

Uso de billeteras electrónicas e inclusión financiera digital en pequeños comerciantes de la provincia de Rioja, Perú

Use of Electronic Wallets and Digital Financial Inclusion among Small Merchants in the Province of Rioja, Peru

María Teresa Ríos Torres ¹, Karito Rengifo Torres ¹, Kendy Jhoana Calle Nuñez ¹ y Marisol Carranza Molina ^{1,*}

¹Universidad Peruana Unión, Perú.

*Autor para correspondencia: marisol.carranza@upeu.edu.pe

Resumen

La presente investigación analiza la relación entre el uso de billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital en pequeños comerciantes. El objetivo del estudio fue determinar la relación entre el uso de billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital. La metodología adoptó un enfoque cuantitativo, con diseño explicativo, no experimental y de corte transversal. La muestra estuvo conformada por 450 pequeños comerciantes de la provincia de Rioja, Perú, seleccionándose mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. La técnica empleada fue la encuesta, utilizando un cuestionario estructurado con escala Likert, cuyos coeficientes de confiabilidad fueron de 0.919 y 0.946, según el Alfa de Cronbach. Los resultados evidenciaron que el uso de las billeteras electrónicas se relaciona de manera positiva, significativa y fuerte con la inclusión financiera digital ($\rho = 0.702$; $p < 0.001$) presentando además un elevado poder explicativo ($R^2 = 0.679$). Se concluye que las billeteras electrónicas constituyen un mecanismo relevante para promover la inclusión financiera digital, sin embargo, su adopción aún depende de factores como la facilidad de uso, la utilidad percibida, el costo financiero percibido y la intención de uso.

Palabras clave: fintech, inclusión financiera, billeteras electrónicas, pagos móviles, comerciantes.

Abstract

This study analyzes the relationship between the use of e-wallets and digital financial inclusion among small merchants. The objective of the study was to determine the relationship between the use of e-wallets and digital financial inclusion. The methodology adopted a quantitative approach, with an explanatory, non-experimental, cross-sectional design. The sample consisted of 450 small merchants in the province of Rioja, Peru, selected through non-probabilistic convenience sampling. The data collection method was a survey using a structured questionnaire with a Likert scale, which had reliability coefficients of 0.919 and 0.946, as measured by Cronbach's alpha. The results showed that the use of e-wallets is positively, significantly, and strongly correlated with digital financial inclusion ($\rho = 0.702$; $p < 0.001$), and also demonstrated high explanatory power ($R^2 = 0.679$). It is concluded that e-wallets are an important mechanism for promoting digital financial inclusion; however, their adoption still depends on factors such as ease of use, perceived usefulness, perceived financial cost, and intention to use.

Keywords: fintech, financial inclusion, electronic wallets, mobile payments, merchants.

Recibido: 09/04/2026

Aceptado: 09/09/2026

Publicado en línea: 22/08/2026

Cómo citar: Carranza Molina, M., Ríos Torres, M. T., Rengifo Torres, K., & Calle Nuñez, K. J. (2025). Uso de billeteras electrónicas e inclusión financiera digital en pequeños comerciantes de la provincia de Rioja, Perú. *Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo*, 17, e1587. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.17.1587>

Introducción

El uso de aplicaciones de pago digital está transformando significativamente el panorama financiero, al facilitar transacciones seguras y eficientes tanto para consumidores como para comerciantes. En este sentido, las tecnologías digitales no solamente ayudan a construir contextos de efectivo cero, sino que también abren la puerta para ofrecer un mayor acceso a los servicios financieros en mercados no organizados y economías emergentes que colaboran hacia la inclusión financiera (Charles, 2025; Khoa, 2020; Mohammed et al., 2024). Igualmente, las tecnologías digitales refuerzan la seguridad de la operación y permiten llevar a cabo las transacciones de una forma más rápida, beneficiando la eficacia operativa y la satisfacción de las personas usuarias (Barua & Deshpande, 2025; Charles, 2025).

Del mismo modo, el uso de tecnologías digitales y de conductas como los instrumentos de pago electrónico ayuda a reducir costos en la gestión del efectivo o a mejorar la gestión de las anotaciones financieras hechas (Charles, 2025; Soegoto & Tampubolon, 2020). La adopción de los nuevos métodos de pago también podría incrementar el número de ventas ya que este tipo de tecnologías digitales ofrece maneras de pagos más asequibles (Firdaus & Lubis, 2022; Soegoto & Tampubolon, 2020). Por otro lado, los desarrollos de tecnologías digitales también pueden ayudar a que los comerciantes no bancarizados tengan acceso a servicios de pago digital, apoyando la inclusión financiera digital (Binmahfooz & Alattar, 2009; Joshi & Dwivedi, 2024).

En el mismo sentido, la educación financiera y la formación en el uso de estas tecnologías determinan la toma de decisiones y la mejora de la gestión de los propios comerciantes (Kraiwanit et al., 2023; Soegoto & Tampubolon, 2020). La digitalización de los medios de pago mediante el uso de billeteras puede ser la herramienta capaz de propiciar la inclusión financiera en las economías emergentes, y en particular en el ámbito de las pymes (Khoa, 2020; Levitin, 2018). La preocupación por la seguridad y el fraude puede ser una de las barreras a resolver mediante la educación y la formación para el uso seguro de estas tecnologías (Mahalle et al., 2021; Sait et al., 2024). En esta línea tiene sentido analizar en qué medida el uso de las billeteras electrónicas puede contribuir a la inclusión financiera digital de los pequeños comerciantes, así como el poder conocer cómo esta puede incidir en la transformación del comercio y el desarrollo de la inclusión financiera (Charles, 2025; Firdaus & Lubis, 2022; Khoa, 2020; Mohammed et al., 2024).

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo determinar la relación entre el uso de billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital en pequeños

comerciantes. Este análisis permite comprender el papel de las tecnologías financieras en la modernización de las actividades comerciales y su contribución al fortalecimiento de un sistema financiero más inclusivo, especialmente en economías emergentes.

Revisión de la literatura

Diversos estudios demuestran que los medios de pago digitales son una herramienta importante que ayuda a aumentar la inclusión financiera, especialmente en las zonas rurales o periurbanas o donde la oferta bancaria es escasa, permitiendo una disminución de las barreras físicas, económicas y culturales y propiciando la inclusión financiera digital en sectores excluidos (Dianda et al., 2025). En contextos no organizados, como el que corresponde a los pequeños comerciantes, se observó que el uso de entidades de pago digital mejoraba la eficiencia de los procesos de comercio y la satisfacción de los clientes; a pesar de ello persisten limitaciones ligadas a la confianza en el medio de pago y la autoeficacia del usuario (Barua & Deshpande, 2025).

En términos de las ventajas que reportan, las aplicaciones financieras móviles han logrado eficientizar las transacciones comerciales, aumentar las ventas y favorecer las operaciones de pequeñas y medianas empresas. Asimismo, generan altos niveles de satisfacción en los consumidores y esto indica que acrecienta la aceptación como método de pago (Do et al., 2025). Además, su aplicación permite mejorar la competitividad de los proveedores cuando se acompañan de docencia y seguimiento, mejorando así costos financieros y gestión comercial (Salazar-Rebaza et al., 2024).

Respecto a los determinantes de adopción, la literatura hace mención que la facilidad de uso, la seguridad en la transacción y la utilidad para la factura son determinantes que inciden en la aceptación de las billeteras electrónicas; a su vez, la alfabetización financiera y las condiciones de la infraestructura tecnológica inciden en su aplicación (Condori Curo et al., 2025). En este sentido, aspectos como el diseño de la aplicación, la experiencia del usuario y la satisfacción inciden en la intención de uso, particularmente en poblaciones jóvenes (Salazar-Rebaza et al., 2024).

En contraste, también se identifican muchas barreras limitantes de su uso. Las más importantes están en la sensación de amenazas ante fraudes electrónicos, la desconfianza ante plataformas digitales y el control ante la privacidad de los datos (Sait et al., 2024). Por otro lado, la baja alfabetización financiera y digital se convierte en un factor limitante, especialmente en los países en desarrollo (Bhatia-Kalluri, 2023). Por otra parte, se ha comenzado a proponer la mejora de las condiciones respecto a la seguridad, la mejora de la

educación financiera y las políticas para el desarrollo de aplicaciones financieras que sean accesibles y de bajo coste (Thulasipriya & Rodrigues, 2025).

En el contexto internacional, la evidencia muestra que la adopción de plataformas de pagos móvil está canalizada por las variables contextuales, como la penetración de smartphones y de infraestructuras de cobertura de la red móvil y el impulso de políticas puestas en marcha por las administraciones de los Estados. En el África subshariana se ha obtenido una relación positiva entre la infraestructura tecnológica y la inclusión financiera digital (Mothobi & Kebotsamang, 2024). Al igual que en el caso de la India, donde las políticas del gobierno han tenido un efecto importante sobre la adopción (Arunachalam & Amudha, 2025; Sultan et al., 2025). Por otro lado, las estrategias de marketing que utilizan las empresas Fintech, como Amazon Pay o Google Pay, las cuales también han hecho que su uso se desarrolle con más frecuencia (Rubio & Tulcanaza-Prieto, 2025).

La confianza en las instituciones que proveen productos financieros en América Latina y el Caribe es un determinante clave en la adopción de los pagos digitales, aunque los temores en torno a la privacidad y la seguridad aún continúan presentes (Charles, 2025; Rubio & Tulcanaza-Prieto, 2025). En este sentido, el fortalecimiento de la educación financiera y digital, así como el uso de soluciones tecnológicas como lo son los códigos QR, pueden ayudar a disminuir las barreras existentes y aumentar la inclusión financiera (Jain et al., 2021; Chellappan et al., 2025).

A manera de conclusión y a partir de la evidencia teórica y empírica discutida, se concluye que el uso de las billeteras electrónicas se relaciona con una serie de variables que inciden en la inclusión financiera digital, como lo son la utilidad percibida, los costos financieros, la facilidad de uso, la intención de uso con los pagos móviles. En este sentido y con base en los fundamentos discutidos se plantean las siguientes hipótesis de investigación:

H1: El uso de billeteras electrónicas se relaciona significativamente con la inclusión financiera digital en pequeños comerciantes.

H2: El uso de billeteras electrónicas se relaciona significativamente con la utilidad percibida en pequeños comerciantes.

H3: El uso de billeteras electrónicas se relaciona significativamente con el costo financiero percibido en pequeños comerciantes.

H4: El uso de billeteras electrónicas se relaciona significativamente con la facilidad de uso percibida en pequeños comerciantes.

H5: El uso de billeteras electrónicas se relaciona significativamente con la intención de uso de pagos móviles en pequeños comerciantes.

Variables

Las wallets son programas de software para la ejecución de transacciones de carácter financiero que permiten guardar de un modo seguro la información de pago y de la cuenta bancaria de la persona usuaria en una plataforma en la nube que habilita la ejecución de las transacciones del dinero sin mostrar la información bancaria de la cuenta o pagar en metálico (Charles, 2025; Firdaus & Lubis, 2022). Las wallets electrónicas permiten realizar pagos rápidos y sin efectivo, facilitando la compra de todo tipo de bienes y servicios con un par de clics (Barua & Deshpande, 2025; Firdaus & Lubis, 2022). Las wallets electrónicas permiten realizar pagos de forma rápida y sencilla, mejorando la experiencia del cliente y la eficacia operativa de las empresas (Barua & Deshpande, 2025; Levitin, 2018). También incorporan funcionalidades de comunicación en tiempo real, búsqueda publicidad pago envíos, atención al cliente o programas de fidelización (Levitin, 2018). Se distinguen tres tipos de wallets: Cerradas, semicerradas y abiertas. Las cerradas son emitidas por empresas para sus propios productos y servicios, las semicerradas pueden usarse en ubicaciones seleccionadas y las abiertas permiten compras y retiros de efectivo en cajeros automáticos (Shah, 2023).

La inclusión financiera digital se refiere a la provisión de servicios financieros a través de medios digitales, como los monederos electrónicos para personas y empresas que tradicionalmente no tienen acceso a servicios bancarios (Charles, 2025; Rizwana et al., 2021). Existe impacto en los comerciantes porque los sistemas de pagos digitales mejoran los procesos comerciales, la contabilidad y la eficiencia general, sirviendo como una herramienta conveniente para los consumidores (Barua & Deshpande, 2025). Permiten a los comerciantes, especialmente en sectores no organizados acceder a servicios financieros y participar en el sistema bancario (Rizwana et al., 2021). No obstante, los comerciantes enfrentan múltiples desafíos para la adopción de estos servicios, entre los que destacan la escasa confianza en las plataformas digitales, la preocupación por la privacidad de los datos y el riesgo de fraude (Charles, 2025; Levitin, 2018). De manera similar, la adopción puede verse limitada dependiendo de factores de demanda como la percepción de los clientes y cuestiones de impuestos (Ligon et al., 2019). Los factores determinantes clave para la adopción y la facilidad de uso y la seguridad de las transacciones otorgan una significación a la adopción de los servicios de pagos electrónicos (Barua & Deshpande, 2025; Charles, 2025). La educación financiera y la conciencia sobre las ventajas de los

sistemas de pagos digitales son esenciales para aumentar la adopción (Barua & Deshpande, 2025; Nandru et al., 2024). También es importante la disponibilidad de infraestructura adecuada, como los terminales de punto de venta (POS) o acceso a internet (Allen et al., 2022). Las billeteras electrónicas permiten realizar transacciones rápidas y eficaces, lo cual incrementa la experiencia del cliente y la eficacia operativa de los comerciantes (Barua & Deshpande, 2025; Firdaus & Lubis, 2022). Favorece la inclusión financiera al facilitar el acceso de comerciantes y consumidores no bancarizados a servicios financieros (Rizwana et al., 2021; Thulasipriya & Rodrigues, 2025). Los fraudes y la pérdida de la privacidad transaccional constituyen importantes preocupaciones de sus usuarios (Binmahfooz & Alattar, 2009; Levitin, 2018).

Metodología

El estudio se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, orientado a la medición objetiva de las variables y al análisis estadístico de la relación entre el uso de billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital en pequeños comerciantes. Este enfoque permitió contrastar empíricamente las hipótesis planteadas mediante datos numéricos y técnicas estadísticas (Alford & Teater, 2025). La investigación fue de tipo básico, ya que buscó generar evidencia empírica que contribuya a la comprensión de la relación entre el uso de billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital en pequeños comerciantes. Asimismo, presentó un alcance correlacional, debido a que tuvo como propósito determinar la relación existente entre ambas variables mediante el coeficiente Rho de Spearman y complementar el análisis mediante un modelo de regresión lineal simple para evaluar la asociación estadística entre las variables, sin establecer relaciones de causalidad. Se adoptó un diseño no experimental y de corte transversal, ya que las variables fueron observadas en su contexto natural, sin manipulación por parte de los investigadores, y los datos se recolectaron en un único momento temporal (Delost & Nadder, 2014). En consecuencia, los análisis efectuados permitieron establecer asociaciones estadísticas entre las variables estudiadas, sin que ello implique inferir relaciones de causalidad, debido al diseño no experimental y de corte transversal adoptado en la investigación.

La población objetivo estuvo conformada por pequeños comerciantes que desarrollan actividades económicas en la Provincia de Rioja, Perú y utilizan o tienen acceso, al menos, a una billetera electrónica para el desarrollo de sus actividades comerciales. Debido a la inexistencia de un padrón o registro oficial actualizado que permitiera identificar el total de comerciantes que cumplían con estas características, no fue posible establecer un marco muestral para la selección

probabilística de los participantes. En consecuencia, se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia (Ahmed, 2024), obteniéndose una muestra de 450 pequeños comerciantes que cumplieron con los criterios de selección establecidos para la investigación. Dichos criterios permitieron garantizar que los participantes presentaran características acordes con el objetivo del estudio y con las variables analizadas. Como criterios de inclusión se consideró: ser pequeño comerciante que desarrolla actividades comerciales en la provincia de Rioja, tener 18 años o más, realizar transacciones económicas directamente con clientes finales, contar con acceso a, al menos, una billetera electrónica, utilizar o haber utilizado servicios financieros digitales en el desarrollo de su actividad comercial y aceptar participar voluntariamente en la investigación. Como criterios de exclusión se consideró a los participantes que no desarrollaban actividades comerciales en la provincia de Rioja, aquellos que no cumplieran con los criterios de inclusión.

La técnica empleada fue la encuesta, debido a su capacidad para recolectar información estructurada en muestras amplias. El instrumento utilizado fue un cuestionario estructurado con escala de Likert de cinco puntos. Para la variable uso de billeteras electrónicas se empleó el instrumento desarrollado por (Satria Fadil Persada et al., 2021), compuesto por 12 ítems distribuidos en cuatro dimensiones: intención conductual, actitud, normas subjetivas y control conductual percibido. Para la variable inclusión financiera digital se utilizó el instrumento propuesto por Lutfi et al., (2021), conformado por 16 ítems distribuidos en cuatro dimensiones: utilidad percibida, costo financiero percibido, facilidad de uso percibida e intención de uso de pagos móviles, con una escala de respuesta tipo Likert de cinco puntos. La validez del contenido de ambos instrumentos fue evaluada mediante juicio de cinco expertos con experiencia en finanzas y metodología de la investigación, quienes analizaron la claridad, pertinencia y coherencia teóricas de cada uno de los ítems con respecto a los constructos evaluados. Las observaciones y recomendaciones formuladas durante este proceso fueron incorporadas antes de la aplicación definitiva del cuestionario, fortaleciendo su adecuación al contexto del estudio. Asimismo, la confiabilidad interna del instrumento fue determinada mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach.

El procesamiento de los datos se realizó mediante técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Se calcularon frecuencias y porcentajes para describir las características de la muestra. Asimismo, se aplicó la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, cuyos resultados evidenciaron que los datos no siguieron una distribución normal ($p < 0.05$); en consecuencia, se

utilizó el coeficiente Rho de Spearman para analizar la relación entre las variables. Adicionalmente, se estimó un modelo de regresión lineal simple para evaluar la capacidad explicativa del uso de billeteras electrónicas sobre la inclusión financiera digital. El procesamiento estadístico se realizó mediante el software IBM SPSS Statistics versión 27.

El desarrollo del estudio se ajustó a los principios éticos aplicables a la investigación científica y al reglamento institucional vigente, garantizando el respeto por los derechos, la dignidad y el bienestar de los participantes en cada una de las etapas de la investigación, la participación de los comerciantes

fue voluntaria y estuvo precedida por la obtención del consentimiento informado, en el cual se explicó de manera clara y comprensible el propósito de la investigación, la naturaleza académica del estudio, el carácter no experimental del mismo, así como la ausencia de riesgos físicos, psicológicos o económicos para los participantes

Resultados

Los resultados del coeficiente Alfa de Cronbach evidencian que el instrumento presenta altos niveles de consistencia interna, tanto a nivel global como en cada una de sus dimensiones (véase Tabla 1).

Tabla 1
Análisis de Fiabilidad

Instrumento	N° de element	Alfa de Cronbach
Billeteras electrónicas	12	,919
Inclusión financiera digital	16	,946
Dimensiones de Billeteras electrónicas		
Actitud	3	,802
Normas Subjetivas	3	,866
Control Conductual Percibido	3	,793
Intención Conductual	3	,831
Dimensiones de inclusión financiera digital		
Utilidad percibida	4	,833
Costo financiero percibido	4	,884
Facilidad de uso percibido	4	,801
Intención de uso de pagos móviles	4	,883

En primer lugar, la variable billeteras electrónicas alcanza un coeficiente alfa de 0,919 y la inclusión financiera digital obtiene 0,946, valores que superan el umbral de 0,70. Esto no solo pone de relieve una fiabilidad adecuada, sino que expresa además una fuerte correlación entre los ítems, lo que esto a su vez, indica una medición consistente de los constructos teóricos tratados. También se puede afirmar que para valores superiores a 0,90, la consistencia interna es muy buena. En el caso de hablar de dimensiones de billetera electrónica, los coeficientes en cuestión se encuentran en un rango que va entre 0,793 y 0,866, lo que muestra niveles de fiabilidad buenos. Actitud (0,802) y control conductual percibido (0,793) son representativas de una medición de las percepciones individuales; normas subjetivas (0,866) e intención conductual (0,831) muestran mayor homogeneidad en torno a la norma social y la disposición de uso. Esto sugiere que las dimensiones sociales y conductuales mostrarían mayor consistencia, dimensión que concuerda con el modelo del comportamiento planificado. Respecto a la inclusión financiera digital, los coeficientes son además muy parecidos, estando entre 0,801 y 0,884, lo que sugiere igualmente buena consistencia interna. El costo financiero percibido

(0,884) pone de relieve percepciones claras y bastante homogéneas; utilidad (0,833), facilidad de uso (0,801) e intensidad de uso (0,883) apoyan la idea de buena medición de la experiencia digital de los usuarios.

La caracterización de la muestra desvela una composición heterogénea, pero con ciertos patrones predominantes que permiten tener una mayor comprensión del contexto en el cual tiene lugar la adopción de herramientas Fintech y la inclusión financiera digital (ver Tabla 2).

En lo que se refiere al sexo, hay un ligero predominio del grupo femenino (56%) con respecto al masculino (44%), resultando, de esta forma, un nivel alto de participación de mujeres en actividades comerciales; resulta muy interesante ponerlo de manifiesto, ya que hay numerosos estudios que sostienen que la digitalización financiera puede contribuir a una mayor capacidad de empoderamiento económico de las mujeres, sobre todo en economías en desarrollo. En definitiva, la adopción de wallets podría estar cumpliendo el papel que permite la inclusión de este grupo. En lo que respecta a la distribución de la edad, la mayor concentración se sitúa en el intervalo de 26 a 35 años (41,8%), seguido por los grupos de edad de 18–25 (25,3%) y 36–45 (24,7%).

Esto significa que la muestra está conformada, en buena medida, por una población joven-adulta, que se caracteriza por una mayor experiencia con herramientas digitales. Este aspecto es pertinente, ya que resulta un indicativo de que la existencia y el uso de tecnologías financieras son el resultado de una combinación entre factores económicos y la capacidad generacional de adaptación tecnológica, la cual podría repercutir de forma directa en los niveles de inclusión financiera digital. Por otro lado, si se tiene en cuenta el estado civil de las personas encuestadas, predominan las personas solteras (56%) frente a las casadas (28,2%). Esa tendencia podría ir ligada a una mayor autogestión en el ámbito de las decisiones de ámbito financiero, lo cual podría ayudar a adoptar soluciones digitales sin compartir decisiones que suelen estar limitadas a las estructuras familiares, más rígidas, o tradicionales.

Tabla 2

Datos sociodemográficos de los pequeños comerciantes

Variable	n	%
Sexo		
Masculino	198	44
Femenino	252	56
Edad		
18-25	114	25,3
26-35	188	41,8
36-45	111	24,7
46-55	34	7,6
56 a mas	3	,7
Estado civil		
Soltero/a	252	56
Casado	127	28,2
Conviviente	66	14,7
Divorciado	5	1,1
Viudo	0	0
Nivel de instrucción		
Primaria incompleta/completa	2	,4
Secundaria incompleta/completa	58	12,9
Técnica	142	31,6
Universitaria	212	47,1
Posgrado	36	8
Tipo de actividad comercial		
Comercio minorista (bodega, tienda, mercado)	137	30,4
Servicios	164	36,4
Alimentos y bebidas	94	20,9
Otros (especificar)	55	12,2
Nivel de ingresos mensuales aproximados del negocio		
Menos de S/ 1,000	56	12,4
S/ 1,001 – S/ 2,000	142	31,6
S/ 2,001 – S/ 3,000	100	22,2
Más de S/ 3,000	152	33,8
Total	450	100

En lo que respecta al nivel educativo, se puede observar que un 47,1% exhibe estudios universitarios

y el 31,6% cuenta con formación técnica, lo cual pone de manifiesto un nivel educativo bastante elevado en la muestra. Este resultado es importante tenerlo en cuenta, ya que suele haber una relación positiva entre el nivel educativo y la alfabetización digital y/o la alfabetización financiera, favoreciendo la posibilidad de comprender y usar herramientas Fintech. Por lo que este perfil también podría explicar niveles más altos de aceptación tecnológica en los resultados posteriores. En lo que se refiere al tipo de actividad comercial, hay un predominio de las actividades de servicios (36,4%) y de comercio minorista (30,4%) para continuar con los alimentos y bebidas (20,9%). Por este motivo, la distribución detectada pone de manifiesto que muchos de los entrevistados desarrollan su actividad en aquellas actividades donde puede haber una alta relación directa con clientes, donde los medios de pago digitales pueden dar lugar a una ventaja competitiva en términos de rapidez y comodidad. Por último, en el nivel de ingresos se puede ver que la distribución está más concentrada en los rangos más de S/ 3,000 (33,8%) y entre S/ 1,001 y S/ 2000 (31,6%). Este resultado evidencia una diversidad en la capacidad económica, lo que permite analizar la inclusión financiera digital desde distintos niveles de ingreso. Asimismo, sugiere que el uso de billeteras electrónicas no está restringido únicamente a segmentos de mayores ingresos, sino que también se extiende a sectores intermedios, lo cual es consistente con el enfoque de inclusión financiera.

El análisis descriptivo se realizó utilizando puntos de corte basados en los percentiles 30 y 70, lo que permite una clasificación más robusta de los niveles (bajo, medio y alto), evitando arbitrariedad en la categorización y proporcionando una interpretación más precisa de la distribución de los datos. Con respecto a la variable de billeteras electrónicas, se observa que la mayor proporción de comerciantes se ubica en el nivel medio (38,9%), seguido del nivel bajo (34,4%) y, en menor medida, el nivel alto (26,7%). Esta tipología evidencia que, a pesar de que la implementación de wallets digitales en las ventas es moderada, su uso aún no se ha generalizado en la mayoría de los vendedores. Analíticamente, esto indica que existe un proceso de transición tecnológica que ya ha comenzado con la adopción de herramientas digitales, pero que aún no se han alcanzado niveles de apropiación avanzada. De modo similar con las dimensiones de wallets: La Actitud (59,6% en nivel medio) Denota que los comerciantes evidencian tener una actitud positiva, pero no consolidada en cuanto al uso de herramientas de pago electrónico. Esto indica que hay percepciones positivas (aunque se podrían expresar dudas o limitaciones de carácter práctico). Normas subjetivas (45,3% media y 45,3% alta); aquí se entiende que hay una fuerte relación social, de tal forma

que el entorno (clientes, compañeros, mercado) está favoreciendo el uso de estas herramientas. Este último hallazgo es importante, ya que da cabida a la adopción no solo socialmente inducida de estas herramientas, sino también a su vez a una adopción socialmente inducida. El control conductual percibido (50,4% medio, 42,4% alto), muestra que los comerciantes perciben que tienen capacidad para usar estas tecnologías, lo cual favorece el hecho de que se rompan las barreras de entrada y, por lo tanto, favorece la adopción futura de estas tecnologías. Por último, la intención conductual (59,1% media, 33,8% alta), otra cualidad que revela la intención alta de uso; lo que es un importante indicador prospectivo: aun cuando el uso no se esté dando, sí hay mucha probabilidad de que el crecimiento sea alto en el corto plazo

De igual manera para la variable inclusión financiera digital: La mayor concentración se ubica en el nivel medio (46,2%), seguido de los niveles bajo (30,7%) y alto (23,1%). Esto sugiere que la inclusión financiera digital en los pequeños comerciantes es aún incipiente o en desarrollo, lo que implica que, si bien existen avances,

todavía hay brechas importantes en el acceso, uso o aprovechamiento de servicios financieros digitales. Con respecto a sus dimensiones: Utilidad percibida (41,8% medio), indica que los comerciantes reconocen cierto valor en estas herramientas, pero no de manera contundente, lo que podría limitar su uso intensivo. En la dimensión costo financiero percibido (38,7% en el nivel bajo), este resultado es relevante: una mayor proporción percibe bajos costos, lo cual debería favorecer la adopción. Sin embargo, el hecho de que no se traduzca en niveles altos de uso sugiere que el costo no es la principal barrera. En la dimensión facilidad de uso (38% en el nivel medio), los resultados refuerzan la idea de que existe una aceptación moderada, pero posiblemente con dificultades operativas o falta de capacitación. En la dimensión intensidad de uso de pagos móviles (34,9% en el nivel alto), se observa que esta es una de las dimensiones más relevantes, ya que muestra que, a pesar de niveles generales medios, existe un grupo importante que ya utiliza activamente pagos digitales, lo que evidencia un proceso de adopción en marcha (véase Tabla 3).

Tabla 3*Análisis descriptivo – billeteras electrónicas e inclusión financiera digital*

Variable / Dimensiones	Nivel					
	Bajo		Medio		Alto	
Billeteras electrónicas	155	34,40%	175	38,90%	120	26,70%
Actitud	40	8,90%	268	59,60%	142	31,60%
Normas Subjetivas	42	9,30%	204	45,30%	204	45,30%
Control Conductual Percibido	32	7,10%	227	50,40%	191	42,40%
Intención Conductual	32	7,10%	266	59,10%	152	33,80%
Inclusión financiera digital	138	30,70%	208	46,20%	104	23,10%
Utilidad percibida	146	32,40%	188	41,80%	116	25,80%
Costo financiero percibido	174	38,7%	152	33,8%	124	27,6%
Facilidad de uso percibido	165	36,7%	171	38%	114	25,3%
Intención de uso de pagos móviles	140	31,1%	153	34%	157	34,9%

Los resultados del análisis correlacional a partir de Rho de Spearman demuestran que existen relaciones positivas y significativas desde el punto de vista estadístico ($p = 0,001$) entre el uso de las billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital, así como con cada una de las dimensiones de esa construcción. En términos de magnitud, la correlación total con la inclusión financiera digital ($p = 0,702$) se considera fuerte, lo que conlleva a pensar que existe una buena asociación entre variables. Las dimensiones como las del costo financiero percibido ($p = 0,626$), la facilidad de uso ($p = 0,630$) o la intensidad de uso de pagos por móvil ($p = 0,665$) tienen una correlación buena; la dimensión utilidad percibida ($p = 0,562$), por su parte, presenta una correlación moderada, siendo esta última la más baja. En conjunto, estos resultados permiten afirmar que el uso de los monederos electrónicos se asocia de

forma significativa y a distintos niveles de intensidad con la inclusión financiera digital, ya que, si bien la relación general obtenida es fuerte, a nivel dimensional respondería a un comportamiento medio, con lo que refuerza el carácter multidimensional y la relación de distintos factores en la construcción de la medida (véase Tabla 4).

Tabla 4*Determinación de las correlaciones*

Inclusión financiera digital y dimensiones	Billeteras electrónicas Rho Spearman	p-valor
Inclusión financiera digital	,702**	0,001
Utilidad percibida	,562**	0,001
Costo financiero percibido	,626**	0,001
Facilidad de uso percibido	,630**	0,001
Intención de uso de pagos móviles	,665**	0,001

El análisis mediante la regresión lineal simple evidenció una asociación positiva y estadísticamente significativa entre el uso de las billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital ($\beta = 0,824$; $p < 0,001$), indicando que mayores niveles de uso de estas herramientas se asocian con mayores niveles de inclusión financiera digital en los pequeños comerciantes. Asimismo, el coeficiente de determinación ($R^2 = 0,679$) muestra que el modelo explica el 67,9% de la variabilidad observada en la inclusión financiera digital, mientras que el estadístico F (948,185; $p < 0,001$) confirma la

significancia global del modelo y un adecuado ajuste a los datos. No obstante, debido al diseño no experimental y de corte transversal de la investigación, estos resultados deben interpretarse como evidencia de asociación estadística y no como una relación causal entre las variables. En conjunto, los hallazgos respaldan que el uso de las billeteras electrónicas mantiene una asociación relevante con la inclusión financiera digital, destacando su potencial importancia en el fortalecimiento de los procesos de digitalización financiera entre los pequeños comerciantes (véase Tabla 5).

Tabla 5
Análisis de regresión lineal simple entre el uso de billeteras electrónicas y la inclusión financiera digital.

Variable independiente	B	Error estándar	Beta	t	Sig.
(constante)	9,999	1,930	—	5,180	0,001
Billeteras electrónicas	1,139	0,037	0,824	30,793	0,0001

Estadísticos del modelo:

$R = 0,824$ | $R^2 = 0,679$ | R^2 ajustado = 0,678 | $F = 948,185$ | $p = 0,000$

Discusión

Los resultados del presente estudio permiten evidenciar la relevancia del uso de las billeteras electrónicas como un factor asociado con la inclusión financiera digital en pequeños comerciantes, al encontrarse una relación positiva, estadísticamente significativa y fuerte entre ambas variables. Asimismo, el modelo de regresión lineal simple explicó una proporción importante de la variabilidad observada en la inclusión financiera digital, proporcionando evidencia estadística para aceptar la hipótesis general planteada. Estos resultados son consistentes con diversos estudios que destacan el papel de las tecnologías financieras en el acceso y uso de productos y servicios financieros en economías emergentes (Charles, 2025; Rizwana et al., 2021). En este contexto, las billeteras electrónicas no solo constituyen instrumentos transaccionales, sino que su uso mantiene una asociación positiva con mayores niveles de inclusión financiera digital entre los pequeños comerciantes.

Al profundizar en los resultados correlativos observamos que dimensiones como la facilidad de uso percibida y la intención de uso de los pagos móviles muestran relaciones de magnitud de moderada a fuerte en cuanto a la inclusión financiera digital. Estos resultados están alineados con lo expuesto por los modelos TAM y UTAUT (Do et al., 2025; Alonzo et al., 2025), que indican que la facilidad de uso y la utilidad percibida son factores asociados con la adopción de las tecnologías. Desde esta perspectiva, la facilidad operativa y el grado de familiaridad con las herramientas digitales se relacionan positivamente con una mayor adopción de

los servicios financieros digitales. El costo financiero percibido también ha mostrado ser significativo, esto es, esta dimensión se relaciona con la inclusión financiera digital para los pequeños comerciantes. Este resultado concuerda con lo indicado por Bhatia-Kalluri (2023), ya que afirma que el acceso económico se complementó con aquellos procesos que fortalezcan la experiencia del usuario.

Por otro lado, y desde el enfoque descrito, los hallazgos descriptivos apuntan a que tanto el uso de herramientas Fintech, como la inclusión financiera digital muestran, primordialmente, niveles intermedios, lo que indicaría un proceso de adopción que aún estaría encontrándose en fase de consolidación. Este resultado es coherente con lo señalado por Ligon et al. (2019), quienes describen que las pequeñas tiendas tienden a adoptar gradualmente las tecnologías relativas a pagos digitales, dado que dicho proceso dependería de diversas variables de tipo conductual, social y contextual. En este caso, la asociación observada con la dimensión normas subjetivas es consistente con la teoría del comportamiento planificado (Satria Fadil Persada et al., 2021), la cual plantea que la influencia del entorno social puede estar relacionada con la adopción de tecnologías financieras. Asimismo, la diferencia observada entre la intención de uso y el uso efectivo podría estar relacionada con otros factores no evaluados en la presente investigación, como la confianza, la alfabetización digital o la percepción del riesgo, tal como señalan Jain et al. (2021) y Rubio y Tulcanaza-Prieto (2025).

Por otra parte, si bien un porcentaje importante de los encuestados presentó nivel educativo universitario (47,1 %), la utilización de plataformas de pago móvil se ubicó en un nivel moderado (38,9 %). Estos resultados descriptivos sugieren que la formación académica, por

sí sola, podría no explicar completamente la adopción de estas herramientas digitales. Siguiendo este orden de ideas, la literatura informa que la inclusión financiera digital podría estar relacionada con la alfabetización financiera y digital, la percepción de riesgo, la confianza en las plataformas tecnológicas y las condiciones de infraestructura. De esta manera, varias investigaciones han identificado que, a pesar de tener un nivel elevado de educación, algunos clientes muestran resistencia a utilizar tecnologías financieras a causa del miedo al fraude, la desconfianza hacia los sistemas digitales o la baja experiencia con los mismos (Jain et al., 2021; Do et al., 2025). En consecuencia, los resultados del presente estudio, analizados junto con la evidencia anterior, evidencian la necesidad de complementar la formación académica de los usuarios con enfoques de aprendizaje orientados a fortalecer las competencias digitales y financieras en el uso de servicios de inclusión financiera, como las billeteras electrónicas.

Los resultados alcanzados permiten concluir que la inclusión financiera digital de pequeños comerciantes es un fenómeno sumamente complejo y multidimensional, y en el que el uso de las billeteras electrónicas guarda una relación positiva y significativa con mayores niveles de inclusión financiera digital, pero no se configura como el único elemento relacionado con este proceso. Del mismo modo, los resultados del presente estudio sugieren que la inclusión financiera digital podría beneficiarse de estrategias no solo centradas en incrementar el acceso a herramientas digitales, sino también en el desarrollo de competencias digitales o en la confianza en los servicios financieros digitales, lo que nos lleva a afirmar que la evidencia obtenida aporta información relevante que puede servir de base para el diseño de iniciativas que tengan por objeto la digitalización de los servicios financieros y el acceso de los pequeños comerciantes a los mismos, particularmente en economías emergentes.

Conclusiones

Los hallazgos del estudio permiten concluir que el uso de las billeteras electrónicas se asocia positiva y significativamente a la inclusión financiera digital en los pequeños comerciantes; el modelo de regresión lineal simple da cuenta, además, de una asociación estadísticamente significativa entre ambas variables explicando un 67,9% de la variabilidad que se observa en la inclusión financiera digital. Los resultados también dan cuenta de que cuanto más usan las billeteras electrónicas los pequeños comerciantes, mayor es su nivel de inclusión financiera digital; sin embargo, debido al diseño no experimental y de corte transversal, dicha relación debe interpretarse como una asociación estadística y no como una evidencia de causalidad.

Adicionalmente, las dimensiones utilidad percibida, costo financiero percibido, facilidad de uso percibida e intención de uso de pagos móviles se asociaron de manera positiva y significativa con la inclusión financiera digital, poniendo de manifiesto que, a mayor nivel de percepción favorable de estas dimensiones, mayor es el nivel de inclusión financiera digital de los pequeños comerciantes.

Finalmente, los resultados permitieron concluir que la inclusión financiera digital es un fenómeno multidimensional, ya que se han hallado asociaciones significativas entre el uso de las billeteras electrónicas y las dimensiones indicadas: utilidad percibida, costo financiero percibido, facilidad de uso percibida e intención de utilizar los pagos móviles. En ese sentido, los hallazgos obtenidos ofrecen evidencia que puede ser la base para orientar políticas e iniciativas orientadas a poder facilitar el acceso y uso de medios de pago con herramientas financieras digitales entre pequeños comerciantes.

Conflictos de intereses

Los autores declaran no tener conflictos de interés

Referencias

- Ahmed, S. K. (2024). How to choose a sampling technique and determine sample size for research: A simplified guide for researchers. *Oral Oncology Reports*, 12. <https://doi.org/10.1016/j.oor.2024.100662>
- Alford, S., & Teater, B. (2025). Quantitative research. En M. Alston, P. Buykx, W. Foote, & D. Betts (Eds.), *Handbook of Research Methods in Social Work* (pp. 156-171). Edward Elgar Publishing Ltd. <https://doi.org/10.4337/9781035310173.00023>
- Allen, J., Carbo-Valverde, S., Chakravorti, S., Rodriguez-Fernandez, F., & Pinar Ardic, O. (2022). Assessing incentives to increase digital payment acceptance and usage: A machine learning approach. *PLoS ONE*, 17(11 November). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0276203>
- Alonzo, A. A., Macadildig, A. D., Sapio, R. C. M., Bernales, J. C., Dadole, D. M., & Abellana, J. J. G. (2025). Adoption of Digital Wallets in Naawan, Misamis Oriental, Philippines: A Structural Equation Modeling Approach based on TAM and UTAUT. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 22, 1596-1606. <https://doi.org/10.37394/23207.2025.22.128>
- Arunachalam, R., & Amudha, R. (2025). Fostering FinTech Through Mobile Wallets: An Indian Scenario. En M. Ali, S. Ali Raza, & C.-H. Puah (Eds.), *Emerging Trends and Innovations in Financial Services: A Futurology Perspective* (pp. 21-48). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-7160-2.ch003>

- Barua, M., & Deshpande, A. (2025). The Role of E-Wallets in Enhancing Business Operations and Consumer Satisfaction in the Unorganized Sector of Nagpur City. *Journal of Neonatal Surgery*, 14(5), 140145. <https://doi.org/10.52783/jns.v14.2009>
- Bhatia-Kalluri, A. (2023). Fostering Adoption of Digital Payments in India for Financial Inclusion: Policies and Environment for Implementation. *Lect. Notes Networks Syst.*, 693 LNNS, 673-682. https://doi.org/10.1007/978-981-99-3243-6_54
- Binmahfooz, W. M., & Alattar, A. (2009). Proposed modifications to the digital wallets mechanism. *IMSCI-Int. Multi-Conf. Soc., Cybern. Informatics, Proc.*, 2, 46-51.
- Charles, D. (2025). Financial Inclusion and Climate Resilience: The Role for an AI-Enhanced Digital Wallet in Caribbean SIDS. *Journal of Data Science and Intelligent Systems*, 3(3), 240-250. <https://doi.org/10.47852/bonviewJDSIS42024183>
- Chellappan, K., Elanchselvan, T., & Abu-Samah, A. (2025). E-wallet Delivery Technology Architecture Adoption: A Review. *Jurnal Kejuruteraan*, 37(1), 219-232. [https://doi.org/10.17576/jkukm-2025-37\(1\)-14](https://doi.org/10.17576/jkukm-2025-37(1)-14)
- Condori Curo, J., Cardenas, E. L. H., Churampi-Cangalaya, R. L., Camargo, L. A. V., Huamaní, R. G., Cruces, H. W. C., Robles, Z. M. L., & Quispe, M. A. (2025). Usability of digital wallets and e-commerce growth: Evidence from poultry shops in Huancayo, Peru. *International Journal of Data and Network Science*, 9(4), 823-832. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2025.8.002>
- Delost, M. E., & Nadder, T. S. (2014). Guidelines for Initiating a Research Agenda: Research Design and Dissemination of Results. *Clinical Laboratory Science: Journal of the American Society for Medical Technology*, 27(4), 237-244. <https://doi.org/10.29074/ascls.27.4.237>
- Dianda, P., Thiombiano, N., & Okey, M. K. N. (2025). Electronic money accessibility and financial inclusion in WAEMU countries: Does increased access to electronic money lead to greater financial inclusion? *Cogent Economics and Finance*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/2322039.2025.2476089>
- Do, A. D., Ha, D. L., Nguyen, A. T., Le, M. D., Nguyen, M. H. N., & Dang, A. Q. (2025). Digital transformation of online payments: Interface design and customer service roles in E-wallet adoption in Vietnam. *Cogent Business and Management*, 12(1). <https://doi.org/10.1080/23211975.2025.2557966>
- Firdaus, T. M., & Lubis, M. (2022). Comparative Analysis of Popular Electronic Wallets in Indonesia in Daily Life Selection. *ACM Int. Conf. Proc. Ser.*, 362-368. <https://doi.org/10.1145/3568834.3568865>
- Jain, P., Upadhyay, D., & Purswani, G. (2021). Digital Financial Inclusion: Strategic D. Singh (Eds.), *Financial Inclusion in Emerging Markets: A Road Map for Sustainable Growth* (pp. 297-309). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-16-2652-4_15
- Joshi, K., & Dwivedi, R. (2024). E-payments in microfinance: Evolution and benefits. En D. Singh, G. Malik, & S. Aggarwal (Eds.), *Transforming the Financial Landscape With ICTs* (pp. 226-252). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-1503-3.ch011>
- Khoa, B. T. (2020). The role of mobile skillfulness and user innovation toward electronic wallet acceptance in the digital transformation era. *Int. Conf. Inf. Technol. Syst. Innov., ICITSI-Proc.*, 30-37. <https://doi.org/10.1109/ICITSI50517.2020.9264967>
- Kraiwanit, T., Limna, P., Wattanasin, P., Moolngearn, P., & Satranarakun, A. (2023). DIGITAL WALLET ADOPTION: WORLD COIN'S IMPACT ON FINANCIAL TECHNOLOGY. *Advances in Business Related Scientific Research Journal*, 14(2), 71-90.
- Levitin, A. J. (2018). Pandora's digital box: The promise and perils of digital wallets. *University of Pennsylvania Law Review*, 166(2), 305-376.
- Ligon, E., Malick, B., Sheth, K., & Trachtman, C. (2019). What explains low adoption of digital payment technologies? Evidence from small-scale merchants in Jaipur, India. *PLoS ONE*, 14(7). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0219450>
- Lutfi, A., Al-Okaily, M., Alshirah, M. H., Alshira'h, A. F., Abutaber, T. A., & Almarashdah, M. A. (2021). Digital Financial Inclusion Sustainability in Jordanian Context. *Sustainability*, 13(11), 6312. <https://doi.org/10.3390/su13116312>
- Mahalle, A., Yong, J., & Tao, X. (2021). Regulatory Challenges and Mitigation for Account Services Offered by FinTech. *Proc. IEEE Int. Conf. Comput. Support. Coop. Work Des., CSCWD*, 280-287. <https://doi.org/10.1109/CSCWD49262.2021.9437631>
- Mohammed, A. A., Rahma, A. M. S., & AbdulWahab, H. B. (2024). Transformative Innovations in Digital Currency and E-Wallet Systems: A Comprehensive Exploration of Security, Scalability, and Adoption. *AIP Conf. Proc.*, 3207(1). <https://doi.org/10.1063/5.0234176>
- Mothobi, O., & Kebotsamang, K. (2024). The impact of network coverage on adoption of Fintech and financial inclusion in sub-Saharan Africa. *Journal of Economic Structures*, 13(1). <https://doi.org/10.1186/s40008-023-00326-7>
- Nandru, P., S.A, S. K., & Chendragiri, M. (2024). Adoption intention of mobile QR code payment system among marginalized street vendors: An empirical investigation from an emerging economy. *Journal of Science and*

- Technology Policy Management*, 15(6), 1709-1733. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-03-2023-0035>
- Rizwana, M., Singh, P., & Raveendra, P. V. (2021). Promoting Financial Inclusion Through Digital Wallets: An Empirical Study with Street Vendors. En S. Ananda & D. Singh (Eds.), *Financial Inclusion in Emerging Markets: A Road Map for Sustainable Growth* (pp. 281-293). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-981-16-2652-4_14
- Rubio, J., & Tulcanaza-Prieto, A. B. (2025). Digital Payments Trust in Latin America and the Caribbean. *Economies*, 13(5). <https://doi.org/10.3390/economies13050140>
- Sait, M. A., Ali, M. A., Almunawar, M. N., & Haji Masri, H. M. (2024). Understanding factors to digital wallet discontinuance intention among past users: An exploratory study. *Journal of Science and Technology Policy Management*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-01-2024-0005>
- Salazar-Rebaza, C., Zurita-Guerrero, G., & Ibañez-Luján, W. (2024). Use of e-Wallets and Their Impact on SME Business Transactions. *Proc. Eur. Conf. Innov. Entrepren., ECIE*, 19(1), 694-702. <https://doi.org/10.34190/ecie.19.1.2596>
- Satria Fadil Persada, Irfandy Dalimunte, Reny Nadlifatin, Bobby Ardiansyah Miraja, Anak Agung Ngurah Perwira Redi, Yogi Tri Prasetyo, Jacky Chin, & Shu-Chiang Lin. (2021). Revealing the Behavior Intention of Tech-Savvy Generation Z to Use Electronic Wallet Usage: A Theory of Planned Behavior Based Measurement. *International Journal of Business and Society*, 22(1), 213-226. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3171.2021>
- Shah, C. (2023). Defining the study population: Who and why? En A. E. M. Eltorai, J. A. Bakal, D. W. Kim, & D. E. Wazer (Eds.), *Translational Radiation Oncology* (pp. 107-108). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-88423-5.00023-6>
- Soegoto, D. S., & Tampubolon, M. P. (2020). E-Wallet as a Payment Instrument in the Millennial Era. *IOP Conf. Ser. Mater. Sci. Eng.*, 879(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012139>
- Sultan, M. F., Kazi, A. K., & Rafique, M. A. (2025). Mobile Wallets: A Detailed Perspective With Reference to the Developing Countries. En M. Ali, S. Ali Raza, & C.-H. Puah (Eds.), *Emerging Trends and Innovations in Financial Services: A Futurology Perspective* (pp. 49-60). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-7160-2.ch004>
- Thulasipriya, B., & Rodrigues, L. J. (2025). Empowering Retail Sellers: A Study on Marketing Strategies of Digital FinTech Companies for Financial Inclusion. En *Studies in Systems, Decision and Control* (Vol. 607, pp. 879-888). Springer Science and Business Media Deutschland GmbH. https://doi.org/10.1007/978-3-031-96530-2_77