



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



**USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO
DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y
CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

JULIACA - PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

**USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS
MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO
DE PUNO 2023**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

: 
Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI

PRIMER MIEMBRO

: 
Dr. Sc. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO

SEGUNDO MIEMBRO

: 
Mg. PERCY GONZALO PUMA PUMA

ASESOR DE TESIS

: 
Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

LINEA DE INVESTIGACION

: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS 5311 - UNESCO

**RESOLUCIÓN N.º 0844-2024-D-FCA-UANCV-J**

Juliaca, 18 de julio 2024

VISTOS:

El Expediente **2024-CU-8163** de fecha **03-07-2024** de **ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA**, quien solicita nominación de jurados, fecha y hora de sustentación, para rendir el examen de sustentación y defensa de la tesis titulado: **USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023**; conducente para optar el Título profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, que fue revisada por el Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**.

CONSIDERANDO:

Que, de conformidad con el artículo 8º, numeral b) del Reglamento General de Grados y Títulos de la UANCV vigente, es procedente acceder a la petición del interesado.

Que, al haber cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Y estando, la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación y el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y las atribuciones que confiere el artículo 28º del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. – DECLARAR APTO para la sustentación presencial del informe Final de la investigación (borrador de Tesis), del (la) bachiller **ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTICULO SEGUNDO. – NOMINAR JURADOS para la sustentación presencial y defensa de la tesis a los siguientes docentes ordinarios:

- | | |
|-------------------|-------------------------------------|
| * PRESIDENTE | : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI |
| * Primer miembro | : Dr. Sc. S. LICÍMACO AGUILAR PINTO |
| * Segundo miembro | : Mg. PERCY G. PUMA PUMA |
| * Asesor | : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR |

ARTICULO TERCERO. – PROGRAMAR FECHA Y HORA de sustentación como se detalla:

- | | |
|---------|---------------------------------|
| * Lugar | : Salón de Grados y Títulos |
| * Fecha | : miércoles 24 de julio de 2024 |
| * Hora | : 08:30am |

ARTICULO CUARTO. – DISPONER que la comisión de Grados y Títulos de la Facultad, Secretarías Académicas y Administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, comuníquese y archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



RESOLUCIÓN Nº 0061-2024-UI-FCA-UANCV-I

Juliaca, 22 de de abril 2024

VISTOS:

El Expediente: 2024-CU-1047 de fecha 18 de marzo de 2024, del Bach. ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA, quien solicita Revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) y el Anexo (04 o 05) "Ficha de Opinión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis)" que fue revisada por el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales.

CONSIDERANDO:

Que, las Unidades de Investigación son unidades académicas que agrupan a docentes y estudiantes de diversas disciplinas, en razón del desarrollo de investigación científica, tecnológica y humanista de acuerdo al Estatuto Universitario Modificado 2020 de nuestra primera Casa Superior de Estudios.

Que, el (la) Bach. ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA, quien solicita la revisión del Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del tema titulado: USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023, conducente para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos plasmado en la Resolución Nº 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, el Comité de Investigación emitió su opinión favorable al Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis).

Que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, corroboró el asesoramiento en el Informe Final de la Investigación (borrador de Tesis) del ASESOR Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR.

Estando, la opinión favorable del comité de Investigación, en concordancia con el Reglamento Interno de Trabajo de Investigación Conducente a Grados y Títulos Resolución Nº 0294-2023-UANCV-CU-R, de conformidad a lo que establece la Ley Universitaria Nº 30220, Ley de Creación de la UANCV Nº 23738 y Modificatoria Nº 24661 y el Estatuto de la UANCV, que confiere facultades a la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO. - APROBAR Y AUTORIZAR EL INFORME FINAL DE LA INVESTIGACIÓN (BORRADOR DE TESIS), para la REVISIÓN DE SIMILITUD TURNITIN, del tema titulado USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023, presentado por el (la) Bach. ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales, en virtud de los considerandos expuestos.

ARTÍCULO SEGUNDO. - RATIFICAR, como ASESOR al Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR.

ARTÍCULO TERCERO.- DISPONER, que la facultad, secretarías académicas y administrativas, quedan encargados del cumplimiento de la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

Dr. S. L. Lemaco Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:



RESOLUCIÓN N.º 1372-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 12 de diciembre de 2023

VISTOS:

El oficio N° 118-2023-UI-FCA-UANCV-J del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual remite propuestas de investigación para emisión de resolución de aprobación y autorización de ejecución de la propuesta de investigación, respecto al expediente CU-17223, presentado por: **ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) egresado(a): **ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA**, ha presentado propuesta de investigación de acuerdo al Artículo 21° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación conducente a Grados y Títulos, aprobado mediante Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R.

Que, mediante Resolución N° 015-2023-CF-CA-UANCV-J se aprueba la nominación del nuevo Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez de Juliaca, a partir del 05 de octubre de 2023, hasta el 31 de diciembre 2023 para los docentes ordinarios y hasta el 07 de diciembre de 2023, para los docentes contratados, conformado por los docentes: Dr. Roberto Payé Colquehuanca (docente ordinario), Dr. Robbins Flores Aguilar (docente ordinario), Dr. Juan Mauricio Pilco Churata (docente contratado), Mg. Jhon Alex Quispe Mejia (docente contratado).

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha remitido al Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas el expediente CU-17223, presentado por: **ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA**, en el cual presenta propuesta de investigación intitulado: **USO DE LA BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023**, para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

Que, la revisión de la propuesta de investigación ha sido realizado el 06 de diciembre de 2023, por el docente: **Mg. JHON ALEX QUISPE MEJIA**, integrante del Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, quien ha dictaminado: **opinión favorable**, en el formato correspondiente.

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, solicita emisión de Resolución de aprobación y autorización de ejecución de la propuesta de investigación intitulado: **USO DE LA BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023** presentado por: **ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA** para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.



RESOLUCIÓN N.º 1372-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 12 de diciembre de 2023

Estando, en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo a al Reglamento Interno de Trabajo de Investigación conducente a Grados y Títulos, aprobado mediante Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R, y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria N° 30220, ley de Creación de la UANCV N° 23738, y modificatoria N° 24661, y el Estatuto Universitario promulgado por Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R, al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas;

SE RESUELVE:

PRIMERO: Aprobar y autorizar la ejecución de la propuesta de investigación, presentado por el(la) egresado:

Nombres y Apellidos:	ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA
Título de la propuesta de investigación:	USO DE LA BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023
Para optar el título profesional de:	LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
Asesorado por el docente:	Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

SEGUNDO: La ejecución de la propuesta de investigación deberá realizarse de acuerdo a lo establecido en el Artículo 26° del Reglamento Interno de Trabajo de Investigación conducente a Grados y Títulos, aprobado mediante Resolución N° 0294-2023-UANCV-CU-R

TERCERO: DISPONER que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quispe
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:
- Unidad de Investigación (1)
- Asesor (1)
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)



USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

24%

INDICE DE SIMILITUD

23%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	7%
2	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	6%
3	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
5	alicia.concytec.gob.pe Fuente de Internet	1%
6	Submitted to uncedu Trabajo del estudiante	1%
7	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	www.itson.mx Fuente de Internet	<1%



METADATOS COMPLEMENTARIOS

TÍTULO DE LA TESIS	
USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	71374938
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0006-9451-6068
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02426851
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-6313-4052
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02291995
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	PERCY GONZALO PUMA PUMA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02374215



Datos de investigación	
Línea de investigación	ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS 5311 - UNESCO
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno Longitud: 15°50'47.3" S Latitud: 70°01'15.5" W</p> <p>https://maps.app.goo.gl/HxtfwwEeYB25xTbh7</p> 
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Noviembre 2023 – Diciembre 2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Economía y Negocios https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00</p> <p>Negocios, Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.04</p>



UNIVERSIDAD ANDINA NESTOR CACERES VELASQUEZ
 NESTOR CACERES VELASQUEZ

 Dr. Sc. S. L. Leimaco Aguilar Pinto
 DIRECTOR
 UNID. INVESTIGACIÓN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo ANIBAL SANTIAGO PACHO GARNICA, Identificado con DNI Nro. 71374938 en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico denominada:

USO DE LAS BILLETAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023

Asesorado por: Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 06 de Septiembre del 2024



FIRMA ASESOR



FIRMA TESISTA



Huella



DEDICATORIA

A mis padres que durante estos años me inculcaron sus conocimientos, por el constante apoyo diario que me brindan, que siempre están a mi lado dándome el apoyo necesario esta dedicados a todos ellos con mucho cariño y Agradezco su voluntad de Apoyo.



AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecerle a ti Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional y a su plana de sus docentes por sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado en mí que pueda terminar mis estudios con éxito.

Y por último a mi familia, los cuales me han motivado durante mi formación profesional. Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones. Para ellos: Muchas gracias y que Dios los bendiga.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	xii

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Formulación del problema.....	3
1.2.1 Problema principal.....	3
1.2.2 Problemas específicos.....	3
1.3 Justificación de estudio.....	3

CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1 Objetivo general.....	5
2.2 Objetivos específicos.....	5

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes de la investigación.....	6
3.1.1. Antecedentes Internacionales.....	6
3.1.2. Antecedentes Nacionales.....	10



3.1.3. Antecedentes Locales 13

3.2 Marco teórico 14

3.2.1 Billetera digital 14

3.2.2 Comportamiento del consumidor 23

3.3 Marco conceptual 27

CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1 Hipótesis general 31

4.2 Hipótesis específicas 31

4.3 Operacionalización de variables..... 32

CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Enfoque de la investigación..... 33

5.2 Método(s) aplicados a la investigación 33

5.3 Tipo de investigación 34

5.4 Nivel de investigación 34

5.5 Diseño de investigación..... 35

5.6 Población y muestra 35

5.6.1 Población..... 35

5.6.2 Muestra 36

5.7 Técnica e instrumento 37

5.7.1 Técnica..... 37

5.7.2 Instrumento 38

5.8 Confiabilidad y validez del instrumento 38

5.8.1 Confiabilidad..... 38



5.8.2 Validez..... 39

5.9 Procedimiento de tratamiento de datos..... 39

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 Presentación..... 46

6.2 Análisis e interpretación de resultados..... 47

6.3 Discusión de resultados..... 55

CONCLUSIONES..... 58

RECOMENDACIONES 60

REFERENCIAS..... 62

ANEXOS..... 67



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de operacionalización de variables	32
Tabla 2 Resultado de la prueba de Tau-b de Kendall el uso de las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor”	40
Tabla 3 Prueba de Tau-b de Kendall entre las funciones que tienen las billeteras digitales respecto al comportamiento del consumidor	42
Tabla 4 Prueba de Tau-b de Kendall entre la seguridad tiene las billeteras digitales en relación al comportamiento del consumidor	43
Tabla 5 Prueba de Tau-b de Kendall entre los beneficios que tiene las billeteras digitales respecto al comportamiento del consumidor	45
Tabla 6 Pruebas estadísticas para la evaluación de la normalidad	46
Tabla 7 Correlación entre el uso de las billeteras digitales y su relación con el comportamiento de los consumidores en los mercados de Laykakota y central.	48
Tabla 8 Resultado de las funciones que tiene las billeteras digitales respecto al comportamiento del consumidor en los mercados Laykakota y central	50
Tabla 9 Resultados sobre la seguridad que tiene las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor” en los mercados	51
Tabla 10 Correlación entre los beneficios que tiene las billeteras digitales con relación al comportamiento del consumidor	53



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 El uso de las billeteras digitales respecto al comportamiento de los consumidores de los mercados Laykakota y central 48

Figura 2 Correlación entre las funciones de las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor” de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno 50

Figura 3 Correlación entre la seguridad de las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor” de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno 52

Figura 4 Correlación entre los beneficios que tienen las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor” de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno 54



RESUMEN

En este estudio se planteó como propósito principal: "Determinar la relación del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023", en donde el uso de las billeteras son métodos de pago electrónicos, por lo que impacta las decisiones de compra y en general, en el comportamiento de los consumidores que frecuentan en los mercados Laykakota y Central en el distrito. Para este caso la investigación se consideró como cuantitativo, a raíz de que el análisis de información se realizó de manera numérica, así como también fue considerado como diseño no experimental de nivel correlacional. Para recabar la información se consideró como población a 1466 usuarios y de ello se extrajo una muestra mediante el método del muestreo probabilístico, siendo así una población muestral de 275 usuarios; fueron a ellos a quienes se les encuestaron mediante un cuestionario para responder a los objetivos e hipótesis planteados, como resultado de todo ello, se obtuvo que entre las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor" un coeficiente de correlación de 0,243**, a un nivel de significancia menor a 0,05, refiriendo que, si las billeteras digitales aumentan en los mercados de Laykakota y Central, el comportamiento de compra por parte del consumidor aumentará en un 5,90%. Todos estos resultados llevaron a concluir que: "Existe una relación significativa del uso de las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor" de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".

Palabras clave: Clientes, comerciantes, plin, ventas, yape.



ABSTRACT

The main purpose of this study was: "To determine the relationship between the use of digital wallets and consumer behavior in the Laykakota and central markets of the district of Puno, 2023", where the use of wallets are electronic payment methods. , therefore it impacts purchasing decisions and, in general, the behavior of consumers who frequent the Laykakota and Central markets in the district. In this case, the research was considered quantitative, since the information analysis was carried out numerically, as well as being considered as a non-experimental design at a correlational level. To collect the information, 1466 users were considered as the population and a sample was extracted from this using the probabilistic sampling method, thus resulting in a sample population of 275 users; They were the ones who were surveyed through a questionnaire to respond to the stated objectives and hypotheses. As a result of all this, it was obtained that between "digital wallets and consumer behavior" a correlation coefficient of 0.243**, a significance level less than 0.05, indicating that, if digital wallets increase in the Laykakota and Central markets, consumer purchasing behavior will increase by 5.90%. All these results led to the conclusion that: "There is a significant relationship between the use of "digital wallets and consumer behavior" in the Laykakota and central markets of the district of Puno, 2023."

Keywords: Customers, merchants, plin, sales, yape.



INTRODUCCIÓN

El uso de billeteras digitales se ha convertido en un elemento fundamental en la vida cotidiana de los consumidores, transformando la manera en que realizamos transacciones y gestionamos nuestro dinero, con el avance de la tecnología las billeteras digitales, en su esencia, son plataformas electrónicas que permiten a los usuarios almacenar, gestionar y transferir fondos de manera virtual, para ello la transición hacia lo digital no solo implica modernizar los métodos de transacción, sino que también el comportamiento del consumidor en ello tenemos la facilidad de pagar con un toque en el móvil, acceso instantáneo a registros financieros y transacciones.

En la última década, el panorama de los sistemas de pago ha experimentado una rápida transformación impulsada por la digitalización y la innovación tecnológica. En este contexto, las billeteras digitales han surgido como una herramienta cada vez más popular para facilitar las transacciones financieras, ofreciendo a los consumidores una alternativa conveniente y segura a los métodos de pago tradicionales. Este fenómeno no ha sido ajeno a los mercados locales, donde la adopción de tecnologías financieras innovadoras como las billeteras digitales ha comenzado a dejar una huella significativa en los patrones de consumo y comportamiento del consumidor.

En el distrito de Puno, ubicado en el altiplano peruano y caracterizado por su rica tradición comercial en los mercados Laykakota y Central, el uso de billeteras digitales ha ido en aumento durante el año 2023. Estos mercados, centros neurálgicos de actividad comercial y cultural en la región, han sido testigos de un cambio notable en la forma en que los consumidores realizan sus transacciones diarias. Desde la compra de productos frescos hasta la adquisición



de bienes diversos, las billeteras digitales han comenzado a desempeñar un papel fundamental en el proceso de compra, transformando así la dinámica tradicional de estos mercados. La investigación está dividida en los siguientes capítulos:

En el capítulo I: Se da a conocer el planteamiento del problema, las respectivas preguntas y la justificación.

En el capítulo II: Se muestra, los objetivos.

En el capítulo III: Se proporciona los antecedentes y el marco teórico.

En el capítulo IV: Se muestra las hipótesis y la operacionalización de las variables.

En el capítulo V: Se muestra la metodología de investigación, la población, muestra, la técnica e instrumentos.

En el capítulo VI: Se muestra los resultados, las conclusiones y las recomendaciones.



CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema

En la actualidad, los medios de pago han experimentado una rápida evolución. En el pasado, el efectivo era el método de pago más común, pero con el tiempo han surgido nuevas modalidades, como los sistemas de punto de venta (POS). Estos sistemas eran utilizados inicialmente por usuarios que tenían cuentas bancarias, pero posteriormente se han desarrollado nuevas modalidades para facilitar las transacciones a todos los usuarios, tanto para fines comerciales como personales. En respuesta a las nuevas necesidades y cambios a nivel mundial, algunos bancos han lanzado sus propias aplicaciones de pago, como Plin, Yape, Tunki, Lukita, etc. Estas aplicaciones ofrecen a los usuarios una forma segura, fácil y rápida de realizar pagos sin contacto, lo que ha contribuido a la inclusión financiera. El uso de estas aplicaciones ha aumentado de forma acelerada en los últimos dos años. Es importante destacar que las empresas han adoptado este nuevo método de cobro, lo que ha beneficiado a los usuarios al facilitar y agilizar sus pagos.

En el ámbito internacional, las empresas han adoptado nuevos medios de pago como las billeteras digitales, lo que ha llevado a los usuarios a descargarse sus aplicaciones móviles para realizar sus pagos de forma más sencilla. Las



billeteras digitales han tenido una creciente aceptación en todo el mundo. Su uso se ha incrementado significativamente en los últimos años, pasando de 100 millones de usuarios activos mensuales a más de 300 millones en la actualidad.

Un estudio realizado por la consultora BCG en Perú reveló que la pandemia impulsó la adopción de los pagos digitales en el país. Estos pagos, que permiten realizar transacciones sin contacto, se convirtieron en una alternativa segura y práctica para emprendedores, empresas y compradores, contribuyendo a mitigar la crisis económica mundial. El crecimiento de las billeteras digitales y la automatización de pagos entre negocios son tendencias que se espera continúen en el mediano plazo. Sin embargo, Perú muestra una tasa de adopción de billeteras digitales inferior a la de otros países de América Latina.

Las personas que viven en la ciudad de Puno no están habituadas con las billeteras digitales ni con el uso de la tecnología para realizar pagos con celulares. Este medio de pago es novedoso para las personas, ya que requiere que los negocios cuenten con un código QR o un número de celular para realizar las compras. (Perú21, 2020). Es importante considerar que una parte de los habitantes que realiza compras en los mercados está compuesta por adultos mayores, quienes no están familiarizados a utilizar tecnología, por lo que pueden sentir desconfianza y miedo. En el distrito de Puno, las billeteras digitales se están posicionando como una nueva modalidad de pago. Estas ofrecen una serie de ventajas, como la seguridad, la facilidad y la inmediatez. Sin embargo, la población aún no está familiarizada con este medio de pago, lo que genera desconfianza y brechas en su implementación.



1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema principal

¿Cuál es la relación de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿De qué manera se relaciona las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023?
- ¿De qué manera se la relaciona la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023?
- ¿De qué manera se relaciona los beneficios de las billeteras digitales en el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023?

1.3 Justificación de estudio

Justificación teórica

La justificación teórica se apoya en el creciente papel de las billeteras digitales en la transformación de las transacciones comerciales y su impacto en el comportamiento del consumidor. Autores como Smith (2021) han destacado la importancia de comprender cómo las tecnologías financieras, como las billeteras digitales, influyen en las decisiones de compra y en las interacciones comerciales. Esta base teórica respalda la relevancia del estudio al contextualizar la investigación dentro del marco conceptual existente sobre comportamiento del consumidor y tecnologías financieras.



Justificación práctica

La justificación práctica se centra en la elección específica de los mercados Laykakota y Central en el Distrito de Puno. La dinámica socioeconómica y cultural única de estos mercados ofrece un terreno fértil para explorar cómo las billeteras digitales están siendo adoptadas y cómo afectan las transacciones diarias. García (2022) subraya la necesidad de investigaciones que aborden contextos específicos para obtener conocimientos prácticos y aplicables a situaciones reales. Este enfoque práctico no solo beneficia a los comerciantes y consumidores locales, sino que también contribuye al conocimiento global sobre la adopción de tecnologías financieras en entornos diversos.

Justificación metodológica

La justificación metodológica destaca la necesidad de un enfoque mixto que combine métodos cuantitativos y cualitativos. La recopilación de datos cuantitativos permite identificar patrones y tendencias en el uso de billeteras digitales, mientras que los enfoques cualitativos, como entrevistas y observación participante, proporcionan perspectivas enriquecedoras sobre las actitudes y experiencias de los usuarios. Esta metodología integral sigue las recomendaciones de autores como Johnson (2019), quien aboga por enfoques mixtos para una comprensión holística de fenómenos complejos.

En resumen, el estudio se posiciona como una contribución significativa al campo del comportamiento del consumidor y las tecnologías financieras, abordando de manera específica y contextual la adopción de billeteras digitales en los mercados Laykakota y Central del Distrito de Puno en 2023.



CAPÍTULO II

OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

Determinar la relación del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023.

2.2 Objetivos específicos

- Determinar la relación de las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023
- Determinar la relación de la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023
- Determinar la relación de los beneficios de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023.



CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

3.1 Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes Internacionales

Alanoca (2020) En su trabajo de investigación busca llevar la sistematización de los procedimientos llevados a cabo por la empresa, tales como las transferencias y los pagos de servicios, con carácter inmediato. Estos procedimientos son de suma importancia para la entidad, y resulta imperativo implementar una sistematización de las transacciones financieras dirigida a usuarios que carecen de una cuenta bancaria. El título del proyecto de grado es "Desarrollo de una Billetera Móvil para Facilitar Transacciones Financieras: Caso del Banco de Crédito de Bolivia (BCP)." Este proyecto ha sido ejecutado en las instalaciones del Banco de Crédito con el propósito de automatizar las transacciones financieras realizadas de manera presencial. La metodología empleada para el desarrollo del proyecto fue Scrum, un enfoque que propone un modelo de proceso incremental, basado en iteraciones y revisiones continuas. En la fase de conclusión del desarrollo de la aplicación Android, se empleó el lenguaje de programación Java como herramienta principal, junto con el gestor de base de datos SQL SERVER. Además, se contó con la colaboración esencial del servidor para garantizar el correcto funcionamiento de la aplicación.



Agudelo (2020) En la actualidad, se observa cómo la tecnología ha experimentado avances significativos en los diversos sistemas de comunicación, transformando la forma en que los individuos acceden a la información y se mantienen conectados a internet las 24 horas del día. Este desarrollo tecnológico ha llevado a una optimización del tiempo, con el objetivo de mejorar la calidad de vida, permitiendo a las personas realizar sus actividades diarias sin perder tiempo en la gestión de sus asuntos económicos y financieros. En este contexto, surge la oportunidad de satisfacer una necesidad primordial mediante la incorporación de la inteligencia artificial, con el propósito de generar cambios positivos en la sociedad. En consecuencia, se emprendió una investigación focalizada en una población específica: los estudiantes del Tecnológico de Antioquia, sede Itagüí, quienes se están preparando para su vida profesional. El objetivo fue analizar el nivel de conocimiento y uso de tecnologías, como las billeteras virtuales ofrecidas por diversos bancos en Colombia, con el fin de determinar cómo estas herramientas impactan en sus experiencias diarias. Los resultados de la investigación revelaron, entre otros aspectos, que más del 49,5% de la población estudiada manifestó tener una experiencia altamente positiva con las billeteras virtuales. Este hallazgo destaca la aceptación y satisfacción de los usuarios con estas tecnologías financieras, subrayando su potencial para promover el uso continuo de este canal en evolución para realizar compras y pagos.

Bustos & Almeida (2023) En los últimos años, la banca móvil ha experimentado un notable crecimiento, consolidándose como un canal bancario que posibilita a los clientes llevar a cabo transacciones a través de dispositivos móviles las 24 horas del día y los siete días de la semana. Este enfoque



proporciona a los clientes un servicio más accesible y veloz. El propósito fundamental de la presente investigación radica en la aplicación de un modelo con niveles de fiabilidad aceptables, con el fin de identificar las variables que influyen en la adopción del uso de la banca móvil. Con este propósito, se empleó el modelo de la Teoría Unificada de Adopción y Uso de Tecnología 2, conceptualizado de manera teórica y original por Venkatesh. La evaluación de este modelo se llevó a cabo mediante la recopilación de datos a través de una encuesta implementada mediante Google Forms, y se aplicó el modelo de Ecuaciones Estructurales (PLS-SEM). El objetivo central era esclarecer los factores determinantes que influyen en la intención y comportamiento de uso de la banca móvil por parte de los usuarios bancarios. Los resultados obtenidos indican que las variables como las condiciones facilitadoras, el hábito, la influencia social y la motivación hedónica inciden en la intención de uso. Además, se evidencia que tanto el hábito como la intención de uso tienen un impacto en el comportamiento de uso de la banca móvil por parte de los usuarios bancarios.

El estudio realizado por Mercado et al. (2019) se centra en explorar las características del comportamiento del consumidor en plataformas de compras en línea en el estado sur de Sonora, México. Utilizando un enfoque cualitativo basado en la metodología de la Teoría Fundamentada, el objetivo principal es identificar y categorizar variables relacionadas con la compra en línea, incluyendo motivación, preferencias, hábitos y patrones de compra. Para llevar a cabo la investigación, se realizaron entrevistas semiestructuradas con consumidores locales que tienen experiencia en compras en línea. Tras el análisis de los datos, se identificaron tres categorías principales: motivación de compra, experiencias del consumidor y comportamiento. Además, se



identificaron diversas variables que influyen significativamente en las preferencias, decisiones y patrones de compra de los consumidores. Los resultados obtenidos proporcionan información valiosa para la formulación de estrategias destinadas a la toma de decisiones efectivas, especialmente en el diseño de plataformas en línea. Estas observaciones pueden ser aplicadas para ofrecer un servicio más personalizado a los consumidores, lo que contribuye a mejorar la experiencia de compra en línea y a optimizar el rendimiento de las plataformas comerciales.

Barrera et. al (2022) La neurociencia del consumidor se enfoca en examinar la respuesta cerebral a diversos estímulos generados por las marcas, con el objetivo de determinar los principales factores que incitan a una persona a adquirir un producto. El presente estudio lleva a cabo un análisis bibliométrico de la literatura relacionada con la neurociencia y el comportamiento del consumidor. Este análisis tiene como objetivo identificar los países, autores, revistas e instituciones más influyentes, así como explorar la estructura del campo y señalar posibles líneas de investigación futuras. La revisión se basa en un análisis bibliométrico y de redes de documentos publicados en la base de datos Scopus durante el periodo comprendido entre los años 2007 y 2021. Este mapeo científico abarca 178 documentos y, a través del análisis de redes, se han identificado tres perspectivas o clústeres de investigación significativos: el impacto emocional de la publicidad; la persuasión del consumidor por parte de las marcas; y la influencia de las emociones en el cerebro y el comportamiento del consumidor. Como conclusión, se presenta una agenda para futuras investigaciones en este ámbito.



3.1.2. Antecedentes Nacionales

Encalada et. al (2020) El desarrollo tecnológico significativo del sistema financiero electrónico respaldado por la banca de Ecuador ha impulsado la necesidad de adaptar prácticas que faciliten la realización de transferencias mediante cargas electrónicas a través de dispositivos móviles. El propósito central de la presente investigación es examinar los impactos derivados de la implementación del novedoso sistema de dinero electrónico. En el marco de esta investigación, se adopta el método dialéctico para analizar los fenómenos y contradicciones que inciden parcialmente en la liquidez de las entidades bancarias ecuatorianas. Los hallazgos revelan que el uso del dinero electrónico en transacciones comerciales de bienes y servicios presenta beneficios sustanciales, tales como la eliminación del redondeo, la reducción del traslado de efectivo en forma física, la mitigación de robos y eventos violentos. Además, se destaca su contribución al fortalecimiento de la competitividad como un diferenciador clave para las operaciones de negocios electrónicos.

Huaman Et. al (2023) El presente estudio de investigación tuvo como propósito principal: "Evaluar y analizar las repercusiones del dinero electrónico en la inclusión financiera de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) ubicadas en la Provincia de Cusco. Se llevó a cabo una encuesta dirigida a 98 propietarios y directivos de micro y pequeñas empresas, y para el análisis de los datos, se empleó la modelación de ecuaciones estructurales mediante mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Los resultados obtenidos indican que la utilización del dinero electrónico ejerce un efecto moderado y directo en el acceso a los servicios financieros ($R^2 = 0.278$) y un impacto significativo y directo en la calidad de los servicios financieros ($R^2 = 0.585$). En contraste, se observa que el uso de



los servicios financieros no experimenta un efecto directo sustancial ($R^2 = 0.082$). De estas observaciones, se deduce que la adopción del dinero electrónico emerge como un mecanismo relevante para promover la inclusión financiera. En términos generales, este estudio contribuye al desarrollo de una literatura hasta ahora poco explorada sobre el impacto del dinero móvil en el contexto de la digitalización del sistema financiero”.

Chavez & Lucero (2022) analizan: “La relación existente entre las billeteras electrónicas y las transacciones comerciales llevadas a cabo por microempresarios ubicados en el centro comercial Golden Plaza en Huaraz durante el año 2022. Esta investigación se enmarca dentro de la línea de investigación de finanzas. En cuanto a su enfoque, se clasifica como aplicada, fundamentada en teorías pertinentes al tema en cuestión. Para ello considera como población de 17 microempresarios. Los resultados obtenidos revelan una relación significativa ($Ch^2 = 0.962$; con un sig. = .038) entre las billeteras electrónicas y las transacciones comerciales de los microempresarios en el centro comercial Golden Plaza. Esta relación se interpreta como considerablemente positiva, sugiriendo que un mayor uso frecuente de las billeteras electrónicas se asocia con un porcentaje más alto de transacciones comerciales. Específicamente, se observa que las billeteras electrónicas presentan un 82.35% de incidencia, mientras que las transacciones comerciales alcanzan un 82.36% en el nivel alto”.

Mendoza (2023) La investigación se propone analizar el impacto de la actitud en la disposición de los usuarios para adoptar los servicios ofrecidos por la aplicación Yape del Banco de Crédito del Perú (BCP) en Lima Metropolitana durante el año 2022. Este estudio se adhiere a un enfoque cuantitativo con un



alcance explicativo y se configura como un diseño no experimental de naturaleza transversal. La selección de la muestra se realizó mediante un método de muestreo no probabilístico, con la participación de 384 usuarios. La recopilación de datos se llevó a cabo empleando el instrumento desarrollado por Alswaigh, y se basa en los modelos TAM y UTAUT para identificar los factores que inciden en la aceptación del usuario hacia la adopción de servicios tecnológicos. Estos factores incluyen la percepción de facilidad de uso, utilidad percibida, confianza, seguridad, condiciones facilitadoras, compatibilidad con el estilo de vida, intención de uso y la actitud. La recolección de datos se ejecutó de manera online. En cuanto al análisis de datos, se llevaron a cabo pruebas que incluyen análisis de factores, análisis de confiabilidad mediante el coeficiente alfa de Cronbach y regresiones lineales. Los resultados obtenidos indican que la variable actitud es significativa, explicando el 72% de la variabilidad en la intención de uso. Asimismo, se confirmó que todas las dimensiones propuestas resultan significativas, abarcando el 77.6% de la variabilidad en la intención de uso.

El estudio de Díaz et al. (2023) resalta la transformación que ha experimentado el sector financiero debido al avance tecnológico, especialmente con el surgimiento de las Fintech. Este cambio ha generado una mayor demanda de servicios financieros digitales entre los usuarios, quienes buscan comodidad, eficiencia y seguridad en sus transacciones. Sin embargo, la adopción de estas innovaciones no ha sido equitativa entre las diferentes instituciones financieras, lo que ha dejado rezagados a usuarios de empresas más pequeñas o menos digitalizadas. La propuesta presentada en el trabajo, centrada en la creación de una aplicación móvil llamada "Al Toke", apunta a cerrar esta brecha digital y



ofrecer una solución accesible a los usuarios de empresas financieras menos digitalizadas. Este enfoque no solo busca mejorar la experiencia del usuario, sino que también tiene un impacto social positivo al contribuir al ahorro de tiempo y la inclusión financiera de segmentos de la población con menos recursos.

3.1.3. Antecedentes Locales

Romero (2019) tuvo como objetivo de: "Evaluar la posible influencia del neuromarketing en las decisiones de compra de clientes en la mencionada empresa durante el primer trimestre de 2018. La metodología empleada se ajusta al diseño no experimental de tipo correlacional, utilizando un enfoque cuantitativo. La población de interés comprende los consumidores que frecuentan el establecimiento de Negolatina en un día promedio, con una muestra de 174 clientes seleccionados de manera aleatoria mediante un método probabilístico simple. Para la recolección de datos, se aplicó una encuesta validada por expertos, abordando aspectos relacionados con el neuromarketing y las decisiones de compra. Los resultados obtenidos a través de la Prueba de hipótesis del chi-cuadrado, con un coeficiente de correlación de 39.146, revelan una conexión significativa entre las variables de Neuromarketing y Decisión de compra. Esto sugiere que, de acuerdo con la evidencia recabada, el neuromarketing ejerce una influencia positiva en las elecciones de compra de los consumidores en Industrias Alimentarias Negolatina S.C.R.L. En conclusión, se evidencia que la empresa implementa estrategias de neuromarketing de manera indirecta, como la utilización de colores específicos en la disposición de espacios dentro de la tienda, generando un entorno estable durante la experiencia de compra. Además, se destaca la incorporación de elementos musicales en



distintos puntos de venta para crear una atmósfera agradable. La utilización de hierbas aromáticas, como la ruda, para identificar la región, y la aplicación de diversos aromatizantes contribuyen a formar una imagen de limpieza e higiene en la empresa”.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Billetera digital

La billetera digital se define como un medio electrónico que facilita a los usuarios almacenar, gestionar y realizar transacciones financieras de manera virtual. Según Smith (2020), estas plataformas han ganado prominencia en el panorama financiero contemporáneo al ofrecer una alternativa eficiente y segura a las transacciones en efectivo y tarjetas físicas. Este instrumento, también conocido como monedero electrónico, se distingue por su capacidad para almacenar información de pago, como tarjetas de crédito o débito, de forma cifrada, permitiendo a los usuarios realizar pagos en línea y en establecimientos físicos mediante dispositivos móviles (Johnson, 2018). La funcionalidad de la billetera digital se extiende más allá de las transacciones, ya que algunos proveedores ofrecen servicios adicionales como seguimiento de gastos, promociones y programas de lealtad (Brown & Davis, 2021).

Rodriguez (2019) resalta que existen relación entre los servicios financieros digitales ofrecidos por el Banco de la Nación y la gestión financiera de la entidad. Sin embargo, Hidalgo (2021) sostiene que las billeteras digitales en el mercado peruano impactan negativamente en el desarrollo de un ecosistema de pagos digital inclusivo y de amplio uso.



En ese sentido definir conceptos sobre las billeteras digitales es necesario comprender las teorías de comportamiento del consumidos, así mismo la teoría de la innovación y la teoría de la difusión tecnológica.

3.2.1.1 Dimensión Funcionalidad

La funcionalidad de la billetera digital se amplía con la inclusión de servicios diversos, como la gestión de presupuestos, seguimiento de gastos y programas de recompensas por lealtad (García et al., 2021). Estas características contribuyen a una experiencia financiera más integral y personalizada para los usuarios, potenciando su capacidad para mejorar su bienestar económico. (p. 78).

La funcionalidad de las billeteras digitales, como Yape, Plin u otras, en los mercados de abastos es esencial para agilizar y mejorar la experiencia de compra, debido a que facilitan transacciones rápidas y eficientes, además reducen la dependencia del efectivo, promueven la inclusión financiera al permitir transacciones digitales sin necesidad de servicios bancarios tradicionales, ofrecen un registro detallado de transacciones para el control financiero, y contribuyen a la seguridad sanitaria al minimizar el contacto físico durante el intercambio de pagos. Estos beneficios hacen que la adopción de billeteras digitales sea crucial para modernizar y optimizar los procesos comerciales en entornos tradicionales como los mercados de abastos.

A. Indicador Uso del Celular (Smartphone)

La penetración del uso del celular, específicamente smartphones, ha transformado profundamente la dinámica socio tecnológica. En palabras de Anderson (2018), los smartphones son dispositivos omnipresentes que han



remodelado la interacción humana y la conectividad. Su versatilidad, que abarca desde comunicaciones instantáneas hasta el acceso a información en tiempo real, lo que generó un impacto significativo en diversos aspectos de la vida cotidiana (p. 72). Este fenómeno destaca la importancia de estudiar la influencia multidimensional de los smartphones, no solo como herramientas comunicativas, sino también como facilitadores de la interconexión y la adopción de nuevas prácticas sociales.

B. Indicador Rápido Uso

El rápido uso, en el contexto contemporáneo, ha adquirido una relevancia sustancial en diversas disciplinas. Como señala Jones (2021), la velocidad de adopción y aplicación de tecnologías emergentes es un indicador crucial en la evaluación de su impacto y eficacia (p. 45). Este fenómeno refleja la aceleración de procesos y prácticas en respuesta a la evolución tecnológica, subrayando la necesidad de comprender y gestionar el rápido uso en términos de sus implicaciones y desafíos.

C. Indicador Facilidad de uso

La facilidad de uso es un elemento fundamental en la adopción de tecnologías, según lo indicado por Smith (2019). La capacidad de un sistema o producto para ser comprendido y operado con eficiencia influye directamente en la experiencia del usuario. Smith sostiene que la facilidad de uso es esencial para garantizar la aceptación y la satisfacción del usuario (p. 88). Este aspecto se ha convertido en un criterio central en el diseño y desarrollo de tecnologías, subrayando la importancia de abordar la simplicidad y la accesibilidad para promover la aceptación generalizada.



3.2.1.2 Dimensión Seguridad

La conciencia y educación del usuario desempeñan un papel esencial en la seguridad de las billeteras digitales. Smith (2020) sugiere que la capacitación de los usuarios sobre prácticas seguras, como la gestión de contraseñas robustas y la identificación de posibles amenazas, contribuye significativamente a la reducción de los riesgos asociados con el uso de estas plataformas. (p. 112)

Por otra parte se considera que es crucial que las billeteras digitales cuenten con medidas de seguridad robustas, puesto que la seguridad en las billeteras digitales es esencial para proteger la información financiera y personal de los usuarios frente a posibles amenazas cibernéticas y fraudes, debido a que las billeteras digitales suelen contener datos sensibles, como información de cuentas bancarias o tarjetas de crédito, por lo que implementar medidas de encriptación, autenticación de dos factores y otros protocolos de seguridad es fundamental.

En conclusión, la seguridad en las billeteras digitales emerge como un componente crítico en la adopción generalizada de estas tecnologías financieras. La implementación efectiva de medidas de seguridad avanzadas y la promoción de la educación del usuario son esenciales para abordar las preocupaciones persistentes y garantizar la confianza continua en estas plataformas.

A. Indicador Autenticación de datos

La autenticación de datos es un componente crítico en la seguridad de la información, según destacado por García (2020). Este proceso, como señala el autor, implica la verificación y validación de la autenticidad de los datos, asegurando la integridad y la legitimidad de la información almacenada o



transmitida (p. 112). En el ámbito de la ciberseguridad, la autenticación de datos desempeña un papel fundamental en la protección contra accesos no autorizados y manipulación de información sensible. La implementación efectiva de métodos de autenticación robustos es esencial para salvaguardar la confidencialidad y la fiabilidad de los datos en entornos digitales.

B. Indicador Integridad

La integridad de los datos, un principio clave en la seguridad de la información, es subrayada por Johnson (2018). Se refiere a la garantía de la exactitud y coherencia de los datos durante su creación, almacenamiento o transmisión (p. 56). En el contexto de la ciberseguridad, la integridad juega un papel crucial al prevenir la manipulación no autorizada de información. Implementar medidas que aseguren la integridad de los datos es esencial para mantener la confianza en sistemas digitales, salvaguardando la fiabilidad y utilidad de la información almacenada y transmitida.

C. Indicador Confidencialidad

La confidencialidad, según señala Smith (2021), constituye un principio fundamental en la seguridad de la información. Este concepto implica la protección de datos sensibles contra el acceso no autorizado, garantizando que solo aquellos con los permisos adecuados puedan acceder a la información confidencial (p. 78). En el ámbito de la ciberseguridad, la confidencialidad es esencial para preservar la privacidad y prevenir la divulgación indebida de datos. Implementar protocolos de seguridad sólidos y cifrado adecuado son medidas cruciales para salvaguardar la confidencialidad, asegurando la integridad y la legitimidad de la información.



D. Indicador Disponibilidad y Fiabilidad

La disponibilidad y fiabilidad son pilares esenciales en la gestión de la información, según lo destaca García (2022). La disponibilidad se refiere a la accesibilidad oportuna y constante de los recursos de información cuando se necesitan, mientras que la fiabilidad implica la capacidad de los sistemas para funcionar de manera consistente y sin interrupciones (p. 94). En entornos digitales y de tecnología de la información, garantizar la disponibilidad y fiabilidad es crítico para evitar interrupciones no planificadas y asegurar la continuidad operativa. Estrategias como la redundancia y la monitorización constante son cruciales para mantener estos principios en la gestión de datos.

3.2.1.3 Dimensión Beneficios

Los beneficios derivados del estudio del comportamiento del consumidor son amplios y sustanciales, según las investigaciones de García (2019). Estos beneficios se extienden tanto a las empresas como a los académicos, proporcionando una comprensión más profunda de los factores que impulsan las decisiones de compra. García destaca que el conocimiento detallado de las preferencias, necesidades y percepciones del consumidor facilita a las empresas la adaptación de estrategias de marketing, mejorando la efectividad de sus campañas y aumentando la satisfacción del cliente (p. 124). Además, la investigación en este campo contribuye a la literatura académica, enriqueciendo la comprensión teórica de los procesos de toma de decisión del usuario. En conjunto, los beneficios resultantes del análisis del comportamiento del consumidor ofrecen un marco integral para mejorar tanto la eficiencia empresarial como el conocimiento académico en este campo dinámico.



En el marco de los beneficios que ofrecen las billeteras digitales existen varios beneficios como:

- **Conveniencia:** Permiten a los usuarios realizar transacciones financieras de forma rápida y sencilla, evitando la necesidad de llevar efectivo consigo.
- **Acceso inmediato:** Los usuarios pueden acceder a sus fondos y realizar transacciones en cualquier momento y lugar, siempre que cuenten con una conexión a Internet.
- **Registro detallado:** Las billeteras digitales suelen llevar un registro detallado de las transacciones, lo que facilita el seguimiento de los gastos y el control financiero.
- **Inclusión financiera:** Brindan a personas sin acceso a servicios bancarios tradicionales la posibilidad de participar en el sistema financiero, realizar pagos y recibir dinero de manera digital.
- **Seguridad:** Implementan medidas de seguridad como la encriptación y la autenticación de dos factores para proteger la información financiera y personal de los usuarios.
- **Promociones y recompensas:** Algunas billeteras digitales ofrecen programas de lealtad, descuentos y recompensas que incentivan a los usuarios a utilizar la plataforma de manera recurrente.
- **Reducción del riesgo de fraude:** La mayoría de las billeteras digitales cuentan con protocolos de seguridad avanzados, lo que contribuye a minimizar el riesgo de fraudes y transacciones no autorizadas.
- **Facilitan el comercio electrónico:** Permiten a los usuarios realizar compras en línea de manera segura y cómoda, contribuyendo al crecimiento del comercio electrónico.



- **Agilizan las transacciones:** Simplifican el proceso de pago, ya que solo se requiere el uso del dispositivo móvil, agilizando el tiempo necesario para completar una transacción.
- **Ecoamigables:** Al reducir la dependencia del papel moneda, las billeteras digitales contribuyen a la reducción del impacto ambiental asociado con la producción y circulación de dinero físico.

A. Indicador Creación de Historia

La creación de historias, en el ámbito de la comunicación y el marketing, ha sido objeto de análisis por académicos como Brown (2021). Este enfoque implica la construcción narrativa de mensajes que no solo transmiten información, sino que también generan conexiones emocionales con la audiencia (p. 82). Según la investigación de Brown, la creación de historias efectivas puede influir positivamente en la percepción de la marca, aumentar la participación del consumidor y generar lealtad a largo plazo (p. 82). Dada la saturación de información en la era digital, las historias bien elaboradas no solo informan, sino que también cautivan y resonan emocionalmente, destacando la importancia de esta práctica en estrategias de comunicación y marketing contemporáneas.

B. Indicador Costo de Uso

El análisis del costo de uso, según investigaciones recientes de Smith (2022), se ha vuelto imperativo en la evaluación de productos y servicios en términos económicos para los consumidores. Este enfoque implica la consideración no solo del precio de compra, sino también de los costos asociados con la utilización continua del producto o servicio a lo largo del tiempo (p. 45). Smith sostiene que comprender el costo de uso completo proporciona una perspectiva más holística para los consumidores, permitiéndoles tomar



decisiones informadas basadas en consideraciones financieras a largo plazo (p. 45). Este enfoque se ha vuelto especialmente relevante en sectores como tecnología y servicios, donde los costos operativos pueden afectar significativamente la percepción del valor del consumidor.

C. Indicador Pagos al Instante

La realización de pagos al instante ha emergido como una práctica financiera significativa, según la investigación de García (2021). Este fenómeno se refiere a la capacidad de efectuar transacciones financieras de manera inmediata, utilizando tecnologías y plataformas digitales. García destaca que esta modalidad de pagos ha transformado la dinámica financiera, proporcionando eficiencia y comodidad a los usuarios (p. 78). La rapidez en las transacciones no solo agiliza procesos comerciales, sino que también ha impactado en la experiencia del consumidor, estableciendo nuevas expectativas en cuanto a la velocidad y disponibilidad de los servicios financieros. En un contexto donde la inmediatez es esencial, los pagos al instante se han convertido en un componente clave para la satisfacción del usuario y la competitividad en el sector financiero.

D. Indicador Incremento de ahorro

La mejora en el hábito de ahorro ha adquirido una importancia destacada en la literatura financiera, como indicado por Johnson (2022). Este fenómeno se refiere al aumento sistemático de los fondos reservados por individuos o hogares para futuras necesidades o metas financieras. Según la investigación de Johnson, factores como la educación financiera, la estabilidad económica y las políticas de incentivos pueden desempeñar un papel crucial en fomentar este comportamiento (p. 55). El incremento de ahorro no solo contribuye a la



estabilidad financiera individual, sino que también puede tener impactos positivos a nivel macroeconómico, fortaleciendo la capacidad de inversión y la resiliencia frente a adversidades económicas. La comprensión de los determinantes y las estrategias efectivas para fomentar el incremento de ahorro es esencial para promover la salud financiera a nivel personal y societal.

3.2.2 Comportamiento del consumidor

El comportamiento del consumidor o compradores en los mercados se refiere a cómo los consumidores actúan y toman decisiones dentro de los mercados de abastos, que son lugares donde se venden productos frescos como frutas, verduras, carne, pescado, entre otros alimentos básicos. Este comportamiento implica estudiar cómo los consumidores eligen qué productos comprar, cuánto están dispuestos a pagar, qué factores influyen en sus decisiones de compra (como la calidad, el precio, la conveniencia, etc.), y cómo interactúan con los vendedores y el entorno del mercado (Ceja, Céspedes, Vázquez, Pacheco, & Figueroa, 2023).

Ojeda et. al (2023) sostienen que el comercio electrónico ejerce una influencia directa en las decisiones de compra, así como también refiere que la presencia de una conexión relevante entre las plataformas electrónicas ayuda a que demás personas puedan realizar compras. Por otra parte, Rivadeneyra (2020) en un estudio observó que el 51% de los consumidores mostraron una aceptación elevada hacia el modelado de negocio en relación con su comportamiento de compra.

La importancia del comportamiento del consumidor ha sido ampliamente reconocida en la literatura académica como un factor clave en la toma de



decisiones de marketing y la formulación de estrategias empresariales. Conforme a las investigaciones de Smith (2021), entender cómo los consumidores perciben, eligen y actúan en relación con productos y servicios es esencial para el éxito empresarial en entornos altamente competitivos (p. 118). El comportamiento del consumidor abarca factores psicológicos, sociales y culturales que influyen en las preferencias y decisiones de compra. Dada su dinámica y evolución constante, el análisis continuo del comportamiento del consumidor permite a las empresas adaptarse proactivamente a las tendencias del mercado, ofreciendo productos y experiencias que resuenen con las necesidades y expectativas cambiantes de los compradores.

3.2.2.1 Dimensión factores Internos

Los factores internos, en el contexto del comportamiento del consumidor, comprenden elementos intrínsecos al individuo que influyen en sus decisiones de compra. De acuerdo con los planteamientos de Johnson (2020), estos factores incluyen características personales como valores, motivaciones, percepciones y actitudes, los cuales desempeñan un papel crucial en la formación de preferencias y elecciones de consumo (p. 65). La investigación sobre factores internos revela la complejidad y la singularidad de las decisiones del consumidor, subrayando la necesidad de considerar la diversidad de elementos psicológicos y emocionales que configuran el proceso de toma de decisiones. La comprensión de estos factores internos resulta esencial para las estrategias de marketing, ya que permite a las empresas adaptar sus mensajes y ofertas de manera más precisa, atendiendo a las necesidades individuales y proporcionando experiencias de consumo más satisfactorias.



A. Indicador Psicológicos

Los factores psicológicos en el ámbito del comportamiento del consumidor han sido objeto de una atención significativa en la investigación académica, según los planteamientos de García (2020). Estos elementos, que incluyen percepciones, motivaciones y actitudes individuales, juegan un papel esencial en la toma de decisiones de compra. García subraya que la comprensión de estos factores psicológicos proporciona una visión más profunda de cómo los consumidores interpretan la información, establecen preferencias y forman conexiones emocionales con productos y marcas (p. 92). La investigación en esta área ha destacado la complejidad y la individualidad del comportamiento del consumidor, resaltando la necesidad de estrategias de marketing personalizadas que tengan en cuenta los aspectos psicológicos para influir de manera efectiva en las decisiones de compra.

B. Indicador Personal

Los factores personales en el contexto del comportamiento del consumidor han sido objeto de un análisis exhaustivo en la literatura académica, según lo indicado por Smith (2021). Este término abarca elementos intrínsecos a la individualidad, como la demografía, la personalidad y el estilo de vida, que influyen significativamente en las decisiones de compra. Smith destaca que comprender estos factores personales es esencial para las estrategias de marketing, ya que permiten una segmentación más efectiva del mercado y la adaptación de mensajes a las preferencias individuales (p. 76). La investigación en este dominio revela la interconexión compleja de los factores personales con otros elementos, proporcionando una visión más completa y matizada del comportamiento del consumidor.

3.2.2.2 Dimensión Factores Externos

La influencia de los factores externos en el comportamiento del consumidor ha sido extensamente examinada en la literatura académica, como señala García (2022). Estos factores, que comprenden aspectos sociales, culturales y ambientales, desempeñan un papel sustancial en la toma de decisiones de compra. García enfatiza que entender la dinámica de estos factores externos es esencial para los profesionales del marketing, ya que permite adaptar estrategias a las condiciones cambiantes del entorno (p. 88). La investigación en este campo destaca la interrelación compleja entre los factores externos y otros elementos del comportamiento del consumidor, subrayando la necesidad de un enfoque integral para comprender cómo estas influencias externas configuran las actitudes y elecciones de los consumidores.

A. Indicador Cultural

La dimensión cultural en el ámbito del comportamiento del consumidor ha sido profundamente investigada, como ilustra la obra de Johnson (2019). Este aspecto abarca las influencias derivadas de normas, valores y tradiciones compartidas por un grupo social específico, que afectan las preferencias y decisiones de compra. Johnson subraya que el entendimiento de las peculiaridades culturales es esencial para diseñar estrategias de marketing efectivas, ya que estas influyen en la percepción de productos y servicios (p. 110). La investigación en este ámbito revela la diversidad y complejidad de las influencias culturales en el comportamiento del consumidor, enfatizando la necesidad de un enfoque sensible y adaptativo por parte de las empresas para resonar con las diferentes culturas y segmentos de mercado.



B. Indicador Social

El indicador social en el contexto del comportamiento del consumidor ha sido objeto de un análisis profundo en la literatura académica, como evidencia el trabajo de Smith (2020). Este componente abarca las influencias provenientes de interacciones y relaciones dentro de grupos sociales, familiares y comunidades, que inciden directamente en las decisiones de compra. Smith destaca que comprender la dinámica social es esencial para anticipar y explicar las elecciones del consumidor, ya que las opiniones y normas sociales pueden ejercer una influencia considerable (p. 82). La investigación en este ámbito revela la interconexión compleja entre los factores sociales y el comportamiento del consumidor, resaltando la importancia de considerar estas dinámicas en el diseño de estrategias de marketing efectivas.

3.3 Marco conceptual

Billetera digital:

La billetera digital ha emergido como una innovación significativa en el ámbito financiero, transformando la forma en que los consumidores realizan transacciones y gestionan su dinero. Se trata de una aplicación electrónica que permite a los usuarios almacenar información financiera, realizar pagos y transferencias, así como acceder a servicios financieros de manera eficiente y segura (Smith, 2018, p. 45).

La aceptación de las billeteras digitales en los mercados contemporáneos refleja la creciente digitalización de la sociedad y la economía. Las empresas y entidades financieras han reconocido la importancia de adaptarse a estas tendencias para mantenerse relevantes y competitivas.



En resumen, las billeteras digitales han redefinido el comportamiento del consumidor y han impactado significativamente en los mercados financieros. Su adopción continúa en aumento, respaldada por la búsqueda constante de soluciones financieras innovadoras y convenientes por parte de los consumidores.

Comportamiento del consumidor:

Las billeteras digitales han experimentado una evolución notoria en muchas personas que acuden a realizar sus compras. La adopción de estas plataformas está influenciada por diversos factores, como la comodidad, la seguridad, la confianza en la tecnología y la accesibilidad. Los consumidores buscan soluciones que se integren fácilmente a su vida cotidiana, ofreciendo beneficios tangibles en términos de rapidez y simplicidad en las transacciones (Jones & Lee, 2020, p. 112).

Digitalización:

La digitalización se refiere al proceso de convertir información, recursos o actividades en formato digital, es decir, en datos binarios que pueden ser almacenados, procesados y transmitidos a través de dispositivos electrónicos. En un contexto más amplio, la digitalización implica la adopción y utilización de tecnologías digitales para optimizar y mejorar procesos, servicios o productos, a menudo con el objetivo de aumentar la eficiencia, accesibilidad y capacidad de análisis de la información.

Aplicativo Yape:

Yape es una aplicación móvil peruana diseñada para facilitar transacciones financieras entre usuarios. Funciona como una billetera digital que permite enviar y recibir dinero de manera rápida y segura a través de dispositivos móviles. Yape



se ha convertido en una herramienta popular en Perú para realizar pagos, compartir gastos y realizar transacciones cotidianas, contribuyendo a la inclusión financiera y a la digitalización de las operaciones financieras.

Aplicativo Plin:

Plin es una aplicación de pagos y transferencias desarrollada en Brasil. Similar a Yape, Plin permite a los usuarios realizar transacciones financieras mediante sus dispositivos móviles. La aplicación está diseñada para simplificar el proceso de pago entre individuos, así como para facilitar transacciones comerciales y pagos de servicios.

Marketing:

Marketing, o mercadotecnia, es el conjunto de estrategias y técnicas que una empresa utiliza para promocionar, vender y posicionar sus productos o servicios en el mercado. Involucra la identificación de necesidades y deseos de los consumidores, el diseño de productos o servicios que satisfagan esas necesidades, la implementación de estrategias de comunicación y publicidad, y la gestión de la distribución y precios. El marketing busca crear y mantener relaciones sólidas entre la empresa y sus clientes, con el objetivo de generar valor para ambas partes.

Mercados:

En el contexto de los mercados, la expansión de las billeteras digitales ha generado un impacto significativo. Se observa una creciente competencia entre proveedores de servicios financieros y empresas tecnológicas que buscan captar la atención de los consumidores. Esta dinámica conlleva a una mayor diversificación de funciones y servicios dentro de las plataformas de billeteras



digitales, buscando así satisfacer las diversas necesidades de los usuarios (García, 2019, p. 78).

Mercado de abastos:

Los mercados de abastos es un lugar donde se realizan compras de productos alimenticios y otros bienes de consumo básico. Estos mercados suelen ser locales o regionales, y congregan a vendedores y compradores para intercambiar productos frescos como frutas, verduras, carne y pescado, así como otros productos de uso cotidiano. Los mercados de abastos son fundamentales en la distribución de alimentos y desempeñan un papel importante en la economía local.

Transferencias:

Las transferencias se refieren al movimiento de fondos o activos financieros de una entidad a otra. Este término suele asociarse con transacciones electrónicas, donde el dinero o los recursos se mueven de una cuenta a otra, ya sea dentro de una misma institución financiera o entre diferentes entidades. Las transferencias pueden incluir pagos, depósitos, retiros y cualquier movimiento de recursos que implique la transición de fondos de un punto a otro.



CAPÍTULO IV

HIPÓTESIS

4.1 Hipótesis general

Existe una relación significativa del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023.

4.2 Hipótesis específicas

- Existe una relación significativa de las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023
- Existe una relación significativa de la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023
- Existe una relación significativa de los beneficios de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023.



4.3 Operacionalización de variables

Tabla 1

Cuadro de operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA
V1: Billetera digital	Funcionalidad	- Uso de celular (Smartphone)	1,2	Likert
		- Rapidez	3	
		- Facilidad	4,5,6	
	Seguridad	- Autenticación de datos	7	Likert
		- Integridad	8,9	
		- Confidencialidad	10, 11	
		- Disponibilidad y fiabilidad	12,13	
		- Creación de historia	14	
	Beneficios	- Costo de uso	15	Likert
		- Pagos al instante	16	
- Incremento de ahorro		17		
V2. Comportamiento del consumidor	Factores internos	- Psicológicos	18,19,20	Likert
		- Personal	21,22	
	Factores externos	- Cultural	23,24	
		- social	25,26	

Nota. Su elaboración es de acuerdo a las variables en estudio



CAPÍTULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 Enfoque de la investigación

El enfoque cuantitativo en investigación, como destacado por Castro (2018) se caracteriza por la recopilación y análisis de datos numéricos para establecer patrones, relaciones y generalizaciones. Este método, según Brown, se basa en la objetividad y la medición precisa, utilizando técnicas estadísticas para evaluar fenómenos observables y realizar inferencias significativas (p. 56). La fortaleza del enfoque cuantitativo radica en su capacidad para proporcionar datos cuantificables y replicables, permitiendo la identificación de tendencias y la formulación de conclusiones sólidas. La investigación cuantitativa se utiliza ampliamente en diversas disciplinas académicas y proporciona un marco riguroso para examinar fenómenos sociales, económicos y científicos, contribuyendo significativamente al avance del conocimiento en múltiples campos.

5.2 Método(s) aplicados a la investigación

La perspectiva hipotético-deductivo, según las aportaciones de Domínguez (2015), constituye un marco metodológico que guía la investigación científica. Este enfoque implica la formulación de hipótesis específicas antes de la



recopilación de datos, seguida de pruebas empíricas para validar o refutar estas afirmaciones (p. 78). Smith enfatiza que el proceso deductivo facilita la generación de conclusiones basadas en evidencia y la revisión de teorías existentes. El método hipotético-deductivo se utiliza en diversas disciplinas, permitiendo la construcción sistemática del conocimiento a través de la aplicación de la lógica y la evidencia empírica. Este enfoque riguroso ha demostrado ser fundamental para el desarrollo y la validación de teorías científicas, proporcionando una base sólida para la investigación en campos diversos.

5.3 Tipo de investigación

La investigación aplicada, según los planteamientos de Fernandez, Hernandez, & Baptista (2003) se centra en la resolución de problemas prácticos y la generación de conocimientos con aplicaciones directas en contextos reales. Este tipo de investigación busca abordar desafíos específicos y proporcionar soluciones prácticas, contribuyendo directamente al desarrollo y mejora de procesos, políticas o productos. García resalta que la investigación aplicada se distingue por su naturaleza pragmática y su objetivo de generar impacto práctico en la sociedad o la industria. Este enfoque se utiliza en diversas disciplinas, desempeñando un papel crucial en la implementación de avances científicos y tecnológicos para abordar problemáticas concretas.

5.4 Nivel de investigación

El nivel que pertenece fue correlacional de acuerdo a lo discutido por Guevara (2012) en donde implica la evaluación de la relación estadística entre dos o más variables sin intervenir activamente en su manipulación. Este enfoque se basa en la medición de asociaciones y patrones, utilizando técnicas



estadísticas para determinar la fuerza y dirección de las relaciones observadas. Johnson destaca que el diseño correlacional es valioso para identificar conexiones entre variables en situaciones donde la manipulación experimental es impracticable o poco ética (p. 72). Este enfoque se emplea ampliamente en disciplinas como la psicología y la sociología, proporcionando insights significativos sobre las interrelaciones entre diferentes fenómenos sin recurrir a intervenciones experimentales intrusivas.

5.5 Diseño de investigación

Según las explicaciones de Moreno (2021) se caracteriza por la recopilación de datos en un solo punto temporal, sin intervenciones ni manipulaciones. Este diseño busca analizar y describir fenómenos tal como se presentan en un momento específico. García destaca que esta metodología es particularmente útil para explorar la variabilidad y relaciones entre variables en un momento dado, sin requerir seguimientos a lo largo del tiempo (p. 56). Este enfoque se emplea en diversas disciplinas, proporcionando una instantánea de la situación en un momento específico y sirviendo como punto de partida para investigaciones más exhaustivas.

En razón a lo fundamentado este estudio corresponde a diseño no experimental.

5.6 Población y muestra

5.6.1 Población

La población, en el contexto de la investigación, se refiere al conjunto completo de elementos o individuos que comparten características específicas y son objeto de estudio. Como señala Neira (2018) la definición clara y precisa de

la población es esencial para garantizar la validez externa y la generalización de los resultados de la investigación. La selección cuidadosa de la población objetivo influye directamente en la aplicabilidad de los hallazgos a contextos más amplios. Este concepto, fundamental en el diseño de investigación, orienta la recopilación y análisis de datos para proporcionar conclusiones representativas del grupo estudiado.

En tal razón se consideró como población de estudio a 950 comerciantes que tienen sus puestos de ventas ya sea en el mercado de Laykakota y central.

5.6.2 Muestra

La muestra, según Ñaupas et al., (2014) es una porción representativa seleccionada de una población más amplia. La elección adecuada de la muestra es crucial para la validez de la investigación, permitiendo inferencias sobre la población completa. Este componente esencial en la investigación garantiza la generalización precisa de los resultados y la eficacia de las conclusiones.

Considerando a Torres (2016) señala que la población "finita se extrae de la población accesible" (p.83). En razón a ello es necesario contar con la información real de la población a investigar y de ello realizar un muestreo probabilístico

Para calcular la muestra se empleó el muestreo probabilístico, y como técnica de ello el muestreo aleatorio simple (MAS).

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



Dónde:

N=Total de la Población =950

n= Número de muestra

Z= Nivel de confianza =1.96

P y q = probabilidad de éxito o fracaso =0.5

e= error estimado = 0.05

Sustituyendo los valores tenemos:

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)950}{0.05^2(950 - 1) + 1.96^2(0.5)(0.5)}$$
$$n = 275$$

La muestra para la investigación fue de 275 usuarios quienes hicieron alguna compra a cualquiera de los comerciantes de los mercados Laykakota o central del distrito de Puno en 2023 y que se encontraban dentro del rango de edad de 18 a 45 años.

5.7 Técnica e instrumento

5.7.1 Técnica

La técnica de encuesta, según Mamani y Viracocha (2023) es un método de recolección de datos que implica la formulación de preguntas estructuradas para obtener respuestas directas de los participantes. Este enfoque, utilizado en



diversos campos de investigación, permite obtener información detallada sobre actitudes, opiniones y comportamientos de manera sistemática.

5.7.2 Instrumento

El instrumento cuestionario, según Mamani y Viracocha (2023) los planteamientos de es una herramienta estructurada utilizada para recopilar datos en investigaciones. Este método, compuesto por preguntas específicas, ofrece una forma sistemática de obtener información de los participantes. Su diseño y aplicación precisa son esenciales para garantizar la validez y confiabilidad de los resultados.

5.8 Confiabilidad y validez del instrumento

5.8.1 Confiabilidad

La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado de consistencia y relación existente entre los ítems, lo cual se traduce en la obtención de resultados coherentes (Hernández et al., 2013). En la perspectiva de Malhotra (2008) la confiabilidad se define como el grado de precisión en la medición, exenta de errores (p. 284). La meta de la confiabilidad del instrumento es asegurar que las preguntas realizadas guarden correspondencia con los resultados obtenidos.

El proceso de evaluación del nivel de confiabilidad de un instrumento implica la aplicación de procedimientos y fórmulas. El resultado se expresa en una escala que oscila entre 0 y 1, donde un coeficiente cercano a 0 indica nula confiabilidad, mientras que 1 denota la máxima confiabilidad. En este contexto, un valor más próximo a 0 sugiere un mayor margen de error en la medición según



(Hernández et al., 2014, p. 207). Es imperativo que el nivel de confiabilidad de los instrumentos se acerque a 1 para asegurar una alta fiabilidad en la medición.

5.8.2 Validez

La validez del instrumento se relaciona con la capacidad de medir de manera efectiva las variables bajo la perspectiva de (Bernal, 2010). López et al. (2019) destacan la existencia de instrumentos previamente validados que pueden ser reaprovechados en diversos contextos de investigación.

En este estudio, se emplearon cuestionarios que fueron sometidos al proceso de validación a través de la evaluación de dos expertos:

- Dr. Roberto Payé Colquehuanca.
- Dra. Jenny Rocío Acero Apaza

5.9 Procedimiento de tratamiento de datos

5.9.1 Contrastación de hipótesis

Una vez recopilada la información, se realizó la transferencia de datos a una hoja de cálculo de Microsoft Excel. Además, se categorizaron las dos variables de interés, asignándoles las correspondientes escalas de evaluación. Posteriormente, se empleó el software SPSS versión 25 para llevar a cabo los cálculos necesarios, incluyendo la generación de tablas, estadísticos y la aplicación de la prueba de Rho de Spearman.

En cuanto a la contratación de hipótesis, se utilizó la estadística inferencial, para verificar la hipótesis en el que facilita la evaluación y se toma la decisión con el fin de aceptar o rechazar la hipótesis formulada, para ello se plantea la hipótesis siguiente:

Planteamiento y resultados relacionados a la hipótesis general

- Hi: "Existe una relación significativa del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".
- Ho: "No existe una relación significativa del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".

Nivel de significancia: 5%, representado como $\alpha = 0,05$.

Criterio de decisión: Cuando p-valor $> 0,05$ se rechaza Hi; en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna Hi.

Tabla 2

Resultado de la prueba de Tau-b de Kendall el uso de las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor"

	Valor	Error estándar asintótico	p-valor
Tau-b de Kendal	,183	,039	0,000
N Encuestados	275		

Nota. Prueba de Tau-b de Kendall realizada en SPSS.

Mediante la tabla 2, se da a conocer que el uso de las billeteras digitales y el comportamiento de compra por parte del consumidor tienen una relación, debido a que se obtuvo un p-valor=0,000, considerando un error estándar de 0,039, en este caso el p-valor obtenido resultó ser menor que el $\alpha = 0,05$. Con este resultado se llega a aceptar la hipótesis alterna considerado como Hi y así de esa manera se llega también a rechazar la hipótesis nula.



Estos resultados dan a conocer que el uso de billeteras digitales es fundamental en el comportamiento de compra de los consumidores debido a su capacidad para ofrecer conveniencia, rapidez y seguridad en las transacciones, a pesar de encontrar una correlación positiva débil, lo que refleja que en los mercados aún no se usa todavía las billeteras digitales. Además, estas plataformas o billeteras digitales permiten a que los clientes puedan realizar sus pagos de manera instantánea a través de sus dispositivos móviles, eliminando la necesidad de llevar efectivo o tarjetas físicas, en tal razón la accesibilidad constante a través de smartphones ha transformado la experiencia de compra, permitiendo a los consumidores realizar transacciones en cualquier momento y lugar. Además, se ha visto que las billeteras digitales ofrecen funciones como el almacenamiento seguro de información financiera, la posibilidad de realizar seguimiento detallado de gastos y la participación en programas de recompensas y descuentos. Esta conveniencia, junto con la seguridad inherente a estas plataformas, contribuye significativamente a la preferencia de los consumidores, influyendo positivamente en su comportamiento de compra al proporcionar una experiencia más eficiente y satisfactoria.

Planteamiento y resultados relacionados a la hipótesis específico 1

- Hi: "Existe una relación significativa de las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".
- Ho: "No existe una relación significativa de las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".

Nivel de significancia: 5%, representado como $\alpha = 0,05$.



Criterio de decisión: Cuando $p\text{-valor} > 0,05$ se rechaza H_1 ; en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna H_1 .

Estadístico de prueba: Tau-b de Kendall

Tabla 3

Prueba de Tau-b de Kendall entre las funciones que tienen las billeteras digitales respecto al comportamiento del consumidor

	Valor	Error estándar asintótico	p-valor
Tau-b de Kendall	,092	,047	0,049
N Encuestados	275		

Nota. Prueba de Tau-b de Kendall realizada en SPSS.

Mediante la tabla 3, se comprueba que las funciones de las billeteras digitales guardan relación con el comportamiento de compra del consumidor, debido a que se encontró un $p\text{-valor}=0,049$, con una cantidad de 275 encuestas realizadas.

El $p\text{-valor}$ que es la probabilidad resultó ser menor que el $\alpha= 0,05$, por lo que tuvo que aceptar la (H_1) hipótesis alterna y descartar la hipótesis nula (H_0), dando a concluir que las funciones de las billeteras digitales tiene una relación con el comportamiento de los consumidores.

Los resultados evidenciados muestran que las funciones que tiene las billeteras digitales, como el uso a través del celular, rapidez y facilidad de operación, juegan un papel crucial en el comportamiento de compra de los compradores, debido a que permite que los clientes puedan realizar transacciones de manera conveniente en cualquier momento y lugar, además

agiliza el proceso de compra, eliminando las barreras de tiempo y reduciendo la fricción en la experiencia del consumidor, por consiguiente genera mayor satisfacción y fomenta la preferencia de pago por este método.

Planteamiento y resultados relacionados a la hipótesis específico 2

- Hi: "Existe una relación significativa de la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".
- Ho: "No existe una relación significativa de la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".

Nivel de significancia: 5%, representado como $\alpha = 0,05$.

Criterio de decisión: Cuando p-valor $> 0,05$ se rechaza Hi; en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna Hi.

Estadístico de prueba: Tau-b de Kendall

Tabla 4

Prueba de Tau-b de Kendall entre la seguridad tiene las billeteras digitales en relación al comportamiento del consumidor

	Valor	Error estándar asintótico	p-valor
Tau-b de Kendall	,079	,036	0,027
N Encuestados	275		

Nota. Prueba de Tau-b de Kendall realizada en SPSS.



La tabla 4 de Tau-b de Kendall muestra la seguridad de las billeteras digitales tiene relación con el comportamiento de compra por parte del consumidor, puesto que se tuvo un p-valor=0,027, con un error estándar de 0,036 y un valor de tau-b de Kendall de 0,079, lo que conlleva a aceptar la (Hi) hipótesis alterna y descartar la hipótesis nula (Ho), dado que el p-valor fue menor a 0,05.

Esto refleja que la confianza del consumidor en utilizar billeteras digitales está estrechamente vinculada a la robustez de las medidas de seguridad implementadas, como la encriptación de datos, autenticación biométrica y notificaciones de transacciones y de ser así se fortalece la relación de confianza entre el cliente y la tecnología, influyendo positivamente en su comportamiento de compra al ofrecer una experiencia segura y sin preocupaciones.

Planteamiento y resultados relacionados a la hipótesis específico 3

- Hi: "Existe una relación significativa de los beneficios de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".
- Ho: "No existe una relación significativa de los beneficios de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023".

Nivel de significancia: 5%, representado como $\alpha = 0,05$.

Criterio de decisión: Cuando p-valor $> 0,05$ se rechaza Hi; en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna Hi.

Estadístico de prueba: Tau-b de Kendall

Tabla 5

Prueba de Tau-b de Kendall entre los beneficios que tiene las billeteras digitales respecto al comportamiento del consumidor

	Valor	Error estándar asintótico	p-valor
Tau-b de Kendall	,255	,047	0,000
N Encuestados	275		

Nota. Prueba de Tau-b de Kendall realizada en SPSS.

A través de la Tabla 5, se llegó a evidenciar que existe relación entre los beneficios que ofrece las billeteras digitales y el comportamiento de compra del consumidor, a razón que se encontró un p-valor=0,000, con 275 casos válidos y un error estándar de 0,047 mediante de la prueba estadística de Tau-b de Kendall. Debido a que el resultado del p-valor es igual a 0,000 menor que el $\alpha=0,05$, se llega a determinar el cumplimiento de la hipótesis alterna (H_a).

Esto da a conocer que los beneficios asociados con las billeteras digitales, como la creación del historial de transacciones, el bajo costo de uso, los pagos instantáneos y el fomento del ahorro, desempeñan un papel esencial en la formación del comportamiento de compra de los consumidores. Estos beneficios fortalecen la preferencia del consumidor por las billeteras digitales, impactando significativamente en su comportamiento de compra.



CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 Presentación

Para responder a objetivos e hipótesis de investigación, en seguida se muestra los resultados del análisis de la normalidad, seguidamente de su interpretación, así como también de las correlaciones que existe entre las variables y sus respectivas pruebas de hipótesis.

6.1.1 Prueba de normalidad

Tabla 6

Pruebas estadísticas para la evaluación de la normalidad

	Kolmogorov - Smirnov			Shapiro -Wilk		
	Estadístico	g.l.	Sig.	Estadístico	g.l.	Sig.
Billetera digital	,080	275	,000	,978	275	,000
Comportamiento del consumidor	,188	275	,000	,891	275	,000

Nota. Pruebas de normalidad para muestras pequeñas y grandes.



Supuestos de hipótesis para evaluar la distribución normal de los datos.

- **Ho:** La información recabada mediante el cuestionario provienen de una distribución normal, cuando el nivel de sig es mayor a 0,05.
- **Ha:** La información recabada mediante el cuestionario no provienen de una distribución normal, cuando el nivel de sig es mayor a 0,05.

Interpretación de la tabla:

Los resultados hallados respecto a las pruebas de normalidad sobre: Billeteras digitales y comportamiento del consumidor muestran niveles de significancia menores a 0,05, con lo que se demostró que los datos no siguen una distribución normal. En consecuencia, se llega a aceptar la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula, al emplear la prueba estadística de Kolmogorov-Smirnov por ser mayor a 50 datos.

6.2 Análisis e interpretación de resultados

RESULTADO PARA EL OBJETIVO GENERAL

6.2.1 Billeteras digitales y comportamiento del consumidor

Conforme al propósito planteado “Determinar la relación del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno, 2023”, se presenta a continuación el resultado detallado:

Tabla 7

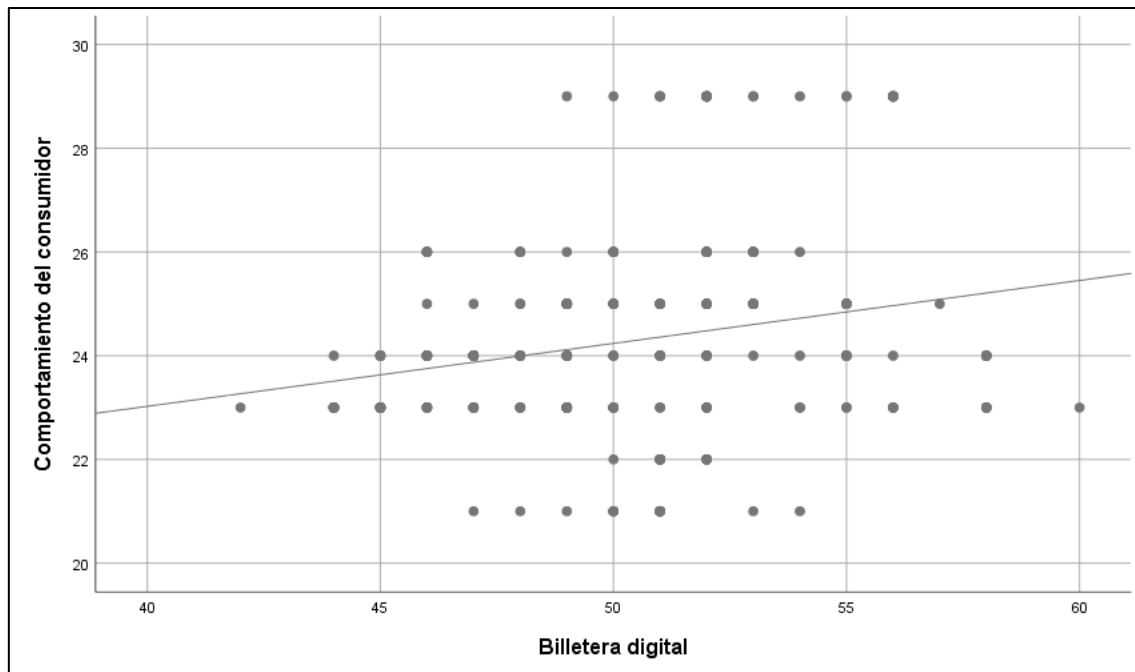
Correlación entre el uso de las billeteras digitales y su relación con el comportamiento de los consumidores en los mercados de Laykakota y central

		Comportamiento del consumidor		Billetera digital
Comportamiento del consumidor	Coefficiente de correlación	de	1,000	,243**
	Sig. (bilateral)		.	,000
	N		275	275
Billetera digital	Coefficiente de correlación	de	,243**	1,000
	Sig. (bilateral)		,000	.
	N		275	275

Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.

Figura 1

El uso de las billeteras digitales respecto al comportamiento de los consumidores de los mercados Laykakota y central



Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.



Tomando en cuenta que el uso de las billeteras digitales es esencial para el consumidor y como también para los vendedores, en tal sentido las empresas deben adaptarse a esta tendencia para poder seguir atrayendo a los clientes como también los centros comerciales, en tal razón los puestos comerciales que existen en los mercados deben ofrecer a sus clientes la posibilidad de pagar con billeteras digitales en sus tiendas físicas y en línea, debido a que se tuvo como resultado de esta investigación un $Rho = 0,243$ lo que indica que hay una asociación positiva baja entre ambas variables, además de ello la significancia es de 0,000. Estos resultados reflejan a medida que el uso de la billetera digital se propague, el comportamiento del consumidor se reflejará en un aumento mínimo de 5,90%, y esta relación es estadísticamente significativa.

RESULTADO PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 1

6.2.2 Funciones que muestra las billeteras digitales en relación al comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central

Cada billetera digital, tales como Yape, Plin u otros tienen distintas funcionalidades, en tal razón fue necesario: "Determinar la relación de las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno", a través de la prueba de Rho de Spearman para entender la relación entre cuyas variables.

Tabla 8

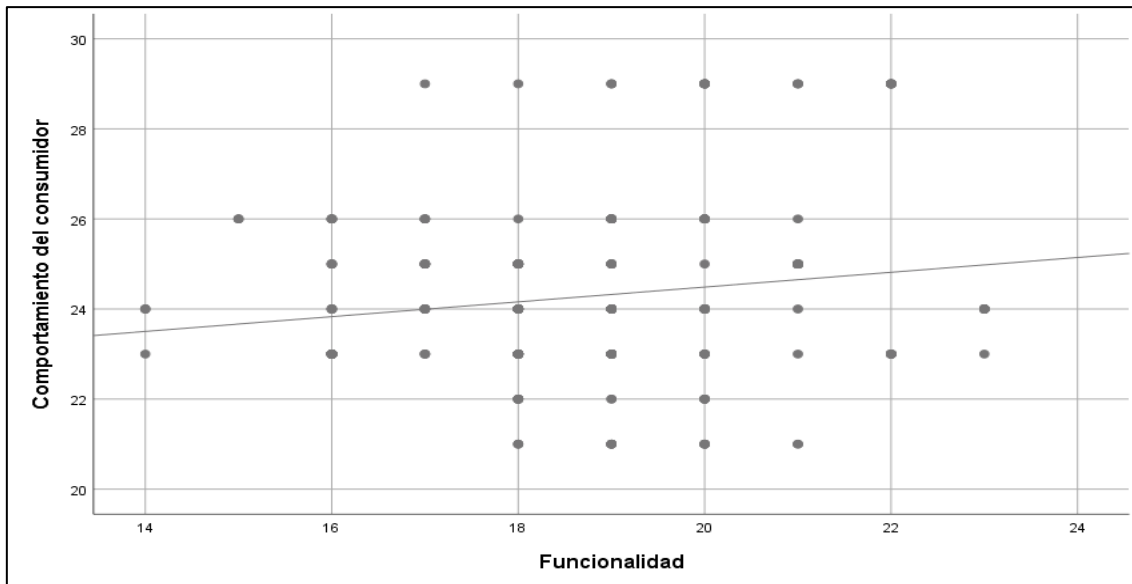
Resultado de las funciones que tiene las billeteras digitales respecto al comportamiento del consumidor en los mercados Laykakota y central

			Comportamiento del consumidor	Funcionalidad
Rho de Spearman	Comportamiento del consumidor	Coefficiente de correlación	1,000	,123*
		Sig.	.	,042
	Funcionalidad	Coefficiente de correlación	,123*	1,000
		Sig.	,042	.
		N	275	275

Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.

Figura 2

Correlación entre las funciones de las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor” de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno



Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.

Las billeteras digitales pueden ser una herramienta importante para impulsar el crecimiento del consumo en los mercados de Laykakota y Central,



en tal razón los comerciantes deben promover el uso de las billeteras digitales entre sus clientes a través de campañas de marketing y publicidad. El coeficiente de correlación entre las variables comportamiento del consumidor y la funcionalidad de las billeteras digitales es de 0,123. Esto indica que a medida que la funcionalidad de las billeteras digitales aumenta, también tiende a aumentar el comportamiento de compra del consumidor en un mínimo porcentaje del 1.51%. Además de ello la significancia es de 0,042 menor a 0,05, en tal sentido se concluye que hay una relación positiva débil entre el comportamiento del consumidor y la funcionalidad de las billeteras digitales.

RESULTADO PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 2

6.2.3 Seguridad en las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor en los mercados Laykakota y central del distrito de Puno

Tabla 9

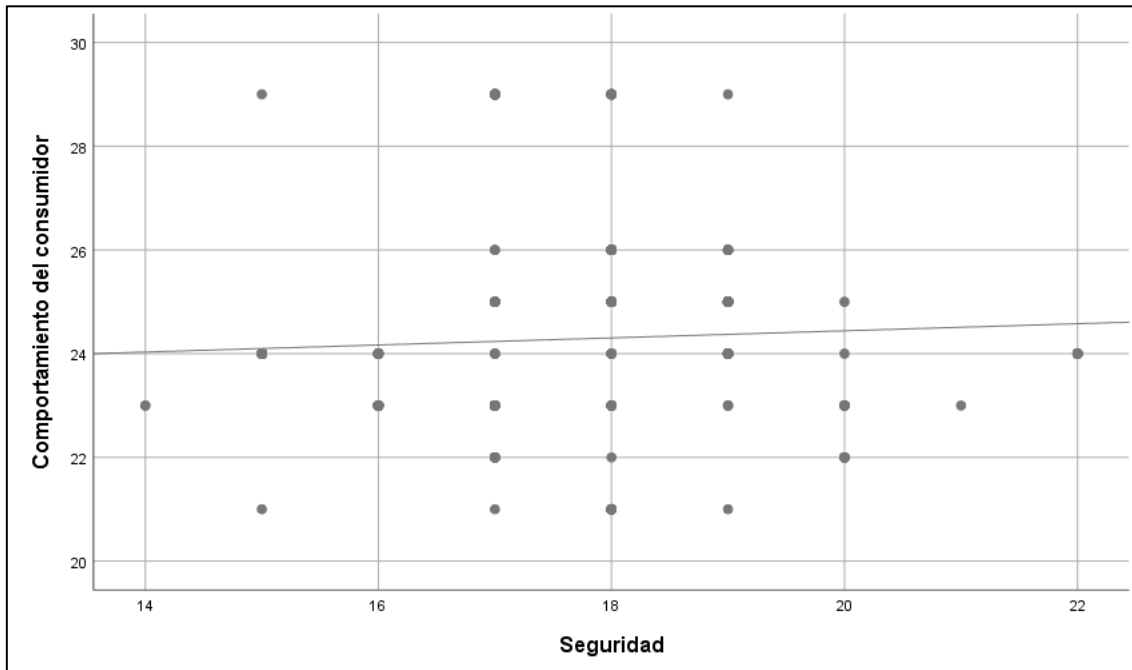
Resultados sobre la seguridad que tiene las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor" en los mercados

		Comportamiento del consumidor	Seguridad
Comportamiento del consumidor	Coeficiente de correlación	1,000	,156**
	Sig.	.	,009
	N	275	275
Seguridad	Coeficiente de correlación	,156**	1,000
	Sig.	,009	.
	N	275	275

Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.

Figura 3

Correlación entre la seguridad de las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor” de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno



Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.

La seguridad de las billeteras digitales es un factor importante para los clientes, especialmente para aquellos que tienen un comportamiento de consumo más activo. En este caso, el coeficiente de correlación entre el comportamiento del consumidor y la seguridad de las billeteras digitales es de 0,156, lo que nos indica que existe una relación positiva débil entre las dos variables, es decir que a medida que aumenta la percepción de seguridad de las billeteras digitales, también tiende a mejorar el comportamiento del consumidor a un mínimo porcentaje 2,43%. Además de ello se tuvo una significancia es de 0,009 menor a 0,05, en tanto se concluye que el comportamiento del consumidor tiene relación con la seguridad de las billeteras digitales.

RESULTADO PARA EL OBJETIVO ESPECÍFICO 3**6.2.4 Beneficios de las billeteras digitales respecto al comportamiento de los consumidores de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno**

Los beneficios que ofrecen las distintas billeteras digitales es un factor clave para llegar a que los usuarios de las billeteras digitales lo usen y así de esta manera tener un impacto en el comportamiento de compra por parte del consumidor, en tal razón se planteó como propósito de estudio, determinar la relación entre los beneficios de las villeras digitales y el comportamiento del consumidor en los mercados de Laykakota y Central de la ciudad de Puno.

Tabla 10

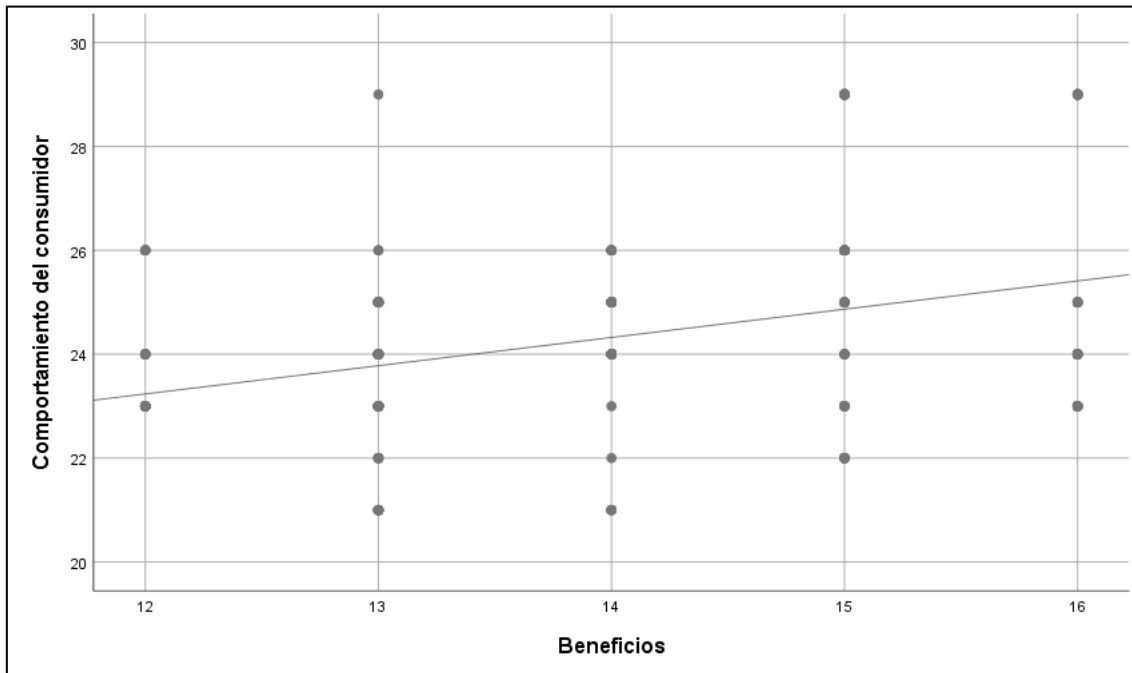
Correlación entre los beneficios que tiene las billeteras digitales con relación al comportamiento del consumidor

		Comportamiento del consumidor	Beneficios
Comportamiento del consumidor	Coeficiente de correlación	1,000	,304**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	275	275
Beneficios	Coeficiente de correlación	,304**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	275	275

Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.

Figura 4

Correlación entre los beneficios que tienen las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor" de los mercados Laykakota y central del distrito de Puno



Nota. Resultados de Rho de Spearman realizada en SPSS entre las dos variables.

En la tabla 10 y figura 4 se muestran el coeficiente de correlación entre los beneficios que tiene las billeteras digitales respecto al comportamiento del consumidor, donde el resultado de Rho fue 0,304 con un $p=0,000$, estos resultados señalan que hay una relación estadísticamente significativa. Es decir, a medida que el beneficio de las billeteras digitales aumente, también el comportamiento de compra por parte del consumidor se vería incrementado en estos mercados a un porcentaje 9,24%. Esto se debe a que los usuarios perciben un mayor valor en el uso de estas billeteras digitales, tales como: yape, plin u otros. Además, los beneficios, que pueden incluir mayor utilidad, programas de recompensas, mayor seguridad en las transacciones, una amplia gama de

funciones y una experiencia de usuario mejorada, generan un mayor interés y participación por parte de los consumidores.

6.3 Discusión de resultados

Teniendo en consideración que las billeteras digitales juegan un rol muy importante para los que lo usan, en esta investigación se vio que gran parte de los comerciantes de los mercados de Laykakota y mercado Central de la ciudad de Puno no usan billeteras digitales, por ende, los usuarios tampoco prestan mucha atención al momento de realizar alguna compra. Esto mismo se reflejó al obtener un $Rho=0,243^{**}$ y asumiendo varianzas comunes se obtuvo un 5,90%, dando a conocer, que a medida que el uso de la billetera digital se propague en las comerciantes de los mercados, el comportamiento del consumidor se reflejará en un aumento mínimo.

En cuanto a resultados específicos se llegó a evidenciar que entre las funciones de las billeteras digitales, seguridad de las billeteras y los beneficios de las billeteras mostraron tener una correlación positiva débil, dando a conocer que a medida aumenten los conocimientos sobre las funciones, seguridad y los beneficios de las billeteras digitales, se verá un aumento en un mínimo porcentaje, debido a que muchos comerciantes no emplean las billeteras digitales para realizar una venta, sin embargo existe gran parte de sus clientes que prefieren en pagar realizando transacciones y así evitar cargar monedas o contagiarse de alguna enfermedad.

Estos resultados dan a conocer su importancia de las billeteras digitales, debido a que Brown & Davis (2021) sostiene que la funcionalidad de la billetera digital se extiende más allá de las transacciones, puesto que Smith (2020) refiere



que estas plataformas han ganado prominencia en el panorama financiero, en ese sentido distintas investigaciones realizadas, tales como Mercado et. al (2019) llegaron a identificar diversas variables que ejercen una influencia significativa en las preferencias, decisiones de compra y patrones de compra de los consumidores, dentro de ella menciona la compra en línea que es una forma que los clientes prefieren realizar una compra. Por otra parte en Colombia Agudelo (2020) analizó el conocimiento y uso de billeteras virtuales por parte de los estudiantes del Tecnológico de Antioquia, del cual como resultado obtuvo que más del 49.5% de la población estudiada tenía una experiencia altamente positiva con las billeteras virtuales, destacando la aceptación y satisfacción de los usuarios con estas tecnologías financieras, lo que reflejó desde el 2020 ya se usaba las billeteras digitales en algunos países, mientras tanto en los años de 2022 y 2023, Bustos & Almeida (2023) refieren que en los últimos años, la banca móvil ha experimentado un notable crecimiento, consolidándose como un canal bancario que posibilita a los clientes llevar a cabo transacciones a través de dispositivos móviles las 24 horas del día y los siete días de la semana.

A nivel del territorio peruano, diversas investigaciones revelan una evolución sobre las billeteras digitales a lo largo de los años. Al 2023, Huamán et al. Sostienen que el uso del dinero electrónico tiene un impacto significativo en la calidad de los servicios financieros, pero un efecto moderado y directo sobre los servicios financieros. Mientras tanto Chavez & Lucero (2022) en Huaraz destacaron una relación positiva y significativa entre el uso frecuente de billeteras electrónicas y el porcentaje de transacciones comerciales. Así como también Mendoza (2023) quien analizó la adopción de la aplicación Yape en Perú, resaltando la importancia de la actitud del usuario y su impacto en la



intención de uso. Por último, Díaz et al. (2023) abordó la digitalización en empresas financieras en Perú, proponiendo la aplicación "Al Toke" para integrar operaciones financieras y generar un impacto social y económico. A lo largo de estos años, se observa una transición de la investigación sobre los beneficios y la implementación del dinero electrónico hacia temas más específicos, como la inclusión financiera, la relación con transacciones comerciales y la adopción de aplicaciones móviles, reflejando la evolución de las necesidades y desafíos en el ámbito financiero y tecnológico.

Finalmente, en Puno Romero (2019) concluye que el neuromarketing tiene un impacto significativo en las decisiones de compra de los consumidores en Industrias Alimentarias Negolatina S.C.R.L. Durante el primer trimestre de 2018, donde su muestra fue de 174 clientes y mediante la prueba de hipótesis del chi-cuadrado obtuvo un coeficiente de correlación de 39.146, dando a concluir que la influencia positiva del neuromarketing en las elecciones de compra de los consumidores.

Los resultados mostrados en este estudio, como también de los anteriores dan a conocer que el uso de billeteras digitales como Yape, Plin, u otros ofrecen diversas ventajas que contribuyen a la comodidad y eficiencia de la experiencia de compra. En primer lugar, el uso de billeteras digitales agiliza el proceso de pago, ya que permite realizar transacciones de manera rápida y sencilla a través de dispositivos móviles. Esto reduce el tiempo que los clientes pasan en la fila de cajas, mejorando la eficiencia y la fluidez en el centro comercial, además de proporcionar un método de pago seguro, sin la necesidad de llevar dinero en efectivo.

CONCLUSIONES

PRIMERA: A partir del análisis de correlación entre las variables uso de las billeteras digitales y el comportamiento de los consumidores de los mercados Laykakota y central de Puno se muestra que existe relación, puesto que se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,304. Es decir, a medida que el beneficio de las billeteras digitales aumente, también el comportamiento de compra por parte del consumidor se vería incrementado en estos mercados. Además, la prueba de Tau-b de Kendall tuvo un p-valor de 0,000 dando a conocer que a medida que aumenta el uso de las billeteras digitales, también se observará un cambio positivo en el comportamiento de compra por parte del consumidor.

SEGUNDA: El coeficiente de correlación obtenido fue de 0,123 y un nivel de significancia de 0,042, reflejando que las funciones de las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor" muestran una relación en los mercados Laykakota y central de Puno. Así como también respalda la prueba de Tau-b de Kendall, con un valor de 0,092 y un p-valor de 0,049, dando a conocer que existe una relación significativa entre las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor" de los mercados Laykakota y central en Puno. Es decir que a medida que la funcionalidad de las billeteras digitales aumenta, también tiende a aumentar el comportamiento de compra del consumidor.

TERCERA: Entre lo que es la seguridad de las "billeteras digitales y el comportamiento del consumidor" en los mercados Laykakota y



central de Puno, con un coeficiente de $Rho = 0,156$, además mediante la prueba de Tau-b de Kendall se tuvo un p-valor de 0,027 reafirmando la correlación positiva y estadísticamente significativa entre la seguridad de las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor”, lo que llevó a interpretar que a medida aumenta la percepción de seguridad de las billeteras digitales, también tiende a mejorar el comportamiento del consumidor.

CUARTA: La prueba de Rho de Spearman, tuvo un nivel de significancia de 0,000 menor a 0,05 y un coeficiente de 0,304, evidenciando que existe una relación estadísticamente significativa entre los beneficios de las “billeteras digitales y el comportamiento del consumidor”, además de ello, reafirma la prueba de Tau-b de Kendall mediante el p-valor de 0,000, lo que llevó a concluir que a medida que los beneficios de las billeteras digitales aumenten tales como yape, plin u otros, también el comportamiento del consumidor aumenta en los mercados de Laykakota y central.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: Implementar estrategias que impulsen activamente el uso de billeteras digitales, ya que esto podría incluir campañas de concientización sobre las ventajas de las billeteras digitales. Además, la superación de barreras educativas, la mejora de la interoperabilidad, la fortaleza de la seguridad y la colaboración entre los actores del mercado son factores esenciales para el aumento significativo del uso de billeteras digitales en los mercados.

SEGUNDA: Se sugiere perseverar en la implementación de campañas informativas que enfatizan y destaquen de manera integral las funcionalidades clave de estas tecnologías. Estas campañas deben dirigirse a educar a los usuarios sobre cómo las billeteras digitales pueden simplificar y mejorar sus transacciones financieras diarias.

TERCERA: Brindar una orientación sobre la seguridad que tienen las billeteras digitales, para así cultivar una mayor confianza entre los usuarios, lo que, a su vez, actuará como un estímulo para que opten por métodos de pago digitales. Este enfoque no solo favorecerá la aceptación de las billeteras digitales, sino que también contribuirá positivamente a modificar los comportamientos financieros de los consumidores, marcando un paso crucial hacia la transformación digital en el ámbito financiero.

CUARTA: Dar a conocer que las billeteras digitales tienen grandes beneficios, para que así los usuarios se sienten seguros con sus transacciones



y la salvaguarda de sus datos personales en estas plataformas, y se incremente el uso de las billeteras digitales como también las ventas por parte de las comerciantes de los mercados.



REFERENCIAS

- Agudelo González, P. (2020). *Conocimiento y uso de las billeteras virtuales en el Tecnológico de Antioquia "Sede Itagüí". [Tesis de pregrado Tecnológico de Antioquia Institución Universitaria]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/671>
- Alanoca Aruqipa, P. C. (2020). *Desarrollo de una billetera movill. . Tesis de pregrado, Universidad Publica del Alto*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://repositorio.upea.bo/jspui/bitstream/123456789/77/1/PDG-%20PETER%20CIRO%20ALANOCA%20ARUQUIPA.pdf>
- Barrera Rodríguez, A. M., Duque Hurtado, P. L., & Merchán Villegas, V. L. (2022). *Neurociencia y comportamiento del consumidor: análisis estadístico de su evolución y tendencias en su investigación. Cuadernos Latinoamericanos De Administración, Vol. 18(Núm. 35)*. doi:<https://doi.org/10.18270/cuaderlam.v18i35.3855>
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Bustos Magne, N. S., & Almeida Cardona, R. (2023). *Adopción del uso de la banca móvil en la ciudad de Cochabamba. Revista Perspectivas(Núm. 52), 85 - 110*. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S1994-37332023000200085&script=sci_arttext
- Castro , A. (2018). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*. Trillas.



- Ceja, S. N., Céspedes, S., Vázquez, L. A., Pacheco, E., & Figueroa, R. (2023). Análisis del comportamiento del consumidor de la generación Z en un contexto educativo post COVID-19. *Comuni@cción*, 14(3), 205-219. doi:<https://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.14.3.858>
- Chavez Penadillo, Y. D., & Lucero Toledo, E. M. (2022). *Relación de las billeteras electrónicas con las transacciones comerciales en los microempresarios del centro comercial "Golden Plaza", Huaraz – 2022. [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/97844>
- Díaz Silva, W. E., Guerrero Benavides, P. E., Montero Ibañez, J. A., Reátegui Carranza, N. A., & Riera Valencia, D. E. (2023). Modelo Prolab: Plan de Negocios Para el Desarrollo de un Aplicativo Móvil Para Interconectar Operaciones Entre Bancos: Falabella, Ripley, Alfin, de la Nación, Financieras, Cajas Municipales y Rurales de Ahorro y Crédito. Tesis. Pontificia Universidad Católica Del Perú, Surco. Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/4155a6431832ac72eba20d5a05a39984/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- Domínguez, J. (2015). *Manual de metodología de la investigación científica* (3° ed.). Trujillo-Perú, Perú: Universidad Católica los ángeles de Chimbote. Obtenido de https://ebevidencia.com/wp-content/uploads/2016/01/Manual_metodologia_investigacion_ebevidencia.pdf
- Encalada Encarnación, V. R., Ruíz Quesada, S. C., & Encarnación Merchán, O. M. (2020). Billetera electrónica móvil: una alternativa de pago del sistema



financiero ecuatoriano. *Contabilidad y negocios*, Vol. 15(Núm. 30), 24-42. doi:DOI: <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202002.002>

Fernandez, C., Hernandez, R., & Baptista, L. (2003). *Metodología de la investigación*. Mexico: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA DE MEXICO.

Guevara, R. D. (2012). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto (2da ed.)*. Limusa.

Hidalgo Artica, L. d. (2021). *Limitaciones en la Interoperabilidad de Billeteras Digitales Afectan el Surgimiento de un Ecosistema de Pagos Inclusivo. [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú]*. Repositorio institucional. Obtenido de <https://www.proquest.com/openview/b3ffe6e2a775f14a70de957eacce5a11/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>

Huaman Conza, M., Huaman Gaspar, R., & Huilca Huallparimachi, F. W. (2023). Dinero electrónico como mecanismo de inclusión financiera de las MYPES de la provincia del Cusco. *Trasender Peru revista de ciencias empresariales y turismo*, Vol. 1(Núm. 1), 101-116. Obtenido de <https://revistas.unsaac.edu.pe/index.php/Revtrascender/article/view/1185>

Mamani, R., & Viracocha, R. (2023). *El investigador - Para principiantes de la investigación (1ra. Edición ed.)*. Puno, Perú: Ruah de Dios. Obtenido de <https://www.goodreads.com/book/show/195033481-para-principiantes-de-la-investigaci-n>

Mendoza Osorio, H. J. (2023). *Factores de incidencia en la intención de uso de la aplicación Yape del BCP en Lima Metropolitana en el 2022. [Tesis de*



pregrado, Universidad ESANJ. Repositorio institucional. Obtenido de
<https://hdl.handle.net/20.500.12640/3344>

Mercado, K. E., Perez, C. B., Castro, L. A., & Macias, A. (2019). Estudio
Cualitativo sobre el Comportamiento del Consumidor en las Compras en
Línea. *Información tecnológica*, Vol. 30(Núm. 1).
doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000100109>

Moreno, E. (21 de 03 de 2021). *Metodología de investigación, pautas para hacer
Tesis*. Obtenido de LA POBLACIÓN EN UNA INVESTIGACIÓN:
[https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-
poblacion.html](https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html)

Neira, M. H. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Grupo Editorial
Norma.

Ñaupas, H., Mejiá, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la
investigación*. Colombia: Adriana Gutiérrez.

Ojeda Rondan, H. T., Yampi Supho, D. M., & Vargas Salinas, R. F. (2023). El
comercio electrónico y su relación en el comportamiento del consumidor
de la ciudad de Cusco-Perú. *Semestre Economico*, Vol. 12(Núm. 1).
doi:<https://doi.org/10.26867/se.2023.v12i1.145>

Perú21, R. (23 de 11 de 2020). *Peru21*. Obtenido de
[https://peru21.pe/lima/diversos-negocios-implementan-billetera-digital-
como-metodo-de-pago-transformacion-digital-coronavirus-en-peru-
noticia/](https://peru21.pe/lima/diversos-negocios-implementan-billetera-digital-como-metodo-de-pago-transformacion-digital-coronavirus-en-peru-noticia/)

Rivadeneira Gonzales, L. A. (2020). *Modelado de negocio y variación del
comportamiento del consumidor en un centro de expendio cárnico del*



Mercado las Flores SJL. [Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo].

Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/59888>

Rodriguez Tineo, D. (2019). *Los servicios financieros digitales del Banco de la Nación. [Tesis de Maestría, Universidad Nacional Federico Villarreal].*

Repositorio institucional. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.13084/3727>

Romero Cachicatari, G. K. (2019). *Influencia del neuromarketing en la decisión de compra del consumidor en la Empresa Industrias Alimentarias Negolatina S.C.R.L. de la ciudad de Puno, primer trimestre 2018. [Tesis pregrado, universidad Nacional del Altiplano].* REpositorio institucional.

Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/12637>

Torres, C. A. (2016). *Metodología de la Investigación: Diseño y ejecución.* Trillas.



ANEXOS



ANEXOS 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA Y CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ESTADÍSTICA
P. General ¿Cuál es la relación de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023?	O. General Determinar la relación del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023.	H. General Existe una relación significativa del uso de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023.	Billetera digital	Funcionalidad	<ul style="list-style-type: none"> • Uso de Celular (Smartphone) • Rápido Uso • Facilidad de uso 	Enfoque de investigación: Cuantitativo
P. Específicos	O. Específicos	H. Específicos		seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Autenticación de datos • Integridad • Confidencialidad • Disponibilidad y fiabilidad • Creación de historia • Disponibilidad y fiabilidad 	Tipo De Investigación: Básica
				Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de historial • Costo de uso • Pagos al instante • Incremento de ahorro 	Diseño De Investigación: No Experimental
<ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué manera se relaciona las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023? • ¿De qué manera se relaciona la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023? • ¿De qué manera se relaciona los beneficios de las billeteras digitales en el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno 2023? 	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar la relación de las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023 • Determinar la relación de la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023 • Determinar la relación de los beneficios de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existe una relación significativa de las funciones de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023 • Existe una relación significativa de la seguridad de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023 • Existe una relación significativa de los beneficios de las billeteras digitales y el comportamiento del consumidor de los mercados Laykakota y central de Puno, 2023. 	Comportamiento del consumidor	Factores internos	<ul style="list-style-type: none"> • Psicológicos • Persona 	Nivel De Investigación Correlacional y explicativo
				Factores Externos	<ul style="list-style-type: none"> • Cultural • Social 	Población La población es 1466 usuarios Muestra: 275 usuarios. Técnicas e instrumento: Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario.



ANEXO 2 INSTRUMENTOS

CUESTIONARIO N° 1. Cuestionario de Billetera Digital y Comportamiento del Consumidor

CUESTIONARIO DE LA BILLETERA DIGITAL Y COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Mercado: _____ Edad: _____ Sexo: _____

INSTRUCCIONES: A continuación, encontrará afirmaciones sobre el uso de las billeteras digitales en el comportamiento del consumidor de los mercados de Ate. Lea cada una con mucha atención; luego, marque la respuesta que mejor lo describa con una **X** según corresponda. Recuerde, no hay respuestas buenas, ni malas. Conteste todas las afirmaciones con la verdad **OPCIONES DE RESPUESTA:**

1	=	Totalmente de acuerdo
2	=	De acuerdo
3	=	Indeciso
4	=	En desacuerdo
5	=	Totalmente desacuerdo

N° ítem	AFIRMACIONES	1	2	3	4	5
Billetera digital						
1	Considera que la billetera digital es un medio de disponibilidad de dinero.					
2	Considera que el uso de un smartphone es importante para contar con una billetera digital.					
3	Cree que el pago con las billeteras digitales es práctico					
4	Considera que las billeteras digitales se pueden descargar con facilidad.					
5	Cree que pagar con tu billetera digital te ahorra el tiempo en tus compras					
6	Al realizar tus transacciones se presentó en algún momento un problema de error.					
7	Considera que la descarga de las billeteras digitales es confiable.					
8	Considera confiable que las billeteras digitales cuenten con normas o respaldo de tus datos personales.					
9	Cree que tus datos están seguros cuando lo ingresas en las descargas de tus billeteras digitales,					
10	Considera que su billetera digital cuida su dinero de robos.					
11	Cree que las transacciones siempre se realizan de manera correcta.					
12	Cree que es importante la implementación de las billeteras digitales en los negocios. (Bodega, farmacias, Restaurantes, Ambulantes y Galería).					
13	Le genera confianza el uso de las billeteras digitales					
14	Considera a futuro calificar para un préstamo financiero					
15	Considera que las billeteras deben cobrar por el uso de en transacciones					



16	Cree que las billeteras digitales realizan la transacción de inmediato						
17	Considera que las billeteras digitales puedes usar como un medio de ahorro						
Comportamiento del consumidor							
18	Consideras que las billeteras digitales son de fácil uso realizar transacciones						
19	Considera que las billeteras digitales te ayudan a reducir el tiempo de compra						
20	Cambiarías tu forma de pago tradicional (efectivo) por el pago digital						
21	Cree que es necesario tener un celular de alta gama para tener descargadas las billeteras digitales						
22	Considera ud que evita contagiarse de enfermedades al utilizar billeteras digitales						
23	Considera que la tecnología cambiaría su forma de vida						
24	Cree que se deba implementar las billeteras digitales en los mercados de la ciudad de puno						
25	Recomendaría el uso de las billeteras digitales en su entorno						
26	Escucha que sus amigos compran con billeteras digitales						



ANEXOS 3 VALIDEZ DE INSTRUMENTO

ANEXO 3
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DE TESIS: USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA, CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023

REFERENCIAS

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: ROBERTO POYE COLQUEHUASI
- PROFESIÓN: L.I.C. ADM.
- CARGO ACTUAL: DIRECTOR EP. A.M.
- GRADO ACADÉMICO: DOCTOR EN ADMINISTRACIÓN

I. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5

Fuente:

II. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

.....
.....

III. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)
- b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha: JULIACA, 11 DE MARZO DEL 2024

Firma del experto
DNI N° 02125441
N° celular: 996-953577



ANEXO 3

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DE TESIS: USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA, CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023

REFERENCIAS

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: Acero Acero Jenny Parro
- PROFESIÓN : Lic. en Turismo
- CARGO ACTUAL: Directora A.T.H.G.
- GRADO ACADÉMICO: Doctora

I. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4	5
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	5
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	5
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5

Fuente:

II. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

.....

III. RESOLUCIÓN

a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)

b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha: TULACAY, 11 DE MARZO DE 2024

Firma del experto
DNI N° 01324434
N° celular: 990227485



ANEXO 3
VALIDEZ DEL INSTRUMENTO
UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DE TESIS: USO DE LAS BILLETERAS DIGITALES Y EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR DE LOS MERCADOS LAYKAKOTA, CENTRAL DEL DISTRITO DE PUNO 2023

REFERENCIAS

- EXPERTO NOMBRES Y APELLIDOS: SANTOTOMAS, LICIMACO, AGUILAR, PINTO
- PROFESIÓN : LIC. ADMINISTRACION
- CARGO ACTUAL: DOCENTE EN LA UNIVERSIDAD ANDINA NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
- GRADO ACADÉMICO: DOCTOR

I. ASPECTO DE VALIDACIÓN

INDICADORES	CRITERIOS					
		DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. CLARIDAD	Está redactado con lenguaje apropiado	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
2. CREATIVIDAD	Está expresado en capacidades observables	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica de los ítems con las variables	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
5. SUFICIENCIA	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes.	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para cumplir los objetivos de la investigación.	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
7. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teóricos y científicos	1	2	3	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5
8. COHERENCIA	Entre las dimensiones, indicadores, ítems e índices.	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito de la investigación.	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>
10. PERTENENCIA	El instrumento es útil y adecuado para la investigación.	1	2	3	4	5 <input checked="" type="checkbox"/>

Fuente:

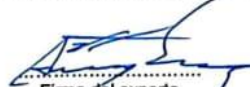
II. OBSERVACIÓN Y RECOMENDACIÓN

.....
.....

III. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado (C ≥ 75% = 0.75)
- b. Desaprobado (C < 75% = 0.75)

Lugar y fecha: JULIACA, PUNO, PERU, MARZO, DEL 2024


Firma del experto
DNI N° 02291395
N° celular: 981253033





	Billetera digital																	Comportamiento del consumidor								
	Funcionalidad						Seguridad						Beneficios					Factores internos				Factores externos				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	1	2	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	
2	1	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1
3	2	3	5	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2	
4	2	3	5	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	3	5	3	3	2	3	3	4	1	5	2	3	2
5	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2
6	2	4	5	3	5	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1
7	2	3	4	4	5	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
8	2	3	3	5	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
9	3	3	4	5	5	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
10	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2
11	2	2	4	5	4	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
12	2	2	4	4	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
13	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
14	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
15	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
16	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
17	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2
18	2	3	4	3	4	2	2	3	3	4	1	2	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2
19	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
20	2	2	4	4	5	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	3	3	3	3	1	4	2	2	2
21	2	2	3	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	3	2	2
22	2	2	4	5	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	5	2	1	2
23	2	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	5	3	2	2	4	3	2	3	2	2	1
24	3	1	4	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	1
25	3	1	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2
26	2	1	3	4	4	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2
27	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2
28	2	1	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1
29	3	2	5	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	5	3	2	3	3	3	4	1	3	1	2	2
30	2	2	5	3	3	3	2	4	4	3	1	2	1	3	5	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3
31	2	2	4	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	1	2
32	1	1	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	2	4	3	4	5	3	2	4	3	2	4	3	2	2
33	1	1	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2
34	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	3	2	4	3	1	1
35	1	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1
36	2	3	5	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2
37	2	3	5	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	3	5	3	3	2	3	3	4	1	5	2	3	2
38	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2
39	2	4	3	5	5	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1
40	2	3	4	5	5	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
41	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
42	3	3	4	5	5	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
43	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2
44	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
45	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
46	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
47	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
48	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
49	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
50	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2	2
51	2	3	4	4	4	2	2	3	3	4	1	2	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2



52	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3	
53	2	2	4	5	5	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	3	3	3	3	1	4	2	2	2	
54	2	2	3	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	3	2	2	
55	3	1	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2	
56	2	1	3	4	4	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	4	3	2	2
57	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2	
58	2	1	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1	
59	3	2	5	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	5	3	2	3	3	3	4	1	3	1	2	2	
60	2	2	5	3	3	3	2	4	4	3	1	2	1	3	5	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3	
61	2	2	4	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	1	2	
62	1	1	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	2	4	3	4	5	3	2	4	3	2	4	3	2	2	
63	1	1	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	
64	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	3	2	4	3	1	1	
65	1	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1	
66	2	3	5	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2	
67	2	3	5	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	3	5	3	3	2	3	3	4	1	5	2	3	2	
68	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2	
69	2	4	3	5	5	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1	
70	2	3	4	5	5	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	
71	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2	
72	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2	
73	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2	
74	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2	
75	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1	
76	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	
77	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2	
78	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2	
79	2	3	3	4	4	2	2	3	3	4	1	2	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2	
80	2	2	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3	
81	2	2	3	4	5	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	3	3	3	3	1	4	2	2	2	
82	2	2	3	3	4	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	3	2	2	
83	2	2	3	4	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	5	2	1	2	
84	2	2	4	3	5	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	5	3	2	2	4	3	2	3	2	2	1	
85	3	1	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	1	
86	3	1	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2	
87	2	1	3	4	4	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2	
88	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2	
89	2	1	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1	
90	3	2	4	4	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	5	3	2	3	3	3	4	1	3	1	2	2	
91	2	2	3	3	3	3	2	4	4	3	1	2	1	3	5	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3	
92	2	2	3	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	1	2	
93	1	1	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	2	4	3	4	5	3	2	4	3	2	4	3	2	2	
94	1	1	3	5	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	
95	1	1	3	5	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	3	2	4	3	1	1	
96	1	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1	
97	2	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2	
98	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	3	5	3	3	2	3	3	4	1	5	2	3	2	
99	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2	
100	2	4	3	5	5	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1	
101	2	3	4	5	5	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	
102	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2	
103	3	3	4	5	5	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3	
104	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2	
105	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2	
106	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2	



107	2	1	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1
108	3	2	5	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	5	3	2	3	3	3	4	1	3	1	2	2
109	2	2	5	3	3	3	2	4	4	3	1	2	1	3	5	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3
110	2	2	4	3	3	4	2	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	1	2
111	1	1	3	4	4	5	2	3	3	4	2	2	2	4	3	4	5	3	2	4	3	2	4	3	2	2
112	1	1	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2
113	1	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	3	2	4	3	1	1
114	1	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1
115	2	3	5	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2
116	2	3	5	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	3	5	3	3	2	3	3	4	1	5	2	3	2
117	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2
118	2	4	3	5	5	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1
119	2	3	4	5	5	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
120	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
121	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
122	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
123	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
124	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
125	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
126	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
127	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2
128	2	3	4	4	4	2	2	3	3	4	1	2	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2
129	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
130	2	4	3	5	5	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1
131	2	3	4	5	5	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
132	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
133	3	3	4	5	5	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
134	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2
135	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
136	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
137	2	1	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1
138	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
139	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
140	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
141	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
142	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2
143	2	3	4	4	4	2	2	3	3	4	1	2	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2
144	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
145	2	4	3	5	5	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1
146	2	3	4	5	5	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
147	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
148	3	3	4	5	5	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
149	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
150	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
151	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
152	2	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
153	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
154	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2
155	2	3	4	4	4	2	2	3	3	4	1	2	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2
156	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
157	2	2	4	5	5	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	3	3	3	3	1	4	2	2	2
158	2	2	3	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	3	2	2
159	3	1	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2
160	2	1	3	4	4	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2
161	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2



162	2	1	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1
163	3	2	5	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	5	3	2	3	3	3	4	1	3	1	2	2
164	2	2	5	3	3	3	2	4	4	3	1	2	1	3	5	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3
165	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2
166	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
167	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
168	2	1	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1
169	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
170	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
171	2	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
172	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	2	2	2
173	2	1	4	4	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	1
174	3	2	5	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	5	3	2	3	3	3	4	1	3	1	2	2
175	2	2	5	3	3	3	2	4	4	3	1	2	1	3	5	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3
176	2	2	4	3	4	4	2	4	3	4	2	2	2	3	4	3	4	3	2	3	4	2	4	3	1	2
177	1	1	3	3	5	5	2	3	3	4	2	2	2	4	3	4	5	3	2	4	3	2	4	3	2	2
178	1	1	3	3	5	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2
179	1	1	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	5	3	2	4	3	1	1
180	1	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1
181	2	3	5	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2
182	2	3	5	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	3	5	3	3	2	3	3	4	1	5	2	3	2
183	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2
184	2	4	3	3	4	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1
185	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
186	2	3	3	3	3	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
187	2	3	3	3	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
188	2	2	4	3	5	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
189	2	2	3	3	5	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
190	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
191	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
192	2	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
193	1	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2
194	1	3	4	2	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1
195	2	3	5	3	5	4	3	3	2	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	3	2	4	2	3	2
196	2	3	5	3	5	3	2	3	3	4	2	2	2	3	5	3	3	2	3	3	4	1	5	2	3	2
197	3	3	4	4	4	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2
198	2	4	3	3	3	2	2	3	4	3	4	1	2	3	3	5	2	4	3	4	3	2	4	2	2	1
199	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	2	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2
200	2	3	3	4	3	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
201	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
202	2	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2
203	2	2	4	3	3	2	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
204	2	2	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
205	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
206	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
207	2	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
208	2	2	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
209	3	3	3	3	5	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2
210	2	3	4	3	5	2	2	3	3	4	1	2	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2
211	2	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
212	2	2	4	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	4	5	4	3	3	3	3	1	4	2	2	2
213	2	2	3	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	3	2	2
214	2	2	4	4	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	5	2	1	2
215	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	5	3	2	2	4	3	2	3	2	2	1
216	3	1	4	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	1



217	3	1	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2
218	2	1	3	4	4	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2
219	2	3	3	4	4	4	2	4	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
220	3	3	4	5	5	3	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
221	2	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	2	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
222	2	3	4	4	4	2	2	3	3	3	1	2	1	3	4	4	2	1	2	4	3	2	4	2	2	1
223	3	3	3	4	4	3	3	3	2	4	2	2	2	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2
224	2	4	4	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
225	2	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2
226	2	3	4	4	4	2	2	3	4	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2
227	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
228	2	3	4	5	5	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	1	4	2	2	2
229	2	2	3	4	4	3	2	3	4	4	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	3	2	2
230	2	2	4	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	2	4	3	2	5	2	1	2
231	3	2	3	5	5	3	2	2	4	3	4	1	2	3	3	5	3	2	2	4	3	2	3	2	2	1
232	3	3	4	4	4	4	2	3	3	2	3	2	3	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	2	2	1
233	2	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2
234	2	2	3	4	4	2	3	4	4	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	4	2	4	3	2	2
235	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	2	1	1	4	3	4	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
236	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2
237	2	2	4	5	5	3	3	4	4	3	3	1	2	4	4	5	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
238	2	2	4	4	4	3	2	3	3	3	2	1	1	4	4	4	3	3	2	4	4	1	4	2	2	2
239	2	2	4	4	4	2	2	2	2	2	3	2	1	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	2	1	2
240	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
241	2	2	4	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	1	4	2	2	2
242	3	1	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	2	4	3	2	2
243	3	1	3	4	4	3	2	2	2	4	2	2	2	4	3	4	3	3	2	4	3	2	5	2	1	2
244	2	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	2	2	4	3	2	3	2	2	1
245	2	3	3	4	4	3	1	3	3	2	2	1	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	2	1
246	2	3	4	4	4	2	2	4	3	2	2	2	3	3	4	4	2	2	3	4	3	2	4	3	3	2
247	2	2	3	4	4	3	2	2	4	3	2	2	2	4	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	2	2
248	2	2	4	5	5	4	2	3	3	2	2	3	2	3	4	5	4	2	3	4	4	2	5	3	4	2
249	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3
250	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2
251	2	3	3	5	5	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	5	3	1	2	4	3	2	4	2	2	1
252	1	2	4	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2
253	1	3	4	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	3	2	3	5	3	2	3	3	2	2
254	2	3	3	4	4	2	3	3	2	3	3	1	2	3	3	4	2	3	2	4	4	1	4	2	2	2
255	2	3	3	4	4	4	2	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	3	2	4	3	2	4	2	1	2
256	3	3	4	5	5	3	2	4	3	3	3	2	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
257	2	1	4	4	4	3	3	3	4	3	3	1	1	4	4	4	3	3	3	3	3	1	4	2	2	2
258	2	3	2	3	4	2	2	4	3	2	2	2	2	3	4	4	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2
259	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	2	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2
260	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	1	4	2	2	2
261	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	1	2	1	3	3	4	3	2	3	4	4	2	4	2	1	2
262	3	3	2	2	4	3	3	3	2	4	2	2	2	3	4	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	3
263	2	4	3	3	5	3	2	3	3	4	2	2	2	3	3	5	3	2	3	4	2	1	4	2	2	2
264	1	2	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	1	2	4	3	2	4	3	2	2
265	1	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	4	4	4	3	2	3	3	3	2	5	2	1	2
266	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	5	3	2	3	2	2	1
267	3	2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	2	2	1
268	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	1	1	3	4	4	2	3	2	4	3	2	4	3	3	2
269	2	3	3	3	3	5	2	3	3	2	3	2	1	4	3	4	3	2	2	3	3	2	4	3	2	2
270	2	2	2	3	3	5	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	5	3	2	5	3	4	2
271	3	3	3	4	2	4	2	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3



272	2	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	4	4	4	3	1	3	4	3	2	3	2	2	2
273	2	2	3	3	4	3	2	2	4	3	2	1	1	3	4	4	2	2	2	4	4	2	4	1	3	2
274	2	2	2	2	4	4	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	5	2	2	2
275	3	2	3	3	3	5	3	3	3	3	3	1	2	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	3	3	2



2. Referencia de tesis:

- Bachiller
- Título
- 2da Especialidad
- Maestría
- Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

Sí autorizo
 No autorizo

Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS 5311- UNESCO

Firma de Autor



huella digital

06 de Septiembre del 2024

Fecha