



UNIVERSIDAD  
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL  
**PIRHUA**

# EL IMPULSO DE LA BILLETERA MÓVIL EN SU REPERCUSIÓN EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA DEL PERÚ

Mariana Fernández-Graz

Lima, abril de 2018

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Programa Académico de Administración de Empresas

Fernández, M. (2018). *El impulso de la billetera móvil en su repercusión en la inclusión financiera del Perú* (Trabajo de Suficiencia Profesional de licenciatura en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Lima, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)

UNIVERSIDAD DE PIURA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



EL IMPULSO DE LA BILLETERA MÓVIL Y SU REPERCUSIÓN EN LA INCLUSIÓN  
FINANCIERA DEL PERÚ

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de  
Licenciado en Administración de Empresas

MARIANA XIMENA FERNÁNDEZ GRAZ

Asesor: Dr. Jaime Agustín Sánchez Ortega

Lima, abril 2018

Dedicado a mi familia.

## **RESUMEN**

### **El impulso de la billetera móvil y su repercusión en la inclusión financiera del Perú**

The impulse of the mobile wallet and its repercussion in the financial inclusion of Peru

**Mariana Ximena Fernández Graz**

Correo electrónico: [mariana.xfg@gmail.com](mailto:mariana.xfg@gmail.com)

Área de conocimiento: Administración General

Trabajo de Suficiencia Profesional

Universidad de Piura – Campus Lima

### **Resumen**

El siguiente estudio se centrará en el impulso de la billetera móvil como una variable para facilitar la inclusión financiera en el Perú. Incentivar el uso de la billetera móvil identificando el tipo de transferencia más adecuada para esta intervención es un inicio clave. Es por esa razón que el problema central de esta investigación es encontrar la forma más eficiente de impulsar el uso de la billetera móvil; lo cual podría impactar positivamente en la inclusión financiera del país. De esa manera, se propone las transferencias P2P (persona a persona) y, específicamente, el envío o recepción de remesas internas a nivel provincias.

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo con la aplicación de una lógica inductiva. Adicionalmente, la investigación presenta un diseño no experimental y se encuentra bajo los lineamientos de la Norma APA. Este estudio de caso posee un alcance transversal con un nivel exploratorio y descriptivo. Es de nivel exploratorio, debido a “que

el propósito es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación; se trata de una exploración inicial en un momento específico” (Sampieri, Sexta edición). Y, por otro lado, es de nivel descriptivo porque es un estudio que “indaga la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población” (Sampieri, Sexta edición). Así mismo, la herramienta utilizada para sustentar que efectivamente el mercado de remesas internas es atractivo para el impulso de la billetera móvil fueron encuestas realizadas bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia; en ese sentido, se realizaron 50 encuestas. El público objetivo de dichas encuestas fueron hombres y mujeres mayores de edad que viven en un distrito de nivel socioeconómico C y/o D que envíen o reciban remesas internas de provincia. El resultado principal de las encuestas responde positivamente con el objetivo de encontrar la forma más eficiente de impulsar el uso de la billetera móvil.

Por último, la conclusión de este estudio es que el producto de billetera móvil presentado en esta investigación podría impulsar su uso al centrarse en un público objetivo que regularmente envíen o reciban dinero de provincia.

**Palabras Clave:** Inclusión Financiera, billetera móvil, Perú, población no bancarizada

## **Summary**

The following study will focus on the promotion of the mobile wallet as a variable to increase financial inclusion in Peru. Encouraging the use of the mobile wallet by identifying the most appropriate type of transfer for this intervention is a key start. That’s why the central problem of this research is to find the most efficient way to promote the use of the mobile

wallet; which could have a positive impact on the country's financial inclusion. In this way, P2P (person to person) transfers are proposed and, specifically, the sending or receiving of internal remittances at the provincial level.

The present investigation has a qualitative approach with the application of an inductive logic. Additionally, the research presents a non-experimental design and is under the guidelines of the APA Standard. This case study has a cross-sectional scope with an exploratory and descriptive level. It is exploratory level, because the purpose is to begin to know a variable or a set of variables, a community, a context, an event, a situation; it is an initial exploration at a specific time. And, on the other hand, it is descriptive level because it is a study that investigates the incidence of the modalities, categories or levels of one or more variables in a population. Likewise, the tool used to support that the internal remittances market is indeed attractive for the impulse of the mobile wallet were surveys conducted under a non-probabilistic convenience sampling; in that sense, 50 surveys were conducted. The target population of these surveys were men and women of legal age who live in a district of socioeconomic level C and / or D that send or receive internal remittances from the province. The main result of the surveys responds positively with the objective of finding the most efficient way to promote the use of the mobile wallet.

Finally, the conclusion of this study is that the mobile wallet product presented in this research could boost its use by focusing on a target audience who regularly send or receive money from the province.

**Key words:** Financial Inclusion, mobile wallet, Peru, unbanked population

## Índice

I. Introducción.....	1
II. Reporte de casos .....	7
2.1 Metodología .....	7
III. Discusión .....	13
IV. Conclusiones .....	15
V. Referencias Bibliográficas.....	17
VI. Anexos.....	21

## **I. Introducción**

El 29 de diciembre del 2003, en un comunicado de prensa sobre el año mundial del microcrédito, el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan precisó:

“El gran reto que tenemos por delante es retirar las trabas que excluyen a las personas y les impiden participar cabalmente en el sector financiero. Juntos, podemos y debemos crear sectores financieros inclusivos que ayuden a las personas a mejorar sus vidas.” (Annan et. al., 2003) Fue a partir de ese momento que los esfuerzos por tocar la problemática de inclusión financiera en el mundo se aceleraron.

En el Perú, solo el 29% de adultos (mayores de 15 años) cuentan con cuentas bancarias, siendo uno de los indicadores más bajos de la región (ver gráfico 1 en la parte de Anexos) (Global Findex - Banco Mundial, 2016). Según el “Diagnóstico de país: Construyendo sobre bases sólidas: un camino para el avance de los pagos de gobierno a nivel subnacional en el Perú” publicado en el 2016, los bajos índices de inclusión financiera en el Perú son impulsados principalmente por 4 factores: (a). Insuficiente competencia en el sector bancario, la cual resulta en costos relativamente altos para la adopción de servicios financieros digitales, como son las tarjetas de crédito y débito. (b) Escasa penetración de pagos de infraestructura, particularmente terminales PDV (el Perú tiene 395 terminales PDV por cada 100.000 habitantes, comparado con los 1,471 terminales por cada 100.000 habitantes en Brasil). (c) Una cultura del uso de efectivo. (d) Baja alfabetización financiera.

Por otro lado, es importante considerar los esfuerzos para que la población se muestre cada vez más interesada a ser parte del sistema financiero, como se concluyó en el estudio de Bebczuck: los bajos niveles de inclusión financiera obedecen principalmente a razones por el lado de la demanda, básicamente por la desconfianza y falta de conocimiento (Bebzuck, 2008). El Estado es responsable de brindarle a la población herramientas e información para poco a poco subir nuestros niveles de inclusión financiera.

Este estudio busca incrementar la inclusión financiera a través de una solución innovadora y digital: la billetera móvil.

En ese sentido, el problema de esta investigación es: ¿Cuál es la forma más eficiente de impulsar el uso de la billetera móvil como un facilitador de la inclusión financiera en el Perú? Para lograr resolver este problema, se ha planteado el objetivo de evaluar la forma más eficiente de impulsar la billetera móvil en el contexto financiero peruano para incentivar la inclusión financiera.

La justificación de un estudio indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones (Carrasco, 2015). En ese sentido, se procederá a detallar la justificación de esta investigación. Como se indicó previamente, en el Perú ya se han desarrollado iniciativas relacionadas a la digitalización de pagos a través de billeteras móviles. Un ejemplo de iniciativa es BIM, la billetera móvil desarrollada por la empresa PDP (Pagos Peruanos Digitales). Si bien ya se ha implementado el uso de BIM en el país, los resultados no han sido totalmente satisfactorios. Para el primer año de lanzamiento se plantearon tres metas: la generación de 275,000 billeteras móviles y que el 30% de dichas billeteras estén activas,

además de poder llegar a 3.1 transacciones mensuales por usuario. Según Carolina Trivelli, investigadora del Instituto de Estudios Peruanos y presidente del Directorio de Pagos Digitales Peruanos S. A. (Trivelli, 2017), solo se ha llegado a cumplir la primera meta. Sin embargo, Trivelli menciona que sí se han dado importantes pasos en dicha implementación. “Al inicio, BIM era ofrecido por 9 emisores de dinero electrónico (dos empresas financieras, una caja municipal, un emisor de dinero electrónico no financiero y 5 entidades bancarias) y BIM realizaba transferencias persona a persona (P2P), recargas de minutos, hacer un único pago a una entidad educativa, poner dinero (cash in) y sacar dinero (cash out), además de consultar saldo, últimos movimientos y cambiar la clave” (Trivelli, 2017). Actualmente, BIM está asociado con 20 emisores de dinero electrónico. Además, se ha logrado la inclusión de un mayor número de servicios, como el pago de un impuesto (RUS: impuesto a los microempresarios) las compras en comercios afiliados, pagos de comercios a sus proveedores y realizar cash in transfiriendo dinero de una cuenta bancaria a cualquier BIM. De acuerdo con lo anterior, se evidencia que BIM podría llegar a tener un alto impacto en la inclusión financiera del Perú utilizando una estrategia orientada a sectores que encuentren practicidad en su uso y que actualmente no estén familiarizados con el sistema financiero formal.

Por último, es importante incluir las bases teóricas de la investigación. Estas bases son el análisis sistemático y sintético de las principales teorías que explican el tema que estás investigando (Varas, 2010).

## **Variable 1: Inclusión Financiera**

(a) “La inclusión financiera puede definirse como el acceso y uso de servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población. Esta facilita el acceso de la población a servicios financieros sostenibles y seguros, contribuye al incremento del ingreso y a reducir la pobreza, lo cual genera crecimiento económico y estabilidad financiera” (Graham, 2013). (b) “La inclusión financiera se refiere al acceso que tienen las personas y las empresas a una variedad de productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfacen sus necesidades —como pagos y transferencias, ahorro, seguros y crédito— y que son prestados de una manera responsable y sostenible” (Banco Mundial, 2016). (c) “La inclusión financiera es un proceso de integración de los servicios financieros a las actividades económicas cotidianas de la población, que puede contribuir de manera importante al crecimiento económico en la medida en que permita reducir de manera efectiva los costos de financiación, aseguramiento y manejo de los recursos, tanto para las personas como para las empresas” (Departamento de Estabilidad Financiera, 2014). (d) “La Asociación Global para la Inclusión Financiera (GPFI, por sus siglas en inglés) y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP, por sus siglas en inglés) consideran la siguiente definición de inclusión financiera (CGAP, 2011): “se refiere a una situación en la que todos los adultos en edad de trabajar, incluidos aquellos actualmente excluidos del sistema financiero, tienen acceso efectivo a los siguientes servicios financieros provistos por las instituciones formales: crédito, ahorro (incluyendo cuentas corrientes), pagos y seguros”.” (Roa, 2013). (e) “Otro de los organismos más involucrados en los temas de inclusión financiera es la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) por medio del subgrupo Red

Internacional de Educación Financiera (INFE, por sus siglas en inglés) creado a mitad del 2008. El INFE define la inclusión financiera como “el proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de servicios y productos financieros regulados y la ampliación de su uso hacia todos los segmentos de la sociedad mediante la aplicación de enfoques innovadores hechos a la medida, incluyendo actividades de sensibilización y educación financiera con el objetivo de promover tanto el bienestar financiero como la inclusión económica y social” (García et al., 2013)” (Roa, 2013). (f) “La Alianza para la Inclusión Financiera (AFI, por sus siglas en inglés) ha impulsado varios esfuerzos para medir la inclusión financiera en varios países, donde ha destacado su naturaleza multidimensional. En particular, afirma que la inclusión financiera debe definirse a partir de cuatro dimensiones: el acceso, el uso, la calidad y el bienestar. Consideran el acceso como “las capacidades para poder usar los servicios financieros formales disponibles” y el uso como “permanencia y profundidad del uso de servicios y productos financieros”. La calidad mostraría si los atributos de los productos y servicios se ajustan a las necesidades de los clientes y si el desarrollo de productos tiene en cuenta estas necesidades: “esta medición de la calidad sería entonces utilizada para evaluar las características y profundidad de la relación entre consumidores y prestadores de servicios financieros, así como también las alternativas disponibles y los niveles de comprensión de esas alternativas y sus implicaciones”. Por último, el bienestar es entendido como “el impacto positivo que un dispositivo o servicio financiero ha tenido en la vida de los consumidores” (AFI, 2011)” (Roa, 2013).

## **Variable 2: Billetera móvil**

(a) “Mobey Forum (2011) define a la billetera móvil como una funcionalidad en un dispositivo móvil que permite interactuar de forma segura con objetos de valor digitalizados, con la posibilidad de utilizar el dispositivo móvil para realizar transacciones comerciales en el mundo físico” (Florez Luque, 2017). (b) “Además, ITU (2013) se refiere al término como las transacciones financieras P2P, B2C/C2B que se pueden realizar con un teléfono móvil o Tablet. Este servicio puede o no estar vinculado con una cuenta bancaria, y su utilidad tendría un gran valor para las economías emergentes” (Florez Luque, 2017). (c) “La billetera móvil es un tipo de tarjeta electrónica que se utiliza para transacciones realizadas en línea a través de una computadora o un teléfono inteligente. Su utilidad es la misma que una tarjeta de crédito o débito. Una billetera electrónica debe vincularse con la cuenta bancaria del individuo para realizar pagos” (The Economic Times, s.f.). (d) “En términos simples, una billetera móvil es una billetera virtual que almacena información de tarjetas de crédito y débito en teléfonos inteligentes, tablets y relojes inteligentes. Los consumidores usan billeteras móviles en gran medida para las transacciones P2P” (Infitech, 2017).

## **II. Reporte de casos**

### **2.1 Metodología**

La presente investigación tiene un enfoque cualitativo. Dicho enfoque, según el libro Metodología de la Investigación de Roberto Hernandez Sampieri, “utiliza la recolección y análisis de datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. Adicionalmente, este enfoque aplica una lógica inductiva, es decir “la narración va de lo particular a lo general (de los datos a las generalizaciones -no estadísticas- y la teoría)”. Por otro lado, la investigación presenta un diseño no experimental, “debido que se ha realizado sin la manipulación deliberada de variables y se han observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. Este estudio de caso posee un alcance transversal, definido como “investigaciones que recopilan datos en un momento único”. Dicho alcance transversal, presenta un nivel exploratorio y descriptivo. Es de nivel exploratorio, debido a que “el propósito es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación; se trata de una exploración inicial en un momento específico”. Y, por otro lado, es de nivel descriptivo porque es un estudio que “indaga la incidencia de las modalidades, categorías o niveles de una o más variables en una población”. Adicionalmente, la finalidad del análisis de los datos es básica, esto quiere decir que “la finalidad es comprender a las personas, procesos, eventos y sus contextos” (Sampieri, Sexta edición).

Esta investigación propone las transferencias P2P (transferencia persona a persona) como la operación objetivo para impulsar el uso de la billetera móvil debido a la oportunidad que representa. Esta afirmación se argumentará a continuación.

La GSMA (organización que representa el interés de operadores móviles alrededor del mundo) realizó en el 2016 un reporte global sobre la industria de dinero móvil (GSMA, 2017). Según el reporte, las transferencias P2P han disminuido en un 13% desde el 2011 al 2016 (ver gráfico 2 en la parte de Anexos). Las casuísticas de este comportamiento fueron básicamente el crecimiento del tamaño del mercado y la diversificación del uso del dinero móvil, ahora se usa para el pago de facturas, por ejemplo. Sin embargo, el tipo de transferencia P2P sigue siendo líder en el mercado, con un valor monetario circulante de casi 5.9 mil millones de dólares (ver gráfico 3 en la parte de Anexos). Esto se presenta como una oportunidad para explotar el uso de la billetera móvil en este tipo de transferencias.

Para aterrizar esta información en un contexto peruano, se encontró la oportunidad en el mercado de giros (remesas internas) las cuales son también transferencias P2P. El detalle de la oportunidad se relatará a continuación.

Según La Encuesta Nacional de Demanda de Servicios Financieros y Nivel de Cultura Financiera en el Perú, el 19% de la población recibió o envió dinero del interior y exterior del país y el 15% de la población recibió o envió dinero a través del Sistema Financiero; este 75% restante utiliza otro tipo de canales como: ventanilla, empresa de transporte, a través de amigos o familiares y por medio de una empresa de transferencia de fondos, con porcentaje muy bajos (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS), 2016). Esto indica

la oportunidad que presenta la implementación de una billetera móvil debido al mercado potencial que existe.

Adicionalmente, la Asociación Peruana de Demografía y Población ha dado a conocer que casi el 30% de los hogares en Perú reciben remesas y que gran parte de esas remesas, son internas (Asociación Peruana de Demografía y Población, 2005). Es importante tener en cuenta que el 70.8% de esta población que recibe remesas internas son mujeres, de las cuales el 61% son mayores de 45 años. Este punto es muy relevante porque indica que la recepción de remesas tiene un rol protagónico para una proporción significativa de la población peruana.

El INEI realizó en el 2013 la Encuesta Nacional de Hogares, uno de los resultados de la encuesta fue el incremento de las remesas internas: el mercado de las remesas internas de hogar a hogar ha incrementado aproximadamente un 13.7% desde el año 2009 al año 2013, incrementado un total de S/.448 mil (ver gráfico 4 en la parte de Anexos) (Sánchez, 2015). Más de un millón y medio de familias reciben aproximadamente un monto promedio anual de S/. 1,441 en remesas internas (Asociación Peruana de Demografía y Población, 2005). Esto indica que el mercado de remesas sigue en crecimiento.

Siguiendo con el análisis del contexto peruano, es importante recalcar que según el estudio del INEI sobre la Población migrante en los cinco años anteriores al censo de 2007, solo nueve departamentos peruanos tienen flujo neto de migrantes positivo (más inmigrantes que emigrantes), pero la inmigración en Lima representa el 43% de toda la inmigración interna del país con un flujo neto de inmigrantes de más de 380,000, mientras que el segundo

departamento con más inmigración neta es Arequipa con 17,000. En conclusión, Lima es el destino de la mayor parte de remesas internas por ser el departamento con mayor población y el destino de tantos migrantes internos.

De cara a la investigación, debemos analizar los canales que actualmente son utilizados para el envío de remesas y sus costos asociados. Según la Encuesta Nacional de Demanda de Servicios Financieros, de la población que reportó haber recibido giros, transferencias o remesas, menos del 30% lo ha hecho a través del sistema financiero (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS), 2016). Muchas personas utilizan medios informales que implica que el mercado podría ser más grande porque no se encuentra totalmente cuantificado.

Según información de la SBS, Western Union, MoneyGram y PDP (Pagos Digitales peruanos), se analizaron las comisiones asociadas a los canales formales. Utilizando BIM, producto de PDP, como un producto de billetera móvil ya implementado, podemos ver que los canales formales más conocidos pueden cobrarle al usuario un monto más de 10 veces mayor de lo que cobra BIM. Aunque no se pudo analizar cuantitativamente los canales informales, no es fácil imaginar un escenario donde estos canales ofrezcan estos servicios por menos de 1.5 soles.

A continuación, en el Tabla 1 se detallará el costo de las comisiones que los canales formales cobran. De esta forma, se evidenciará el bajo costo que ofrece BIM, en comparación con los canales utilizados en la actualidad.

**Tabla 1: Comisiones por Canales Formales**

<b>Canales Formales</b>	<b>Comisión S/ (ventanilla)</b>
Banco de Crédito	10,50
Banco de la Nación	5,00
BBVA	10,00
Caja Metropolitana de Lima	17,50
Crediscotia	10,50
MiBanco	10,50
MoneyGram	12,50
Western Union	15,60
<b>Promedio</b>	<b>11,51</b>
<b>Bim</b>	<b>1,50</b>

De cara a sustentar la atraktividad de Bim en base al bajo precio ofrecido se realizaron encuestas. El público objetivo de dichas encuestas fueron hombres y mujeres mayores de edad que viven en un distrito de nivel socioeconómico C y/o D que envíen o reciban remesas internas de provincia. Las encuestas se realizaron bajo un muestreo no probabilístico por conveniencia; en ese sentido, se realizaron 50 encuestas. El distrito escogido fue Independencia, ya que el 52% de su población pertenece a un nivel socioeconómico C (Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados, 2016).

Los resultados de las encuestas fueron favorables en relación con los lineamientos de este estudio y a continuación detallaremos los hallazgos principales. En primer lugar, el 44%

de las personas encuestadas que envían o reciben remesas de provincias, hacen la transferencia mediante empresas de envío de giros/remesas; el segundo medio más utilizado (20%) son las agencias de transporte. En segundo lugar, el 82% de las personas encuestadas manifestó que estaría dispuesta a pagar entre S/.1.00 a S/.3.00 por comisión para este tipo de transferencias. En tercer lugar, el 88% de los encuestados negaron haber utilizado una billetera móvil como medio para hacer el envío o efectuar la recepción de remesas internas; la principal razón de esta negativa es el desconocimiento de lo que es una billetera móvil (82% del total de encuestados). Por último, luego de escuchar los beneficios y, sobre todo, el bajo precio que ofrece Bim, el 92% de las personas que negaron haber usado una billetera móvil, dijeron que están interesados en usar este medio alternativo para las transacciones de remesas internas.

Es así como concluimos la gran oportunidad que una billetera móvil representa en el ámbito de remesas internas del Perú. Sin embargo, es importante hacer hincapié en que esta tecnología emergente debe ser correctamente transmitida y ubicada para la población que haga uso de ella. Según La Encuesta Nacional de Demanda de Servicios Financieros y Nivel de Cultura Financiera en el Perú (Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS), 2016), el desconocimiento y la lejanía de las entidades financieras son los principales motivos que han limitado el acceso a la población rural.

### **III. Discusión**

La billetera móvil puede ser un canal de mucha utilidad que incentive el deseo de inclusión al sistema financiero por parte de personas no bancarizadas. Como hemos visto, el Perú está bien posicionado para hacerle frente a este tipo de canal digital. Impulsar la billetera móvil, aprovechando el bajo costo de comisión que Bim ofrece al mercado, podría fomentar el uso de este medio.

Como se ha mencionado, sería ideal utilizar el mercado de las remesas como un impulsador del uso de la billetera móvil. Sin embargo, se le puede sacar un provecho de carácter más social y enfocado en la población vulnerable.

Es un hecho innegable y lamentable que el Perú es uno de los países más centralizados de la región. Muchas personas de provincia deben viajar hasta Lima para poder realizar trámites que no están implementados en sus distritos/municipalidades. Pero hay una población vulnerable que ni siquiera pueden solventar un viaje a Lima. Esta misma población es el público objetivo de los programas sociales que el gobierno ofrece. Básicamente, el gobierno destina un fondo social a diferentes programas cuyo objetivo es disminuir los niveles de pobreza del Perú e incentivar la Inclusión Financiera. En algunos casos, el incentivo monetario llega a los usuarios finales y, en otros, llega a una organización que distribuye este dinero a las diferentes células de los programas.

Si se logra desarrollar un esfuerzo relacionado al uso de la billetera móvil para el pago de estos incentivos, muchas personas en niveles de pobreza (incluso extrema) podrían

integrarse al sistema financiero. Poco a poco se involucrarían hasta llegar al punto de realizar transferencias y compras a través del canal digital con los lugareños de aquellos centros poblados donde se ubican, sin la necesidad de retirar todo el incentivo en efectivo. Es así como se podría construir un ecosistema financiero digital en este tipo de comunidades.

El uso de la billetera móvil entonces podría tener un objetivo mucho más social que económico, y sobre todo dirigido a la gente por la que casi ninguna otra institución financiera comercial apuesta.

Es importante recalcar que todo tipo de esfuerzo relacionado a la inclusión social debe de ir acompañado de una educación financiera adecuada. Las personas que utilicen este canal no solo deben de entender el funcionamiento del mismo, sino que también deberían usarlo realmente y tener un acompañamiento constante hasta la aceptación y adopción de este canal digital. Por ello es crucial saber que al público objetivo le resulte beneficioso este tipo de transferencias, y contar con un sistema de control y monitoreo para medir este tipo de iniciativas.

#### **IV. Conclusiones**

Luego de haber realizado el estudio pertinente para poder encontrar la mejor estrategia de cara a que Bim, y en general cualquier alternativa de billetera móvil con precios competitivos, impulse su uso; podemos concluir que efectivamente hay una oportunidad para que esto ocurra.

Como se menciona en el estudio de caso, anteriores fuentes evidencian que el mercado de giros y/o remesas puede resultar atractivo para el uso de Bim. Para sustentar dicha afirmación se realizaron encuestas; cuyo más relevante resultado fue el gran interés por parte del público objetivo: el 92% manifestó estar interesado en utilizar la billetera móvil como medio para enviar o recibir remesas internas.

Dicho esto, es importante recalcar que el principal motivo de querer sustentar este aumento en la utilización de este tipo de medio digital financiero, como lo es la billetera móvil, es para demostrar que este medio puede llegar a ser una gran herramienta para incrementar la educación financiera en el Perú. Las personas inscritas en Bim, se vuelven poseedoras inmediatamente de una cuenta de dinero electrónico y, de esta forma, ya están siendo parte del sistema financiero. Una vez dentro, sería el primer paso para que las personas realicen movimientos con sus cuentas; lo cual, en un futuro, podría servir de sustento para el otorgamiento de créditos.



## V. Referencias Bibliográficas

Global Findex - Banco Mundial (2016). *Diagnóstico de país: Construyendo sobre bases sólidas: un camino para el avance de los pagos de gobierno a nivel subnacional en el Perú*.

Lima, Perú

Bebzuck, R.N. (2008). *Financial Inclusion in Latin America and the Caribbean: Review and Lessons*. La Plata, Argentina

Carrasco, S (2015). *Metodología de Investigación*. Lima, Perú

Graham, O (2013). *Inclusión Financiera* [Versión electrónica]. Recuperado el 6 de marzo del 2018 de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/10/11/inclusion-financiera/>

Roa, M.J. (2013). *Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad*. México D.F., México

Florez Luque, L. (2017). *Investigación de la viabilidad de uso de billetera móvil como medio para realizar transacciones con dinero electrónico en San Juan de Lurigancho*. Lima, Perú

The Economic Times. *Definition of "E-Wallets"*. Recuperado el 10 de marzo del 2018 en <https://economictimes.indiatimes.com/definition/e-wallets>

Infitech (2017). *Key Factors Limiting Mobile Payment Adoption*. Recuperado el 11 de marzo del 2018 de <https://www.infitechllc.com/factors-limiting-mobile-payment-options/>

GSMA (2017). *State of the Industry Report on Mobile Money*. London, United Kingdom

Asociación de Peruana de Demografía y Población (2005). *Migración y Remesas en el Perú como Estrategia Familiar de Desarrollo*. Lima, Perú

Organización Internacional para las Migraciones (OIM) (2015). *Migraciones Internas en el Perú*. Primera Edición. Lima, Perú

Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS) (2016). *Encuesta Nacional de Demanda de Servicios Financieros y Nivel de Cultura Financiera en el Perú*. Lima, Perú

Trivelli C. (2017). *El primer año de Bim, la billetera electrónica del Modelo Perú*. Recuperado el 6 de marzo del 2018 de <http://www.copeme.org.pe/Blog/el-primer-ano-de-bim-la-billetera-electronica-del-modelo-peru/>

Banco Mundial (2016). *Inclusión Financiera: panorama general*. Recuperado el 6 de marzo del 2018 de <http://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview>

The Economic Times. *Definition of 'E-wallets'*. Recuperado el 6 de marzo del 2018 de <https://economictimes.indiatimes.com/definition/e-wallets>

Infitech (2017). *Key Factors Limiting Mobile Payment Adoption*. Recuperado el 6 de marzo de <https://www.infitechllc.com/factors-limiting-mobile-payment-options/>

BTCA y MEF (2016). *Diagnóstico de país: Construyendo sobre bases sólidas: un camino para el avance de los pagos de gobierno a nivel subnacional en el Perú*. Lima, Perú

Rodríguez, V. (2014). *Dinero electrónico en Perú: ¿Por qué es importante en la inclusión financiera?* Lima, Perú

Llerena, JC (2017). *Inclusión Financiera en Perú: Desarrollo bajo una perspectiva multidimensional*. Tesis de grado de Economía. Universidad Católica del Perú. Lima, Perú

Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (2016). *Niveles Socioeconómicos 2016*. Lima, Perú

Hernández Sampieri, R. (Sexta Edición). *Metodología de la Investigación*. México D.F., México



## VI. Anexos

Gráfico 1: Adultos (mayores de 15 años) con cuentas bancarias (2014)

**FIGURA 7**  
**Adultos (mayores de 15 años) con cuentas bancarias (%)**, 2014

Adultos\* con cuentas bancarias (%), 2014

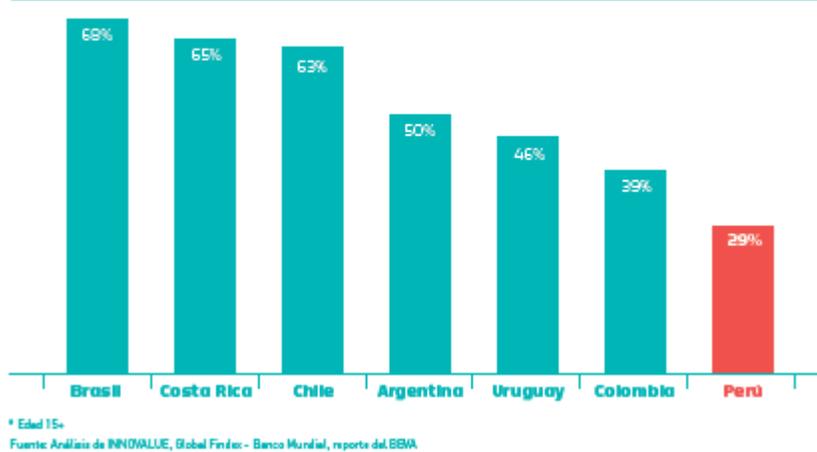


Gráfico 2: Mix de productos a nivel global por valor (diciembre 2011 a diciembre 2016)

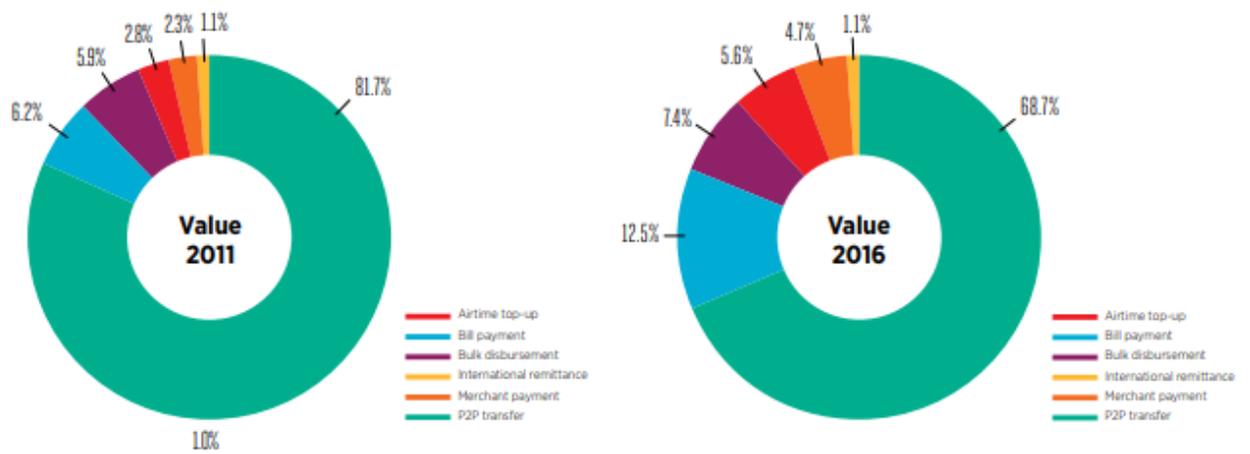


Gráfico 3: Vista general del ecosistema del dinero móvil (diciembre 2016)

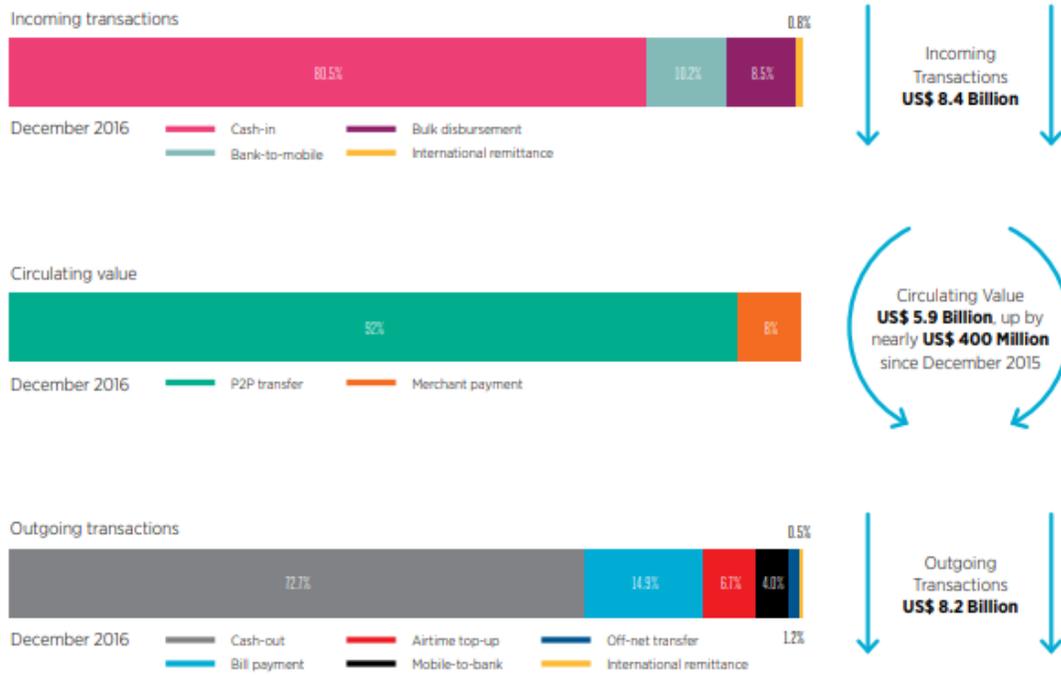
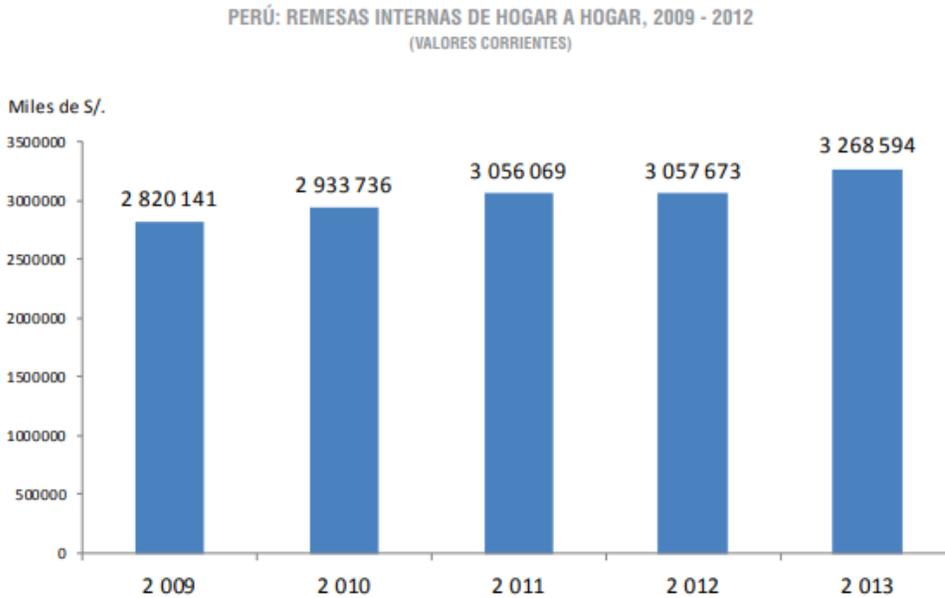


Gráfico 4: Remesas internas de hogar a hogar en el Perú (2009-2012)



Fuente: Encuesta Nacional de Hogares 2009- 2013.

## Encuesta realizada

**Número de encuestas y población objetivo:** 50 encuestas realizadas a hombres y mujeres mayores de edad que viven en un distrito de nivel socioeconómico C y/o D que envíen o reciban remesas internas de provincia

1. ¿Envía o recibe dinero hacia/de provincia?
  - a) Sí
  - b) No (fin de la encuesta)
2. ¿Con que frecuencia envía o recibe dinero mensualmente?
  - a) 1 a 2 veces
  - b) 3 a 4 veces
  - c) 5 a 6 veces
  - d) 7 a 8 veces
  - e) Más de 8 veces
3. ¿Qué medio utiliza para enviar o recibir el dinero?
  - a) Agencia de transportes
  - b) Empresa de envío de giros/remesas
  - c) Banco comercial
  - d) Banco de la Nación
  - e) Caja municipal o rural
  - f) Financiera
  - g) Otros
4. Por cada S/.100 transferidos, ¿cuánto está dispuesto a pagar?
  - a) S/.1.00 a S/3.00

- b) S/.3.10 a S/.6.00
  - c) S/.6.10 a S/.9.00
  - d) S/.9.10 a más
5. ¿Ha utilizado alguna vez una billetera móvil para enviar o recibir dinero?
- a) Sí (pase a la pregunta 8)
  - b) No
6. ¿Por qué no?
- a) No sabe qué es una billetera móvil
  - b) No cree que sea un buen producto
  - c) No confía en el producto
  - d) No le interesa
7. Una billetera móvil es una manera fácil, segura y económica de manejar tu dinero.
- La billetera móvil es una tendencia a nivel mundial, gracias a la cual no necesitas un teléfono inteligente, saldo en el celular ni acceso a internet. Solo necesitas un celular, abrir tu Bim mediante un mensaje de texto y cargar plata en un agente autorizado: agentes, web y banca celular (aplicación móvil) de BBVA y BCP; y desde la web y banca celular de IBK, además de otros agentes a nivel nacional. A través de tu celular, podrás mandar, recibir y retirar plata, recargar tu celular, y pagar servicios. El costo del envío y recepción de dinero es de S/1.00 por S/100 transferidos. En ese sentido, ¿estaría interesado en utilizar una billetera móvil?
- a) Sí
  - b) No

8. ¿Estaría dispuesto a utilizar la billetera electrónica para realizar el pago de servicios o tributos?

a) Sí

b) No



# MARIANA XIMENA FERNÁNDEZ GRAZ

FECHA DE NACIMIENTO: 01/09/1992  
DIRECCIÓN: CALLE DOÑA ANA 136 LOS ROSALES - SURCO  
NÚMERO FIJO: (+51)4482185 / CELULAR: (+51)930252843  
EMAIL: MARIANA.XFG@GMAIL.COM



## PERFIL PROFESIONAL

---

Administradora de Empresas de la Universidad de Piura de Lima, Perú, perteneciente al quinto superior. Con destacable desempeño en Microsoft Office (Visio, Excel, PowerPoint, and Word) y análisis de data. Certificaciones: First Certificate in English (FCE) y Agile Software Development Certificate (ETH Zurich – edX). Participación activa en la búsqueda de oportunidades/beneficios y la optimización de procesos en proyectos tecnológicos para entidades financieras. Con experiencia en la identificación, planeación, dirección, gestión e implementación en proyectos de ahorro en compañías líderes del mercado mediante la optimización de procesos. Adicionalmente, poseo experiencia en ventas y gestión de clientes.

## EXPERIENCIA LABORAL

---

### ACCENTURE

Junio 2015 –Actualidad

*Process Excellence and Change Enablement Analyst*

**Funciones:** Diseñar e implementar intervenciones en procesos y cambios que integren la estrategia, la tecnología y las personas para permitir mejoras en los procesos que crean valor para los clientes.

Proyecto Actual: RPA (Robotics Process Automation) para el BCP

Proyectos:

- SAP Learning Project – Calumet (USA)
- Oracle Learning Project – Lands (USA)
- Optimización del aplicativo de Medios de Pago (Altamira) – BBVA (Perú)
- Selección de software para la Banca Privada – BCP (Perú)

### FALCON MANAGEMENT PARTNERS

Enero 2015 –Junio 2015

*Analista de Consultoría*

**Funciones:** Apoyo en el desarrollo de proyectos estratégicos a nivel local enfocados en reducción de costos y optimización de procesos en empresas corporativas. Análisis de costos, proyecciones y estrategias financieras de cara a la generación de ahorro de gran impacto. Negociación con proveedores y clientes. Desarrollo de presentaciones e informes de resultados.

### FALCON MANAGEMENT PARTNERS

Agosto 2013 – Diciembre 2014

*Practicante de Consultoría*

**Funciones:** Apoyo en el desarrollo de proyectos estratégicos a nivel local enfocados en reducción de costos y optimización de procesos en empresas corporativas. Desarrollo de presentaciones e informes de resultados.

**TELEFONICA DEL PERÚ**  
*Ejecutiva de Ventas*

Agosto 2013 – Septiembre 2014

**Funciones:** Encargada de ventas. Responsable del manejo de la cartera de clientes exclusiva y de la elaboración de estrategias de promoción.

**CONSULTORÍA M+S**  
*Asistente de Administración*

2010-2013

**Funciones:** Documentación de procesos, organización de bases de datos de reclutamiento e identificación de oportunidades de venta mediante el análisis de convocatorias públicas de entidades estatales.

## **EDUCACIÓN**

---

**Universidad de Piura**, Lima, Perú  
*Administración de Empresas*

2010 – 2014

**Universidad de La Sabana**, Bogotá, Colombia  
*Intercambio Estudiantil*

2013

**Colegio Regina Pacis**, Lima, Perú

2009

## **EDUCACIÓN COMPLEMENTARIA**

---

First Certificate in English (FCE) Cambridge

Inglés Avanzado en el Instituto Peruano – Británico y EF

Certificate for Agile Software Development – ETH Zürich

2017

Banking Industry Generalist Certification (Accenture)

2016

Excel, Word, PowerPoint Avanzado

2009 – 2012

Catequista líder en eventos de más de 300 personas

2010

Participación en TravelMart LatinAmerica

2008

Junior Achievement (USIL)