bancarias	Conformado por instituciones financieras que son ajenas a los bancos, pero que se especializan en captar recursos públicos en menor nivel y que otorgan financiamiento, colocación de acciones, administración de fondos y factoring. Suelen brindar servicios más especializados.	Financieras Cajas Rurales Entidad de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa (EDPYMES) Entre otros
Oferta informal	Este sector está conformado tanto por empresas como por personas naturales o prestamistas. Los cuales suelen ofrecer tasas de crédito distintas al mercado, una mayor flexibilidad de pago y menores costos de transacción. Suelen realizar servicios de corto plazo y con una mayor cercanía con el usuario final.	Juntas Panderos Prestamistas Entre otros

Tabla J1: Actores principales en la inclusión financiera en el Perú (continuación)

Actores	Rol	Entidades
Demanda	Conformado por el mercado total de empresas y personas naturales que demandan servicios financieros. Se prestará especial atención a las MyPEs y a las personas con emprendimientos propios.	Personas naturales y jurídicas

Adaptado de Ibáñez (2018), Asbanc (2013) y SBS (2012)



ANEXO K: Matriz de consistencia

Tabla K1: Matriz de consistencia

Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Fuentes	Metodología		
Pregunta principal	Objetivo General	Principal	Marco Teórico	Elementos	Variables	Técnicas de Recolección
Las bodegas no han determinado las ventajas generadas por la adopción y uso de las aplicaciones bancarias de pago en su inclusión al sistema financiero y su desarrollo empresarial	Analizar los efectos generados por la adopción y el uso de las aplicaciones bancarias de pagos en el crecimiento y la inclusión financiera de las bodegas en Lima Metropolitana	Existen efectos de crecimiento e inclusión financiera generados por la adopción y el uso de las aplicaciones bancarias de pago en las bodegas de Lima Metropolitana	Davis et al. (1989) Ranugalih (2020) Cataldo (2012)	Modelo TAM adaptado	Variables externas Facilidad de uso percibida Utilidad percibida Actitud de uso Intención de uso Uso de aplicaciones bancarias de pagos y transferencias	Enfoque mixto Alcance causal Diseño concurrente Muestra probabilística de dodegueros en Lima Metropolitana
	Objetivos específicos	Secundarias	Marco Teórico	Elementos	Variables	
	Determinar los efectos generados por la adopción y el uso de aplicaciones bancarias de pagos y transferencias en la inclusión financiera de las bodegas en Lima Metropolitana	Existe una relación causal positiva entre la adopción y uso de las aplicaciones bancarias de pagos y la inclusión financiera de las bodegas.	Alianza para la Inclusión Financiera (2016) Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (2015)	Dimensión de acceso	Facilidad de acceso a plataformas digitales desde el celular. Requerimientos previos para el acceso a las plataformas digitales.	Técnicas de recolección: encuesta y entrevista en profundidad
				Dimensión de acceso	Frecuencia de uso del aplicativo. Incentivo para el uso de otros recursos digitales financieros. Uso del aplicativo en operaciones rutinarias.	
				Dimensión de calidad	Diversidad de funciones que presenta el aplicativo Interfaz intuitiva propuesta por la aplicación Nivel de educación financiera Posibilidad de recibir soporte mediante el aplicativo Seguridad en el uso del aplicativo	Técnicas de análisis: análisis factorial exploratorio, codificación de entrevistas

Tabla K1: Matriz de consistencia (continuación)

Preguntas	Objetivos	Hipótesis	Fuentes	Metodología		
Pregunta principal	Objetivo General	Principal	Marco Teórico	Elementos	Variables	Técnicas de Recolección
	Objetivos específicos	Secundarias	Marco Teórico	Elementos	Variables	
Las bodegas no han determinado las ventajas generadas por la adopción y uso de las aplicaciones bancarias de pago en su inclusión al sistema financiero y su desarrollo empresarial	Analizar los efectos generados por la adopción y el uso de las aplicaciones bancarias de pagos en el crecimiento y la inclusión financiera de las bodegas en Lima Metropolitana	Existe una relación causal positiva entre la adopción y uso de las aplicaciones bancarias de pagos y la inclusión financiera de las bodegas.	Alianza para la Inclusión Financiera (2016) Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (2015)	Dimensión de bienestar	Fidelidad y permanencia en el uso de la plataforma Habilidades adquiridas por el uso del aplicativo. Reducción de los costos operativos generado por el uso de la app. Percepción de satisfacción por el uso Desarrollo económico del negocio	
	Determinar los efectos generados por la adopción y el uso de aplicaciones bancarias de pagos y transferencias en el crecimiento empresarial de las bodegas en Lima Metropolitana	Existe una relación causal positiva entre la adopción y uso de las aplicaciones bancarias de pagos y el crecimiento empresarial de las bodegas.	Mallat y Tuunainen (2008) Frempong (2009) Rofiat (2017) Ferrata (2019)	Crecimiento	Incremento en las ventas Reducción de los costos operativos Incremento de la rentabilidad. Mejora en la atención al cliente.	