

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



Relación entre la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados en el mercado San José base II de la ciudad de Juliaca

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

Autores:

Flor Miriam Suaña Mamani

Jackelin Milagros Curo Cayo

Asesor:

Mg. Rodolfo Agustín Calli Sonco

Juliaca, abril de 2025

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo Mg. Rodolfo Agustin Calli Sonco, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“RELACIÓN ENTRE LA BANCA MÓVIL Y LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN LOS COMERCIANTES DEL RUBRO DEL CALZADO EN EL MERCADO SAN JOSÉ BASE II DE LA CIUDAD DE JULIACA”** de los autores **Flor Miriam Suaña Mamani** y **Jackelin Milagros Curo Cayo**, tiene un índice de similitud de 14% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Juliaca, a los 04 días del mes de abril del año 2025.



Mg. Rodolfo Agustin Calli Sonco

Asesor



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En Puno, Juliaca, Villa Chullunquiari, a los 09 día(s) del mes de abril del año 2025
 siendo las 9:00 horas, se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Filial Juliaca, bajo la
 dirección del (de la) presidente (a): Mtra. Yolanda Alvaro Quispe el (la)
 secretario(a): Mtra. Edgar Mamani Tito y los demás miembros:
Mg. Victor Vujra Sucaticona y el (la) asesor(a): Mtro. Rodolfo
Agustín Calli Sonco con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis
 titulado: Relación entre la banca móvil y la inclusión financiera en los
comerciantes del rubro de calzados en el mercado San José
base II de la ciudad de Juliaca. del(los) bachiller/es:
 a) Jackelin Milagros Curo Cayo
 b) Flor Miriam Suaña Mamani
 c)

conducente a la obtención del título profesional de: Contador Público
(Designación del Título Profesional)

El Presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s hacer uso del tiempo
 determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las
 preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s. Luego, se produjo un
 receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.
 Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Jackelin Milagros Curo Cayo

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	J6	B	Bueno	Muy Bueno

Bachiller (b): Flor Miriam Suaña Mamani

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
Aprobado	J6	B	Bueno	Muy Bueno

Bachiller (c):

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	

(*) Ver parte posterior
 Finalmente, el Presidente del jurado invitó al (a la) / a (los) (las) candidato(a)s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final
 y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

 _____ Presidenta	 _____ Secretaria
 _____ Asesora	 _____ Miembro
 _____ Bachiller (a)	 _____ Bachiller (b)
	_____ Miembro
	_____ Bachiller (c)

Tabla de contenido

Resumen.....	iv
Abstract.....	iv
1. Introducción.....	7
2. Metodología.....	9
2.1. Enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación.....	9
2.2. Universo población y muestra.....	10
2.3. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	11
2.4. Variables de estudio.....	12
2.4.1. Variable independiente: Banca móvil.....	12
2.4.2. Variable dependiente: Inclusión financiera.....	13
2.5. Técnicas para el análisis de la información.....	14
3. Resultados.....	14
3.1. Resultados descriptivos.....	15
3.2. Resultados inferenciales.....	17
4. Discusión.....	23
5. Conclusión.....	30
6. Referencias bibliográficas.....	32

Relación entre la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados en el mercado San José base II de la ciudad de Juliaca
Relationship between mobile banking and financial inclusion in footwear merchants in the San José base II of Juliaca market.

Flor Miriam Suaña Mamani^a, Jackelin Milagros Curo Cayo^b

^a*EP. Contabilidad, Facultad de Ciencias Empresariales-Universidad Peruana Unión*

Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la Banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional San José base II de Juliaca. Metodológicamente, se trató de un estudio cuantitativo, en nivel correlacional que trabajó con una muestra de 123 comerciantes del rubro del calzado en el mercado internacional San José base II de Juliaca, a quienes se les aplicó un cuestionario para evaluar ambas variables. Los resultados demuestran que, un 37.40% de los comerciantes están de acuerdo con el uso de la banca móvil, en contraste de un 21.95%, que está en desacuerdo, no obstante, el 65.04% se sienten incluidos financieramente gracias al uso de la misma. Además, los resultados indican una relación muy fuerte y significativa entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera ($r_s = 0.821$ $p=0.01$); correlación muy alta y significativa entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera ($r_s = 0.825$ $p=0.01$); relación muy fuerte y significativa entre los atributos de valor de la banca móvil y la inclusión financiera ($r_s = 0.854$ $p=0.01$); relación fuerte y significativa entre la dimensión obligatoriedad de apertura de cuenta y la inclusión financiera ($r_s = 0.750$ $p=0.01$); relación muy fuerte y significativa entre la dimensión razones de la no adopción de la banca móvil y la inclusión financiera ($r_s = 0.828$ $p=0.01$). Se concluyó que el uso de la banca móvil tiene un impacto positivo en la percepción de inclusión financiera de los comerciantes.

Palabras clave: Banca móvil; inclusión financiera; billeteras digitales; comerciantes;

PYME

Abstract

The general objective of the research was to determine the relationship between mobile banking and financial inclusion in the footwear merchants of the international market San José base II of Juliaca. Methodologically, it was a quantitative study, at a correlational level that worked with a sample of 123 merchants of the footwear sector in the international market San José base II of Juliaca, to whom a questionnaire was applied to evaluate both variables. The results show that 37.40% of merchants agree with the use of mobile banking, in contrast to 21.95%, who disagree, however, 65.04% feel financially included thanks to the use of it. In addition, the results indicate a very strong and significant relationship between the use of mobile banking and financial inclusion ($r_s = 0.821$ $p=0.01$); very high and significant correlation between the use of mobile banking and financial inclusion ($r_s = 0.825$ $p=0.01$); very strong and significant relationship between the value attributes of mobile banking and financial inclusion ($r_s = 0.854$ $p=0.01$); strong and significant relationship between the mandatory dimension of account opening and financial inclusion ($r_s = 0.750$ $p=0.01$); very strong and significant relationship between the dimension reasons for non-adoption of mobile banking and financial inclusion ($r_s = 0.828$ $p=0.01$). It was concluded that the use of mobile banking has a positive impact on the perception of financial inclusion of merchants.

Keywords: mobile banking; financial inclusion; digital wallets; merchants; SMEs

1. Introducción

En la era digital, el acceso a servicios financieros ha evolucionado con la llegada de tecnologías como la banca móvil, que permite a los usuarios realizar transacciones desde sus dispositivos móviles sin necesidad de acudir físicamente a una entidad bancaria (Bueno et al., 2017). Esta innovación ha generado un impacto significativo en la inclusión financiera, especialmente en comerciantes ubicados en poblaciones con acceso limitado a la infraestructura bancaria tradicional (Bernal-Luna et al., 2022). Ahora bien, la inclusión financiera, es un factor clave para el desarrollo económico y social, ya que permite a las personas y pequeñas empresas gestionar sus recursos de manera más efectiva, incrementar sus oportunidades de ahorro e inversión, y reducir su vulnerabilidad ante riesgos financieros (Hernández Rivera et al., 2019). No obstante, a pesar de los avances tecnológicos, la adopción de la banca móvil en ciertos sectores comerciales aún enfrenta barreras, como la falta de educación financiera, preocupaciones sobre la seguridad y la necesidad de abrir una cuenta bancaria, lo cual limita el potencial de los comerciantes para beneficiarse plenamente de los servicios financieros digitales, generando disparidades en la percepción y experiencia de inclusión financiera (Fragoso Pérez Carreño et al., 2023).

A nivel mundial, la inclusión financiera se ha convertido en un tema de interés prioritario para gobiernos, organismos internacionales y el sector privado, pues la creciente penetración de la tecnología móvil y la expansión de internet han abierto nuevas oportunidades para mejorar el acceso a servicios financieros (Condori Gutierrez et al., 2023). Según el Banco Mundial, más de 1.7 mil millones de adultos en el mundo aún carecen de cuentas bancarias, lo que resalta la necesidad de implementar soluciones como la banca móvil, que no solo ha demostrado ser un medio para facilitar transacciones financieras, sino también una herramienta para fomentar el

empoderamiento económico, reducir la pobreza y promover el desarrollo sostenible (De La Ossa Paternina, 2020).

En América Latina, la inclusión financiera ha avanzado en las últimas décadas, a pesar de ello, aún existe una brecha en la adopción de servicios financieros formales, especialmente entre los pequeños comerciantes (Avendaño, 2018). Según el informe de la Asociación de Bancos de América Latina (ABLA), el 50% de los adultos en la región carecen de acceso a servicios financieros, lo que limita su capacidad para invertir y desarrollar sus negocios; sin embargo, la banca móvil ha surgido como una solución prometedora, permitiendo a los comerciantes realizar transacciones de manera rápida y segura (Fernández Díez et al., 2020).

En el caso del Perú, la inclusión financiera ha sido promovida por diversas iniciativas tanto por el gobierno como por instituciones financieras, no obstante, el país aún enfrenta desafíos en términos de acceso a servicios financieros, especialmente entre pequeños emprendedores (Ramos Zaga, 2022). Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), alrededor del 70% de la población adulta tiene acceso a servicios financieros, pero este porcentaje se reduce significativamente en el caso de comerciantes informales, por lo que la banca móvil se presenta como una alternativa viable para superar estas limitaciones, permitiendo a los comerciantes realizar transacciones y acceder a financiamiento de manera más eficiente (Espinoza et al., 2018). A pesar de los avances tecnológicos en el sector financiero nacional, la inclusión financiera sigue siendo un desafío importante en muchas comunidades, especialmente en aquellas donde los comerciantes dependen de métodos tradicionales de transacción. En el caso de los comerciantes del rubro de calzado del mercado internacional San José base II de Juliaca, la adopción de la banca móvil presenta tanto oportunidades como obstáculos, por lo cual, la investigación es de vital importancia, dado que la inclusión financiera es un factor clave para el desarrollo

económico y social, en este caso, la pesquisa no solo contribuirá al conocimiento académico en el área de finanzas, sino que también proporcionará información valiosa para los responsables de políticas, instituciones financieras y otros actores interesados en promover la inclusión financiera.

A la luz de lo anteriormente planteado, surgió como interrogante ¿Existe relación entre la Banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca? Razón por la cual se planteó como objetivo general determinar la relación entre la Banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional San José base II de Juliaca, el cual se acompañó con los siguientes objetivos específicos: a) establecer la relación entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional San José base II de Juliaca; b) establecer la relación entre los atributos de valor de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional San José base II de Juliaca; c) establecer la relación entre la obligatoriedad de aperturar una cuenta para el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional San José base II de Juliaca; d) Establecer la relación entre las razones de la no adopción de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional San José base II de Juliaca.

2. Metodología

2.1. Enfoque, tipo, nivel y diseño de la investigación

Se constituyó una investigación con un enfoque cuantitativo que emergió desde el paradigma positivista, siendo de tipo básica, con un nivel correlacional, en donde se buscó medir la relación entre las variables banca móvil e inclusión financiera, bajo un diseño no experimental

debido a que las variables no fueron manipuladas de forma alguna y presentadas tal cual como se evidencian en la realidad, teniendo una temporalidad transversal, debido a que la recolección de datos se realizó en un momento único, siendo este el mes de agosto del año 2024 (Arias, 2012; Arnal, 1992; Hernández et al., 2016).

2.2. Universo población y muestra

Ahora bien, el universo de la investigación, entendida como la totalidad de elementos que presentan características comunes para el desarrollo del estudio (Balestrini Acuña, 2002), corresponde a los comerciantes del mercado internacional San José base II de Juliaca, por lo que la población, asumida como el subconjunto propio del universo, donde se concentra el interés del investigador para desarrollar la pesquisa (Arias-Gómez et al., 2016), se delimitó a 180 comerciantes dedicados al rubro del calzado, razón por la cual se procedió a realizar un muestreo probabilístico de tipo aleatorio simple (Otzen & Manterola, 2017), por lo que se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{(Z)^2(p)(q)(N)}{(E^2)(N - 1) + (Z)^2(p)(q)}$$

Dónde:

n: Muestra

Z: Distribución estándar (1.96)

E: Error de la media poblacional (0.05)

p: Probabilidad de ocurrencia de los casos (0.5)

q: Probabilidad de no ocurrencia de los casos (0.5) N: Población (180) n= 123

Por lo cual, la muestra estuvo conformada por un total de 123 comerciantes del rubro del calzado en el mercado internacional San José base II de Juliaca.

2.3. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

En otro orden de ideas, la recolección de datos se desarrolló a partir de la técnica de la encuesta (García Ferrando, 1986), razón por la cual se utilizó un instrumento diseñado por García Flores & Martínez Muñoz (2021), el cual evalúa ambas variables, con un total de 35 ítems para la variable banca móvil y 20 para la variable inclusión financiera, los cuales se distribuyen en un total de 6 dimensiones, a saber: a) uso de banca móvil; b) necesidad de apertura de una cuenta; c) razones de la no adopción; d) acceso; e) uso; f) calidad, y con una escala de respuesta tipo Likert, donde: 1= Totalmente en desacuerdo; 2= En desacuerdo; 3= Ni de acuerdo ni desacuerdo; 4= De acuerdo; 5= Totalmente de acuerdo. Dicho cuestionario fue validado a través de juicios de expertos por el mismo autor y, además, determinó su confiabilidad a través del coeficiente interno de Alpha de Cronbach, obteniendo un total de 0.82, por lo que el instrumento es altamente confiable.

Cabe destacar que, para la aplicación del instrumento, se envió una carta de permiso dirigida a la directiva del mercado, en donde se describió los objetivos y el alcance de la investigación, así como la importancia de mantener bajo estricto anonimato aspectos como información personal o comercial de los comerciantes; una vez, obtenido el permiso, se procedió con la selección de los participantes, llevando a cabo una reunión con todos los comerciantes, explicando los términos de la investigación y haciendo firma del consentimiento informado, el cual fue de forma voluntaria y sin coacción. Resulta preciso indicar que, la aplicación del instrumento fue autodirigido y de forma presencial.

2.4. Variables de estudio

2.4.1. Variable independiente: Banca móvil

En términos más sencillos, la banca móvil es un servicio proporcionado por las instituciones financieras que permite a los usuarios realizar diversas transacciones financieras a través de dispositivos móviles como teléfonos, tabletas e incluso smartwatches. Generalmente hacen el uso de softwares llamado aplicaciones, suministrado por la entidad financiera, a diferencia de la banca en línea convencional, y permite realizar muchas de las mismas actividades que la banca por Internet, ofreciendo comodidad y seguridad adicional. Está disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Es importante destacar que, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2021), el 88,5% de la población en nuestro país utiliza internet a través de dispositivos móviles, una cifra que ha aumentado en comparación con años anteriores. Esto sugiere que las estadísticas muestran un incremento constante cada año. (INEI, s.f.)

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. Los bancos digitales o Mobile Banks han demostrado su capacidad de simplificar los productos tradicionales (cuentas y tarjetas) enfocándose en la inmediatez que permiten las plataformas digitales, clientes interesados (o habituados) a aprovechar oportunidades y experiencias globales, y ventajas, descuentos y servicios de valor añadido en alianza con otras compañías. (Renato, 2020)

La banca móvil es una modalidad de banca electrónica, cuya diferencia es básicamente la

forma de acceso, que se da mediante dispositivos móviles, ya sean smartphones o tablets. Ya con la definición mucho más clara de Banca Móvil, es preciso indicar los beneficios o ventajas que los usuarios pueden percibir al momento de utilizar las mismas. Cabe resaltar que la percepción de cada una de ellas dependerá de lo que busque el usuario de las plataformas, ya que de acuerdo con su requerimiento encontrará estas u otras que no pudieran encontrarse listadas. (Francisco, 2020)

2.4.2. Variable dependiente: Inclusión financiera

La inclusión financiera se ha convertido en una herramienta esencial para el bien del progreso de los hogares, las empresas y las economías, todos alrededor del mundo. Su influencia en el desarrollo económico, reducción de la desigualdad, creación de confianza, aumento de la productividad. Y el empoderamiento de las personas son objeto de estudio. En el Perú la inclusión financiera es un tema relevante continuamente monitoreado por numerosas entidades públicas y privadas, involucrando la capacidad de las personas para acceder a servicios financieros como los bancarios. cuentas, préstamos bancarios, seguros, entre otros. A este respecto, se han tomado varias medidas para mejorar las finanzas. (Victor, 2023)

Asimismo, (ALLAN, 2021) define la inclusión financiera como un concepto multidimensional que abarca el suministro y demanda de productos o servicios financieros, cuando el objetivo es mejorar “el acceso, el uso, la calidad y el impacto en el sector financiero”. bienestar de las familias y las empresas”. El autor enfatiza que la inclusión financiera implica brindar a las personas y empresas con acceso a diversos beneficios financieros productos. Además, Córdova Galarreta comparte la creencia de que el proceso implica un acceso seguro, adecuado y eficiente a diversos servicios financieros. El objetivo es una economía responsable. Mercado con amplia participación de la población a costos mínimos.

La inclusión financiera es un factor esencial para disminuir la pobreza y fomentar el desarrollo económico, como lo indica el (Banco Mundial, 2022). En otras palabras, significa que tanto personas como empresas pueden obtener acceso a una diversidad de productos y servicios financieros útiles y accesibles que satisfacen sus requerimientos (tales como transacciones, pagos, ahorros, créditos y seguros) de forma responsable y sostenible, independientemente de su nivel de ingresos o ubicación geográfica.

2.5. Técnicas para el análisis de la información

Posterior a la recolección de datos, estos fueron procesados a través de métodos estadísticos descriptivos y correlacionales, por lo cual, se hizo uso de las medidas de tendencia central, para identificar los niveles de uso de la banca móvil e inclusión financiera. Para la determinación de la normalidad de los datos se empleó la prueba de bondad de ajuste de Kolmogórov-Smirnov (Romero Saldaña, 2016), mientras que para la determinación de la correlación se utilizó el método de correlación de rangos de Spearman (Martínez Ortega et al., 2009), declarando que la significancia de está estaba determinada por $\alpha \leq 0,05$ para la contratación de hipótesis. Resulta importante declarar que el procesamiento estadístico se apoyó en los softwares Microsoft Excel para la sistematización de los datos, mientras que el SPSS versión 25 ayudará al cálculo de los estadísticos.

3. Resultados

A continuación, se presentan los resultados de la investigación organizados en dos bloques, en primer lugar, se esbozan los resultados descriptivos de la investigación, a fin de comprender el comportamiento de cada una de las variables y, luego, se hace la exposición de los resultados inferenciales, los cuales ayudan a apreciar el comportamiento por objetivo, así como la

comprobación de las hipótesis.

3.1. Resultados descriptivos

En la tabla 1 se presentan los resultados descriptivos de la variable banca móvil, tomando como referencia sus dimensiones e indicadores intervinientes.

Tabla 1.

Resultados descriptivos variable Banca móvil

Dimensiones	Indicadores	Totalmente en		En		Ni de acuerdo, De acuerdo				Totalmente	
		desacuerdo		desacuerdo		ni desacuerdo		de acuerdo		de acuerdo	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Banca móvil	<i>Uso de banca móvil</i>	3	2.44	7	5.69	20	16.26	58	47.15	35	28.46
Atributos de	<i>Facilidad</i>	4	3.25	4	3.25	22	17.89	72	58.54	21	17.07
valor de la	<i>Accesibilidad</i>	4	3.25	4	3.25	8	6.50	89	72.36	18	14.63
banca móvil	<i>Seguridad</i>	5	4.07	9	7.32	30	24.39	60	48.78	19	15.45
	<i>Confiabilidad</i>	3	2.44	7	5.69	19	15.45	71	57.72	23	18.70
Obligatoriedad de apertura de		4	3.25	4	3.25	7	5.69	68	55.28	40	32.52
cuenta											
	<i>Utilidad</i>	31	25.20	48	39.02	30	24.39	13	10.57	1	0.81
	<i>Accesibilidad</i>	34	27.64	37	30.08	19	15.45	26	21.14	7	5.69
Razones de la \bar{x}	<i>Educación</i>	7	5.69	59	47.97	32	26.02	23	18.70	2	1.63
no adopción de	<i>financiera</i>										
la banca móvil	<i>Necesidad</i>	18	14.63	67	54.47	17	13.82	18	14.63	3	2.44
	<i>financiera</i>										
	<i>Seguridad</i>	3	2.44	56	45.53	50	40.65	11	8.94	3	2.44
		11	8.94	27	21.95	23	18.70	46	37.40	16	13.01

Los resultados presentados en la tabla 1 reflejan una aceptación importante de la banca móvil entre los comerciantes del rubro de calzado del mercado internacional San José base II de Juliaca, con un 37.40% de ellos mostrando conformidad con su uso para actividades comerciales, en tal sentido debe resaltarse que, los factores que más influyen en esta aceptación son la accesibilidad (72.36%), la facilidad de uso (58.54%) y la confiabilidad (57.72%), lo que indica que los comerciantes valoran estos aspectos para facilitar sus transacciones, lo cual sugiere que aquellos que utilizan la banca móvil perciben estos beneficios como fundamentales para mejorar la eficiencia y comodidad en sus operaciones diarias.

Sin embargo, también se identifica un grupo considerable de comerciantes, el 21.95%, que está en desacuerdo con el uso de la banca móvil; en este caso, los factores de necesidad financiera (54.47%), educación financiera (47.97%) y seguridad (45.53%) son los que más influyen en su negativa, lo cual es un indicador que la falta de recursos o conocimiento financiero, así como preocupaciones relacionadas con la seguridad, son barreras importantes que limitan la adopción de esta tecnología por parte de algunos comerciantes.

Por último, un 18.70% de los comerciantes adopta una postura neutral frente al uso de la banca móvil, siendo los indicadores más influyentes para este grupo son la seguridad (40.65%) y la educación financiera (26.02%), estos resultados indican que, aunque no rechazan ni aceptan plenamente la banca móvil, existe cierta incertidumbre, posiblemente debido a una percepción mixta sobre los riesgos de seguridad y la falta de formación financiera adecuada.

Ahora bien, en la tabla 2 se presentan los resultados descriptivos de la variable inclusión financiera, teniendo un análisis fundamentado en las dimensiones que la integran.

Tabla 2.*Resultados descriptivos variable Inclusión financiera*

Dimensi ones	Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo		Ni de acuerdo, ni desacuerdo		De acuerdo		Totalmente acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<i>Acceso</i>	2	1.63	9	7.32	12	9.76	76	61.79	24	19.51
<i>Uso</i>	2	1.63	7	5.69	9	7.32	84	68.29	21	17.07
<i>Calidad</i>	1	0.81	6	4.88	23	18.70	81	65.85	12	9.76
\bar{x}	2	1.63	7	5.69	15	12.20	80	65.04	19	15.45

De acuerdo a los resultados presentados en la tabla 2, se parecía que una mayoría significativa, el 65.04% de los comerciantes del rubro de calzado del mercado internacional San José base II de Juliaca, se sienten incluidos financieramente gracias al uso de la banca móvil, evidenciándose que entre los factores que contribuyen a esta sensación de inclusión, la dimensión de uso es la que tiene mayor prevalencia con un 68.29%, lo que sugiere que los comerciantes valoran especialmente la capacidad de utilizar la banca móvil para facilitar sus operaciones comerciales; le sigue la calidad del servicio con un 65.85% y el acceso con un 61.79%, lo que refleja que la percepción de un buen servicio y la facilidad de acceso a la plataforma también son determinantes en su percepción de inclusión financiera.

Además, un 15.45% de los comerciantes están totalmente de acuerdo con su inclusión financiera a través de la banca móvil; en este grupo, los factores de acceso y uso son los más influyentes, con un 19.51%, lo cual sugiere que, para estos comerciantes, la posibilidad de acceder fácilmente a los servicios financieros y de usarlos de manera efectiva refuerza su sentimiento de estar financieramente incluidos. Por otro lado, un 12.20% de los comerciantes se mantienen en una posición neutral respecto a su inclusión financiera y, en este caso, la calidad del servicio es el factor más influyente, con un 18.70%. Esto podría indicar que, si bien no rechazan el uso de la banca móvil, su percepción de la calidad del servicio no es lo suficientemente fuerte como para generar una opinión clara o positiva sobre su inclusión financiera.

3.2. Resultados inferenciales

En la tabla 3 se presentan los resultados de la prueba de normalidad de datos a través de la prueba de bondad de ajustes de Kolmogórov-Smirnov.

Tabla 3.

Prueba de bondad de ajustes de Kolmogorov – Smirnov

Variables	Estadístico	G1	Sig.
Banca móvil	0,243	123	0,000 ^a
Inclusión financiera	0,374	123	0,000 ^a

Nota. ^a Lilliefors corregido

Los resultados presentados en la tabla 3, demuestran que las variables obtuvieron un $p < 0,05$, representado por $p = 0,000$ por lo cual se comprende que los datos no tienen una distribución normal y se decidió contrastar las hipótesis a través de la correlación de Pearson.

En consonancia con lo anterior, en la tabla 4 se presenta la contrastación de hipótesis asociada al objetivo general.

Tabla 4.

Correlación entre las variables banca móvil e inclusión financiera

			Banca móvil	Inclusión financiera
Rho de Spearman	Banca móvil	Coefficiente de correlación	1,000	,821**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Inclusión financiera	Coefficiente de correlación	,821**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

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

De acuerdo a lo presentado en la tabla 4, los resultados indican una relación muy fuerte entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera, lo que se refleja en una correlación de $r_s = 0.821$, lo que significa que a medida que aumenta el uso de la banca móvil, también aumenta la percepción de inclusión financiera entre los comerciantes, la cual, además, es altamente significativa con un p-valor de 0.01, lo que indica que esta relación no es fruto del azar, sino que existe una conexión estadísticamente sólida entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera.

Ahora bien, para profundizar en el análisis de estas variables, a continuación, se procede a hacer la correlación a partir de los objetivos específicos, por esta razón, en la tabla 5 se presenta contrastación de hipótesis asociada a la relación entre la dimensión uso de la banca móvil y la variable inclusión financiera.

Tabla 5.

Correlación entre la dimensión uso de banca móvil y la variable inclusión financiera

			Uso Banca móvil	Inclusión financiera
Rho de Spearman	Uso Banca móvil	Coeficiente de correlación	1,000	,825**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
Inclusión financiera	Inclusión financiera	Coeficiente de correlación	,825**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

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

Los resultados de la tabla 5 muestran una correlación muy alta entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera, con un coeficiente de correlación de $r_s = 0.825$, lo que indica que a medida que se incrementa el uso de la banca móvil, también se observa un aumento en la inclusión

financiera, además de ello, con un p-valor de 0.01, esta relación es estadísticamente significativa, sugiriendo que los usuarios que adoptan más la banca móvil tienden a experimentar una mayor inclusión financiera, lo cual resalta la importancia de fomentar el uso de la banca móvil como un medio para mejorar la inclusión financiera en la población.

Prosiguiendo el análisis en la tabla 6 se presenta contrastación de hipótesis asociada a la relación entre la dimensión atributos de valor de la banca móvil y la variable inclusión financiera.

Tabla 6.

Correlación entre la dimensión atributos de valor de la banca móvil y la variable inclusión financiera

		Atributos de valor de la Banca móvil		Inclusión financiera
Rho de Spearman	Atributos de valor de la Banca móvil	Coefficiente de correlación	1,000	,854**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Inclusión financiera	Coefficiente de correlación	,854**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	123	123

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

Los resultados de la tabla 6 muestran una relación muy fuerte entre los atributos de valor de la banca móvil y la inclusión financiera, con una correlación de $r_s = 0.854$, lo que indica que a medida que los atributos de valor percibidos de la banca móvil mejoran (como accesibilidad, facilidad de uso, confiabilidad, entre otros), también aumenta la percepción de inclusión financiera entre los comerciantes, con una significancia estadística de $p = 0.01$, lo cual sugiere que los comerciantes que valoran más los atributos positivos de la banca móvil sienten una mayor inclusión financiera.

Ahora bien, en la tabla 7 se muestra la contrastación de hipótesis asociada a la relación entre la dimensión obligatoriedad de apertura de cuenta y la variable inclusión financiera.

Tabla 7.

Correlación entre la dimensión obligatoriedad de apertura de cuenta y la variable inclusión financiera

		Obligatoriedad de apertura de cuenta	Inclusión financiera
Rho de Spearman	Obligatoriedad de apertura de cuenta	0,750**	0,750
		Sig. (bilateral)	0,000
		N	123
	Inclusión financiera	0,750**	123
		Coefficiente de correlación	1,000

	Sig. (bilateral)	,000
	N	123
		123

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

Los resultados de la tabla 7 muestran que existe una relación fuerte entre la dimensión obligatoriedad de apertura de cuenta y la inclusión financiera, con un coeficiente de correlación de $r_s = 0.750$, lo cual indica que, a medida que los comerciantes perciben la obligatoriedad de apertura de cuenta como un factor relevante o necesario, aumenta su sensación de inclusión financiera, pero, además, la significancia estadística de $p = 0.01$ confirma que la obligatoriedad de abrir una cuenta bancaria influye notablemente en la inclusión financiera de los comerciantes, en otras palabras, la apertura obligatoria de cuentas bancarias puede estar contribuyendo a que más comerciantes se sientan integrados en el sistema financiero formal, facilitando su acceso a los servicios financieros

Ahora bien, en la tabla 8 se muestra la contrastación de hipótesis asociada a la relación entre la dimensión razones de la no adopción de la banca móvil y la variable inclusión financiera.

Tabla 8.

Correlación entre la dimensión razones de la no adopción de la banca móvil y la variable inclusión financiera

			Razones de la no adopción de la Banca móvil	Inclusión financiera
Rho de Spearman	Razones de la no adopción de la Banca móvil	Coeficiente de correlación	1,000	,828**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	123	123
	Inclusión financiera	Coeficiente de	,828**	1,000

	Razones de la no adopción de la Banca móvil	Inclusión financiera
correlación		
Sig. (bilateral)	,000	.
N	123	123

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

Los resultados de la tabla 8 revelan una relación muy fuerte entre la dimensión razones de la no adopción de la banca móvil y la inclusión financiera, con un coeficiente de correlación de $r_s = 0.828$, lo cual significa que, cuanto más relevantes son las razones que impiden la adopción de la banca móvil (como preocupaciones sobre la seguridad, falta de educación financiera o acceso limitado), más negativa es la percepción de inclusión financiera entre los comerciantes, pero, además, la significancia de $p = 0.01$ confirma que las barreras para la adopción de la banca móvil tienen un impacto considerable en la percepción de inclusión financiera, es decir, aquellos comerciantes que enfrentan más razones para no usar la banca móvil tienden a sentirse menos incluidos en el sistema financiero formal, lo que sugiere que eliminar o reducir estas barreras podría mejorar su integración financiera.

4. Discusión

El objetivo principal de este estudio fue determinar la relación entre la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzado del mercado internacional San José base II de la ciudad de Juliaca y, los resultados obtenidos permiten corroborar la existencia de una fuerte relación entre estas dos variables, con una correlación muy alta de $r_s = 0.821$ y altamente significativa ($p = 0.01$), lo que evidencia una conexión sólida entre el uso de la banca móvil y la percepción de inclusión financiera entre los comerciantes.

En primer lugar, los resultados muestran que una mayoría significativa (65.04%) de los comerciantes se sienten incluidos financieramente gracias al uso de la banca móvil y, los factores más influyentes en esta percepción de inclusión son el uso (68.29%), la calidad del servicio (65.85%) y el acceso (61.79%). Esto coincide con estudios previos, como el de Godoy (2020), quien encontró que la facilidad de uso y la accesibilidad de las plataformas digitales bancarias son determinantes clave en la inclusión financiera de pequeños comerciantes, por lo cual se comprende que, la banca móvil ofrece a los comerciantes herramientas prácticas que facilitan sus operaciones comerciales, mejorando la eficiencia y reduciendo costos asociados a transacciones físicas, lo que incrementa su acceso a servicios financieros formales.

Asimismo, es importante resaltar que un 15.45% de los comerciantes están totalmente de acuerdo con que la banca móvil les permite sentirse incluidos financieramente, siendo el acceso y el uso los factores más influyentes en esta percepción, resultado que se refuerza con lo planteado por Rouse & Verhoef (2017), quienes señalaron que los usuarios que tienen acceso rápido y fácil a servicios financieros digitales tienden a sentirse más integrados en el sistema financiero formal, ya que les proporciona mayor control y autonomía sobre sus transacciones.

Sin embargo, es relevante también señalar que un 21.95% de los comerciantes están en desacuerdo con el uso de la banca móvil, siendo entonces, los factores que contribuyen a esta postura negativa la necesidad financiera (54.47%), la educación financiera (47.97%) y la seguridad (45.53%). Esta situación coincide con las conclusiones de López Rodríguez (2021), quien identificó que la falta de conocimientos financieros y la desconfianza en la seguridad de las plataformas digitales son barreras importantes para la adopción de servicios financieros móviles y, en este caso, las preocupaciones por la seguridad y la educación financiera limitan la adopción de la banca móvil, lo que implica la necesidad de fortalecer la formación financiera y garantizar

mayor seguridad en las transacciones para fomentar una mayor inclusión.

Además, un 18.70% de los comerciantes mantiene una posición neutral respecto al uso de la banca móvil, influenciados principalmente por factores de seguridad (40.65%) y educación financiera (26.02%), no obstante, se reconoce que esta postura ambigua podría estar relacionada con percepciones mixtas sobre los beneficios y riesgos del uso de estas plataformas y, según Alonso et al. (2013), los usuarios que perciben insuficiente información sobre los aspectos técnicos y de seguridad de las plataformas digitales suelen mantener una actitud cautelosa frente a su adopción.

En lo concerniente a la correlación muy alta ($r_s = 0.821$) encontrada entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera demuestra que la integración de la banca móvil está fuertemente vinculada a la inclusión de los comerciantes en el sistema financiero formal, lo cual refleja un fenómeno similar al identificado por Céspedes et al. (2018), quienes también encontraron una fuerte correlación entre el uso de tecnologías financieras y la inclusión financiera en contextos de economías emergentes, donde los comerciantes buscan soluciones prácticas y accesibles para integrar sus actividades comerciales a la economía formal.

En cuanto al primer objetivo específico del estudio que buscaba establecer la relación entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzado del mercado internacional San José base II de la ciudad de Juliaca, los resultados obtenidos, con un coeficiente de correlación muy alto de $r_s = 0.825$ y una significancia estadística de $p = 0.01$, confirman una fuerte y significativa relación entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera.

Este hallazgo sugiere que a medida que aumenta el uso de la banca móvil, también se incrementa la percepción de inclusión financiera entre los comerciantes, siendo consistente con

estudios previos, como el de Vargas García (2021), quien encontró una relación positiva y significativa entre el uso de tecnologías financieras y la inclusión de pequeños comerciantes en el sistema financiero formal. Ante esta realidad se debe comprender que la capacidad de acceder a servicios bancarios a través de dispositivos móviles elimina barreras tradicionales como la falta de infraestructura bancaria en áreas periféricas y reduce los costos asociados a las transacciones financieras presenciales (Godoy, 2020). Además, el uso de la banca móvil facilita operaciones comerciales más eficientes al permitir a los comerciantes realizar transacciones rápidas y seguras, sin la necesidad de acudir físicamente a una entidad financiera, coincidiendo con el estudio de Azabache (2018), quien observó que los comerciantes que adoptan herramientas digitales tienden a tener mayor control sobre sus finanzas y reportan una mejor gestión de sus recursos, lo que impacta positivamente en su percepción de inclusión financieras. Adicionalmente, reposan en el sustento teórico planteado por Escobar et al. (2022), quienes explican que, el uso de servicios financieros móviles tiene el potencial de integrar a los pequeños comerciantes al sistema financiero formal, ofreciendo mayor accesibilidad y oportunidades de crecimiento económico.

Sin embargo, para maximizar los beneficios de la banca móvil, es fundamental abordar las barreras que limitan su uso entre algunos comerciantes, como las preocupaciones relacionadas con la seguridad y la falta de educación financiera, las cuales se mencionaron en otros apartados de los resultados. En este sentido, es necesario implementar programas de alfabetización financiera y mejorar las medidas de seguridad en las plataformas digitales para generar confianza entre los usuarios, tal como sugieren Mendoza Rejas et al. (2023) en sus investigaciones sobre adopción de tecnologías financieras.

Con relación al segundo objetivo específico, el cual buscó establecer la relación entre los atributos de valor de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de

calzado del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca, los resultados obtenidos, con una correlación muy fuerte de $r_s = 0.854$ y una significancia estadística de $p = 0.01$, indican que existe una relación sólida entre la mejora en los atributos de valor percibidos de la banca móvil (accesibilidad, facilidad de uso, confiabilidad, etc.) y el incremento de la percepción de inclusión financiera entre los comerciantes.

En tal sentido, este hallazgo sugiere que a medida que los comerciantes perciben mayores beneficios en los atributos de la banca móvil, como la facilidad de realizar transacciones, la confiabilidad de la plataforma y su accesibilidad, se sienten más incluidos financieramente, lo cual es coherente con estudios previos que destacan cómo las tecnologías móviles pueden reducir barreras tradicionales y mejorar el acceso a servicios financieros formales, como en el caso de Cieza-Villavicencio et al. (2024), por ejemplo, quienes concluyeron que la percepción positiva de los atributos de las aplicaciones bancarias, especialmente en términos de accesibilidad y seguridad, impulsa significativamente la adopción y uso de servicios financieros entre pequeños comerciantes.

Además, la correlación observada en este estudio también refleja que los atributos clave de la banca móvil juegan un papel crucial en la percepción de inclusión financiera, lo cual se alinea con la teoría de la adopción tecnológica, la cual, según Cataldo (2012), la utilidad percibida y la facilidad de uso son factores determinantes para que las personas adopten nuevas tecnologías. En este contexto, los comerciantes que perciben la banca móvil como útil y accesible tienden a sentirse más conectados al sistema financiero, lo que refuerza su inclusión; mientras que por su parte Preciado-Ortiz et al. (2018) destacan que la percepción positiva de atributos como la confiabilidad y accesibilidad de las plataformas digitales está directamente relacionada con la confianza y satisfacción de los usuarios, lo que, a su vez, contribuye a su inclusión financiera, por lo que este

resultado sugiere que mejorar los atributos de valor percibidos por los comerciantes puede ser una estrategia eficaz para fomentar una mayor inclusión financiera en la región.

Por su parte, los resultados del tercer objetivo específico que buscó establecer la relación entre la obligatoriedad de apertura de una cuenta bancaria para el uso de la banca móvil y la inclusión financiera de los comerciantes del rubro de calzado en el mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca, demostraron un coeficiente de correlación de $r_s = 0.750$, indicando una relación fuerte entre estos factores, lo que sugiere que, a medida que los comerciantes perciben la apertura obligatoria de una cuenta bancaria como necesaria o relevante, aumenta su percepción de inclusión financiera, lo cual coincide con estudios previos que han demostrado que la apertura de cuentas bancarias es un primer paso clave hacia la inclusión financiera, puesto que, según Aslan et al. (2022), la apertura de una cuenta bancaria es fundamental para acceder a una gama más amplia de servicios financieros, como pagos electrónicos, ahorro formal y crédito. En este sentido, la percepción de los comerciantes de Juliaca de que la apertura de una cuenta es un requisito necesario puede estar contribuyendo a su integración en el sistema financiero formal, facilitando el uso de servicios financieros que antes no estaban a su alcance.

Además, este hallazgo está respaldado por la teoría del capital financiero, la cual sostiene que la inclusión financiera se facilita cuando las personas tienen acceso a servicios formales, empezando por la creación de una cuenta bancaria y, en este particular, Treviño Saldívar et al. (2021) destacan que la apertura obligatoria de cuentas es una estrategia efectiva en mercados donde la bancarización es baja, ya que introduce a los individuos al sistema financiero y les permite acceder a herramientas de gestión de sus recursos.

Cabe destacar que, la obligatoriedad de abrir una cuenta también puede reducir barreras psicológicas o culturales que impiden que los comerciantes accedan voluntariamente al sistema

financiero, puesto que Núñez-Cruz et al. (2022) sugieren que, en mercados informales, como el de calzados en Juliaca, los comerciantes suelen ser renuentes a abrir cuentas bancarias debido a la falta de confianza en las instituciones financieras o el temor a los costos asociados, sin embargo, cuando se les exige abrir una cuenta como requisito para utilizar la banca móvil, se puede forjar un puente hacia la inclusión financiera, ayudando a que superen estas barreras iniciales.

En concordancia con el cuarto objetivo específico que buscó establecer la relación entre las razones de la no adopción de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional San José de la ciudad de Juliaca, los hallazgos muestran una relación muy fuerte entre las razones que impiden la adopción de la banca móvil y la percepción de inclusión financiera, con un coeficiente de correlación de $r_s = 0.828$, y una significancia estadística de $p = 0.01$, lo cual indica que, cuanto más relevantes o significativas sean las razones que obstaculizan el uso de la banca móvil (como preocupaciones de seguridad, falta de educación financiera o problemas de acceso), más negativa es la percepción de inclusión financiera entre los comerciantes.

Estos resultados están en línea con investigaciones previas que identifican diversas barreras que limitan la adopción de la banca móvil, lo que, a su vez, afecta la inclusión financiera, como en el caso de Naranjo Quicaliquin & Arias González (2022), quienes demostraron que las preocupaciones sobre la seguridad en las transacciones móviles y la falta de educación financiera son algunos de los principales factores que desalientan a los comerciantes y a otros sectores de la población a utilizar estos servicios, aunque, también, investigadores como Oruna Rodríguez et al. (2023) destacan que la percepción de riesgos de seguridad en la banca móvil puede generar desconfianza, lo que disminuye la participación de los comerciantes en los servicios financieros formales, afectando negativamente su inclusión.

Además, la falta de acceso o infraestructura adecuada también se identifica como un factor clave que impide la adopción de la banca móvil, pues, según Herrera-Arizmendi & Amezcua-Núñez (2020), en contextos donde los comerciantes carecen de acceso confiable a dispositivos móviles, internet o señal telefónica, la adopción de servicios financieros móviles es baja, lo que contribuye a una mayor exclusión financiera, lo cual es coherente con los resultados del presente estudio, donde los comerciantes que enfrentan problemas relacionados con el acceso tecnológico o limitaciones físicas perciben una menor inclusión financiera.

Otro factor relevante es la falta de educación financiera, que afecta la capacidad de los comerciantes para aprovechar los beneficios de la banca móvil, lo que en palabras de Ramos Zaga (2022) sería que los individuos con mayor formación financiera tienden a adoptar nuevas tecnologías financieras con mayor facilidad, mientras que aquellos con menores niveles de conocimiento financiero suelen ser más reticentes, lo que refuerza la relación entre las barreras de no adopción y la exclusión financiera.

Por último, los problemas relacionados con la confianza en las instituciones financieras también se destacan en estudios anteriores como un obstáculo para la adopción de la banca móvil, en este caso, autores como Melo Bellido & Jiménez Bartolo (2023) mencionan que la confianza en las instituciones bancarias y los sistemas financieros es crucial para que los comerciantes sientan seguridad al utilizar la banca móvil, en este sentido, aquellos comerciantes que desconfían de las instituciones que ofrecen servicios móviles son menos propensos a adoptar estos sistemas, lo que contribuye a su exclusión financiera.

5. Conclusión

Esta investigación permitió encontrar una relación muy alta y significativa entre la banca móvil y la inclusión financiera, lo que sugiere que el uso de la banca móvil tiene un impacto positivo en la percepción de inclusión financiera de los comerciantes, por lo cual se puede concluir que aquellos que utilizan la banca móvil perciben una mayor integración en el sistema financiero formal, lo que resalta su potencial para promover la inclusión financiera en sectores comerciales.

Además, el estudio permitió verificar que existe una correlación muy alta entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera, con resultados que confirman que, a mayor uso de la banca móvil, mayor es la percepción de inclusión financiera, lo cual permite comprender que fomentar el uso de la banca móvil entre los comerciantes puede ser una estrategia efectiva para mejorar su acceso y participación en los servicios financieros.

En cuanto a los atributos de valor de la banca móvil, como la accesibilidad, facilidad de uso y confiabilidad, la investigación permitió reconocer que está fuertemente relacionados con la inclusión financiera de los comerciantes, pues a medida que estos atributos son mejor valorados, la percepción de inclusión financiera aumenta, lo que destaca la importancia de mejorar la experiencia del usuario para promover una mayor adopción y uso de la banca móvil.

Adicionalmente, la pesquisa ayudó a comprobar que existe una relación significativa entre la obligatoriedad de apertura de cuenta y la inclusión financiera, lo que indica que la percepción de obligatoriedad para abrir una cuenta bancaria influye en la inclusión financiera de los comerciantes, lo cual indica que la apertura obligatoria de cuentas contribuye a integrar a más comerciantes al sistema financiero formal, facilitando su acceso a los servicios financieros.

Por su parte, las razones que impiden la adopción de la banca móvil, como las preocupaciones de seguridad, la falta de educación financiera y el acceso limitado, tienen una

relación muy alta con la exclusión financiera y, es que los comerciantes que enfrentan estas barreras tienden a percibir una menor inclusión financiera, lo que indica que reducir estas limitaciones podría mejorar significativamente la integración financiera de este sector.

A la luz de los resultados alcanzados, es recomendable que las instituciones financieras y los gobiernos locales implementen programas de educación financiera enfocados en los comerciantes del mercado internacional San José base II de Juliaca, para que puedan aprovechar plenamente los beneficios de la banca móvil, pero, además, se debe trabajar en mejorar la percepción de seguridad y accesibilidad de estos servicios, ya que estos son factores clave que pueden incrementar la adopción de la banca móvil y, en consecuencia, la inclusión financiera. Incentivar el uso de la banca móvil con campañas informativas y brindar asistencia técnica adecuada también contribuiría a derribar las barreras identificadas, como la falta de conocimiento y la percepción de riesgo.

Finalmente, se cree que futuros estudios podrían centrarse en explorar el impacto de la banca móvil en la sostenibilidad económica de los pequeños comerciantes a lo largo del tiempo, así como en evaluar cómo las diferentes tecnologías financieras emergentes, como los pagos sin contacto o las criptomonedas, podrían complementar o mejorar aún más la inclusión financiera en sectores comerciales. Además, sería interesante realizar estudios comparativos entre diferentes mercados y regiones para identificar variables culturales o socioeconómicas que puedan influir en la adopción de la banca móvil y sus efectos en la inclusión financiera.

6. Referencias bibliográficas

Alonso, J., Lis, S. F. de, Moctezuma, C. L., Hidalgo, R. S., & Tuesta, D. (2013). Potencial de la banca móvil en Perú como mecanismo de inclusión financiera. *Working Papers*.

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación: Introducción a la metodología científica* (Sexta

Edición). Episteme.

- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201–206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Arnal, J. (1992). *Investigación educativa. Fundamentos y metodología*. Editorial Labor.
- Aslan, B., Sonmez Cakir, F., & Adiguzel, Z. (2022). El efecto del banco en la adquisición de capacidad y conocimiento digital en el desempeño y la percepción del nativo digital sobre la banca móvil. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*. <https://doi.org/10.17561/ree.n2.2022.6737>
- Avendaño, O. (2018). Los retos de la banca digital en México. *REVISTA IUS*, 12(41). <https://doi.org/10.35487/rius.v12i41.2018.325>
- Azabache, C. (2018). La banca móvil como alternativa para la inclusión social en áreas rurales. *Review of Global Management*, 3(2). <https://doi.org/10.19083/rgm.v3i2.779>
- Balestrini Acuña, M. (2002). *Como se Elabora el Proyecto de Investigación*. Fitolito Quintana.
- Bernal-Luna, C., Viteri-Rade, L., & Maldonado-de la Cruz, W. (2022). La tendencia global de la banca digital como agente de ruptura del mundo monetario. *593 Digital Publisher CEIT*, 7(3). <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.3.1133>
- Bueno, E., Longo, M., Salmador, M. P., & Morcillo, P. (2017). La Innovación Del Modelo De Negocio Bancario: El Reto De La Banca Digital. *6IWI*.
- Cataldo, A. (2012). Limitaciones y oportunidades del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM): Una revisión de la literatura. *Infonor, October*.
- Céspedes T., Á., Cossio, J., & Calle, A. (2018). Inclusión financiera y pobreza en Bolivia. *Revista de Análisis Del Banco Central de Bolivia*, 29(2).
- Cieza-Villavicencio, J. S., Pastor, A. B., Gárate-Pusse, W. J., & Sevilla, R. Z. (2024). Use of the IRaMuTeQ software for the analysis of the reasons for the use of the Yape electronic wallet. *RISTI - Revista Iberica de Sistemas e Tecnologias de Informacao*, 2024(E66).

- Condori Gutierrez, J. D., Ramirez Coa, K. N., Rojas Mamani, J., Ojeda Villegas, M., Quispe Aymaya, J. M., Huanca Irahola, A. P., & Rojas Gutierrez, M. F. (2023). Análisis del Comportamiento de las Personas Hacia el Uso de la Banca Digital: Desarrollo de un Modelo Predictivo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(6). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i6.8936
- De La Ossa Paternina, C. D. (2020). Creación de un plan para aumentar los índices de adopción digital en los canales de una institución financiera. *Revista CIFE: Lecturas de Economía Social*, 23(38). <https://doi.org/10.15332/22484914.6132>
- Escobar, D., Viñán, J., & Logroño, A. (2022). Inclusion Program for Raising the Economic Income of the Wholesale Market Traders of Riobamba, Ecuador. *ESPOCH Congresses: The Ecuadorian Journal of S.T.E.A.M.* <https://doi.org/10.18502/epoch.v2i6.12227>
- Espinoza, R., Tocas, C., & Uribe, E. (2018). El marketing emocional y la fidelización del cliente. Análisis a partir de los componentes emocionales del Modelo Value Star en la “Banca por Internet” del BCP. *Repositorio de Tesis PUCP*, 4.
- Fernández Díez, M. C., Fernandini Puga, M., Puig Gabarró, P., & Méndez, J. C. (2020). Hacia la transformación digital de la banca pública de desarrollo en América Latina y el Caribe. In *Hacia la transformación digital de la banca pública de desarrollo en América Latina y el Caribe*. <https://doi.org/10.18235/0002317>
- Fragoso Pérez Carreño, R., Gallardo Galván, C. C., & Madrigal Lozano, M. M. (2023). Comparación de clientes que realizan aclaraciones de cargos no reconocidos en banca digital o centro de contacto. *Vinculatégica EFAN*, 9(3). <https://doi.org/10.29105/vtga9.3-273>
- García Ferrando, M. (1986). La encuesta. In M. García Ferrando, J. Ibáñez, & F. Alvira (Eds.), *El análisis de la realidad social Métodos y técnicas de investigación* (pp. 123–152). Alianza Editorial.
- García Flores, D. A., & Martínez Muñoz, D. C. (2021). *El uso de aplicativos móviles bancarios y su relación con la inclusión financiera de la población del NSE C y D en Lima Metropolitana, año 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/665618>

- Godoy, J. R. (2020). Bancarización, Digitalización Y Banca Móvil. Evolución De Los Modelos De Negocios Bancarios, En La Economía Digital De Panamá. *Revista Faeco Sapiens*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2016). *Metodología de la investigación* (6ta edición). Variable 6.
- Hernández Rivera, A., Silva Vázquez, J. C., & Chávez Maza, L. A. (2019). Educación financiera, banca digital y alternativas de financiamiento de las pymes. *Revista Relayn - Micro y Pequeñas Empresas En Latinoamérica*, 3(1). <https://doi.org/10.46990/relayn.2019.3.1.13>
- Herrera-Arizmendi, P. J., & Amezcua-Núñez, J. B. (2020). El uso de pagos electrónicos, con CoDi en México. *Vinculatégica EFAN*, 6(2). <https://doi.org/10.29105/vtga6.2-524>
- López Rodríguez, P. (2021). La brecha de género en la inclusión financiera en México. *Centro de Estudios Espinoza Yglesias*, 09.
- Martínez Ortega, R. M., Tuya Pendás, L. C., Martínez Ortega, M., Pérez Abreu, A., & Cánovas, A. M. (2009). El coeficiente de correlación de los rangos de Spearman. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 8(2), 1–19. <https://www.redalyc.org/pdf/1804/180414044017.pdf>
- Melo Bellido, G., & Jiménez Bartolo, E. E. (2023). Billeteras electrónicas: una herramienta para el emprendimiento en la era digital. *Interconectando Saberes*, 15. <https://doi.org/10.25009/is.v0i15.2776>
- Mendoza Rejas, J. N., Huamán, R. D. la C., Canchari Vásquez, U., & Motta Dueñas, J. A. (2023). BILLETAS MÓVILES, MEDIO DE PAGO ALTERNATIVO PARA MINORISTAS EN PANDEMIA. *Investigación & Negocios*, 16(28). <https://doi.org/10.38147/invneg.v16i28.162>
- Naranjo Quicaliquin, P. N., & Arias González, I. P. (2022). Costos de innovación tecnológica en las cooperativas de ahorro y crédito, segmento 1, cantón Píllaro, periodo 2020. *AlfaPublicaciones*, 4(3.1). <https://doi.org/10.33262/ap.v4i3.1.275>
- Núñez-Cruz, D., Tite-Quispe, C., & Sigüenza-Espín, M. (2022). Perceptiva de los clientes de entidades bancarias: un análisis sobre los servicios de banca móvil en Tungurahua. 593 *Digital Publisher CEIT*, 7(6–2). <https://doi.org/10.33386/593dp.2022.6-2.1587>

- Oruna Rodríguez, A. M., Oruna Rodríguez, M. Á., Aranguren Reyes, P. E., & Sánchez Ortega, J.A. (2023). Calidad de servicio de la banca móvil y lealtad del consumidor. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(102). <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.25>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Preciado-Ortiz, C., Gilsanz López, A., & Vargas-Barraza, J. (2018). Mobile banking adoption: a bibliometric analysis. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 1(25).
- Ramos Zaga, F. A. (2022). Factores de uso y adopción de las billeteras digitales en el Perú. *Newman Business Review*, 8(1), 83–106. <https://doi.org/10.22451/3002.nbr2022.vol8.1.10073>
- Romero Saldaña, M. (2016). Pruebas de bondad de ajuste a una distribución normal. *Revista Enfermería Del Trabajo*, 6(3), 105–114. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5633043.pdf>
- Rouse, M., & Verhoef, G. (2017). Banca Móvil En El Africa Sub-Sahariana: Asentando El Camino Hacia El Desarrollo Financiero. *Mobile Banking in Sub-Saharan Africa: Paving the Way towards Financial Development.*, 11.
- Treviño Saldívar, E. J., Saldívar del Ángel, R., & González Montalvo, M. A. (2021). Factores determinantes en el uso de la Banca Móvil en Nuevo León. *VinculaTégica*, 7(2). <https://doi.org/10.29105/vtga7.2-173>
- Vargas Garcia, A. H. (2021). La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú. *Industrial Data*, 24(2). <https://doi.org/10.15381/idata.v24i2.20351>

Anexos

Anexo 1. Evidencia de sumisión

[Puriq] Acuse de recibo del envío Recibir

revistapuriq@revistas.unah.edu.pe
para mí

ma, 11 Feb, 16:44

Jackelin Mlagros Curo Cajo

Gracias por enviar el manuscrito "Banco móvil e inclusión financiera de comerciantes de calzado del mercado San José - Juliaca" a Puriq. Con el sistema de gestión de publicaciones en línea que utilizamos podrá seguir el progreso a través del proceso editorial tras iniciar sesión en el sitio web de la publicación:

URL del manuscrito: <https://www.revistas.unah.edu.pe/index.php/autorio/authorDashboard/submission/775>
Nombre de usuario/a: cur2025

Si tiene alguna duda puede ponerse en contacto conmigo. Gracias por elegir esta editorial para mostrar su trabajo.

Edgar Gutiérrez Gómez

[Puriq](#)

Anexo 2. Copia de Resolución de Expedito



“AÑO DEL BICENTENARIO, DE LA CONSOLIDACIÓN DE NUESTRA INDEPENDENCIA, Y DE LA CONMEMORACIÓN DE LAS HEROICAS BATALLAS DE JUNÍN Y AYACUCHO”

RESOLUCIÓN N° 199-C-2024/UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 26 de junio de 2024

VISTO:

El expediente, de (del) la (las, los) bachiller(es): **Jackelin Milagros Curo Cayo**, identificado(a) con código Universitario N° 201820153 y **Flor Miriam Suaña Mamani**, identificado(a) con código Universitario N° 201820158, de la Escuela Profesional de Contabilidad, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión,

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la aprobación e inscripción del perfil de proyecto de tesis en formato artículo y la designación o nombramiento del asesor para la obtención del título profesional;

Que **Jackelin Milagros Curo Cayo** y **Flor Miriam Suaña Mamani**, ha(n) solicitado: la inscripción del perfil de proyecto de tesis titulado “*La banca digital y su relación con la inclusión financiera en los pobladores de una región alto andina del Perú, 2024*” y la designación del Asesor, encargado de orientar y asesorar la ejecución del perfil de proyecto de tesis en formato artículo;

Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 26 de junio de 2024, y en aplicación del Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad;

SE RESUELVE:

Aprobar la inscripción del perfil de proyecto de tesis en formato artículo (Art. 52.4), DESIGNAR el ASESOR (Art. 53), docente experimentado en investigación, con conocimiento en la temática de estudio, metodología de investigación, el cual es NOMBRADO PARA MONITOREAR, GUIAR, ORIENTAR Y SUPERVISAR la ejecución del perfil de proyecto de tesis, asimismo, se les dispone un plazo máximo de doce (12) meses para la ejecución (Art. 54).

Teistas	Código	CP	Título	Asesor	Dictaminadores
Jackelin Milagros Curo Cayo	201820153	Contabilidad y Gestión	La banca digital y su relación con la inclusión financiera en los pobladores de una región alto andina del Perú, 2024	Mtro. Rodolfo Agustín Calli Sonco	Dictaminador 1: Mtra. Marné Estefa Huayta Meza. Dictaminador 2: Mtra. Corina Alejo Nina
Flor Miriam Suaña Mamani	201820158	Tributaria			

Regístrese, comuníquese y archívese.



Dra. Maritza Soledad Arana Rodríguez
DECANA



Dra. Karina Elizabeth Paredes Abanto
SECRETARIA ACADÉMICA

24. No he usado la banca móvil ya que lo considero difícil de usar								
25. Considero que la banca móvil no es útil								
Accesibilidad								
26. No he utilizado la banca móvil porque no cuento con un dispositivo inteligente								
27. No he utilizado la banca móvil porque no cuento con internet								
28. Aunque no utilizo la banca móvil, siento que sería fácil acceder a servicios bancarios a través de mi teléfono móvil si lo quisiera.								
29. No hago uso de la banca móvil porque no sé cómo usarlo								
Educación financiera								
30. No he recibido información sobre educación financiera								
31. No tengo conocimiento acerca de cómo funciona la banca móvil								
Necesidades financieras								
32. La banca móvil no cubre mis necesidades económicas								
33. Los servicios bancarios presenciales se adecuan más a mis necesidades								
Seguridad								
34. No he utilizado la banca móvil porque considero que es inseguro								
35. Estoy más propenso a robos y/o fraudes si uso la banca móvil								
Variable: INCLUSIÓN FINANCIERA								
Acceso								
1. Los productos y/o servicios que ofrecen las entidades financieras son de fácil acceso a todas las personas								
2. Actualmente cuento con una cuenta de ahorros								
3. Puedo consultar el saldo y los movimientos de mi cuenta bancaria con facilidad								
4. Me resulta fácil encontrar un agente o entidad bancaria cerca								
5. Encuentro fácil abrir una cuenta bancaria a través de una aplicación móvil								
6. Puedo acceder a servicios financieros desde cualquier lugar y en cualquier momento mediante mi dispositivo móvil								
7. La disponibilidad de servicios financieros es adecuada en mi localidad								
8. Los servicios financieros pueden integrarse con otras aplicaciones como billeteras digitales								
Uso								

9. Utilizo regularmente servicios bancarios para realizar transacciones, como transferencias y pagos.						
10. Las aplicaciones móviles me permiten llevar un registro de mis gastos y ahorros.						
11. La banca móvil me ha facilitado la realización de operaciones financieras.						
12. Recibí alguna vez formación sobre educación financiera						
13. Estoy informado/a sobre los diferentes productos financieros disponibles y cómo utilizarlos.						
14. Me siento con la capacidad para tomar decisiones financieras informadas.						
Calidad						
15. Los productos y/o servicios que ofrecen las entidades financieras cubren mis necesidades financieras						
16. Me siento satisfecho con los productos y/o servicios que brindan las entidades financieras						
17. Mi nivel de confianza en las entidades financieras ha aumentado con el tiempo, debido a la banca móvil						
18. La aplicación de banca móvil que utilizo es segura y protege mis datos personales						
19. Los servicios financieros que utilizo ofrecen un buen servicio al cliente y resuelven mis problemas de manera efectiva.						
20. Los servicios de atención al cliente de mi entidad financiera son eficientes y disponibles para resolver cualquier problema relacionado con la banca móvil.						

Anexo 4.

Matriz de operacionalización de variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	E. MEDICION	METODOLOGÍA
1. Banca móvil	1.1 Uso de la banca móvil	1. Uso frecuente del aplicativo móvil 2. Aplicativo de la banca móvil para pagos 3. Mayor uso de la banca móvil que el efectivo 4. Aumento del uso de banca móvil	<ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo = 1 • En desacuerdo = 2 • Ni de acuerdo ni de desacuerdo = 3 • De acuerdo = 4 • Totalmente de acuerdo = 5 	<p>TIPO: Aplicada</p> <p>NIVEL: Correlacional</p> <p>DISEÑO DE INVESTIGACIÓN No Experimental: Transeccional</p> <p>POBLACIÓN Y UNIVERSO Comerciantes de calzados del mercado internacional san José, Juliaca.</p> <p>MUESTRA Muestreo opinático no probabilístico</p> <p>TÉCNICAS Encuesta</p> <p>INSTRUMENTOS Cuestionario de encuesta.</p> <p>DISEÑO ESTADÍSTICO Coeficiente de correlación de Rho de Spearman (r)</p>
	1.2 Atributos de valor de la banca móvil	5. Fácil uso de la app móvil 6. Interfaz de la app fácil de navegar 7. Fácil registro al utilizarla por primera vez 8. Fácil acceso a saldos, registros y transacciones 9. Acceso a un dispositivo móvil 10. Acceso a internet 11. La aplicación responde de manera eficiente 12. El servicio es rápido y barato 13. Seguridad frente a robos y/o fraudes 14. Uso medidas de seguridad como PIN, huella dactilar 15. Acceso a opciones de soporte técnico 16. Configuración de alertas y notificaciones para informar sobre las cuentas 17. Cumple con las expectativas del usuario 18. Protección de datos personales		
2. Inclusión Financiera	1.3 Obligatoriedad de aperturar una cuenta	19. Obligación de aperturar una cuenta corriente 20. Contar con algún producto financiero		
	1.4 Razones de la no adopción	21. Seguridad al realizar transacciones en efectivo 22. Mala administración en las finanzas personales 23. No ayuda a disminuir el tiempo en mis operaciones bancarias 24. Evito usar la banca móvil porque la encuentro difícil de utilizar 25. La app móvil no es útil 26. Falta de un dispositivo móvil		

	<p>2.1 Acceso</p> <p>2.2 Uso</p> <p>2.3 Calidad</p>	<p>27. Falta de internet</p> <p>28. Acceso a través de mi teléfono móvil</p> <p>29. Dificultad al utilizar la banca móvil</p> <p>30. Carece de educación financiera</p> <p>31. Conocimiento limitado de la banca móvil</p> <p>32. Carencia de economía</p> <p>33. Banca tradicional</p> <p>34. Desconfianza en la seguridad de las transacciones</p> <p>1. Productos financieros de fácil acceso</p> <p>2. Cuenta de ahorros</p> <p>3. Consulta de saldos y movimientos</p> <p>4. Agente, entidad bancaria</p> <p>5. Apertura de cuenta a través de la banca móvil</p> <p>6. Acceso desde cualquier lugar y hora</p> <p>7. Acceso a servicios financieros en mi localidad</p> <p>8. Integración de servicios financieros con billeteras digitales</p> <p>9. Uso regular de los servicios bancarios</p> <p>10. Registros de gastos y ahorros</p> <p>11. Facilidad al realizar operaciones financieras</p> <p>12. Información sobre educación financiera</p> <p>13. Conocimiento sobre los productos financieros</p> <p>14. Capacidad para tomar decisiones financieras</p> <p>15. Adecuación de Productos y Servicios a las Necesidades del Cliente</p> <p>16. Satisfacción con productos y servicios</p> <p>17. Aumento de confianza en las entidades financieras</p> <p>18. Seguridad y protección de la banca móvil</p> <p>19. Calidad del servicio al cliente y eficacia en la resolución de problemas</p> <p>20. Eficiencia y disponibilidad del servicio de atención al cliente en banca móvil</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Totalmente en desacuerdo = 1 • En desacuerdo = 2 • Ni de acuerdo ni de desacuerdo = 3 • De acuerdo = 4 • Totalmente de acuerdo = 5 	$r_s = 1 - \frac{6 \cdot \sum_{i=1}^n d_i^2}{n^3 - n}$
--	---	---	--	--

Anexo 5

Matriz de consistencia

TITULO: Relación entre la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados en el mercado San José base II de la ciudad de Juliaca

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Existe relación entre la Banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cómo es la relación entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca? 2. ¿Cómo es la relación entre los atributos de valor de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca? 3. ¿Cómo es la relación entre la obligatoriedad de aperturar una cuenta para el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca? 4. ¿Cómo es la relación entre las razones de la no adopción de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca? 	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar la relación entre la Banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer la relación entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 2. Establecer la relación entre los atributos de valor de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 3. Establecer la relación entre la obligatoriedad de aperturar una cuenta para el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 4. Establecer la relación entre las razones de la no adopción de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 	<p>HIPÓTESIS GENERAL.</p> <p>Existe relación entre la Banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Existe relación significativa entre el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 2. Existe relación significativa entre los atributos de valor de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 3. Existe relación significativa entre la obligatoriedad de aperturar una cuenta para el uso de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 4. Existe relación significativa entre las razones de la no adopción de la banca móvil y la inclusión financiera en los comerciantes del rubro de calzados del mercado internacional san José de Juliaca. 	<p>V1. Banca móvil</p> <p>V2. Inclusión nanciera</p>