



Del efectivo al smartphone: uso de la banca móvil en estudiantes universitarios

From cash to smartphones: use of mobile banking by university students

Do dinheiro ao smartphone: uso do banco móvel por estudantes universitários

Alfredo Huamán Cuya

ahuaman@unajma.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-8644-8089>

**Universidad Nacional José María Arguedas.
Andahuaylas, Perú**

Rosmel Iván Rodríguez Peceros

rirodriguez@unajma.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0003-2317-3695>

**Universidad Nacional José María Arguedas.
Andahuaylas, Perú**

Katerin Luz Tacuri Chamorro

Ktacuri@unaat.edu.pe

<https://orcid.org/0009-0009-7310-121X>

**Universidad Nacional Autónoma Altoandina de
Tarma. Tarma, Perú**

Joaquín Machaca Rejas

jmachaca@unajma.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-7399-4777>

**Universidad Nacional José María Arguedas.
Andahuaylas, Perú**

Elio Nolasco Carbajal

enolasco@unamba.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-6247-2917>

**Universidad Nacional Micaela Bastidas de
Apurímac. Abancay, Perú**

Leao Wilinton Pedraza Medrano

lpedraza@continental.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0001-8500-3056>

Universidad Continental. Huancayo, Perú

<http://doi.org/10.59659/impulso.v.6i13.229>

Artículo recibido 7 de noviembre 2025 | Aceptado 15 de diciembre 2025 | Publicado 5 de enero 2026

RESUMEN

El estudio describe el uso de la banca móvil en estudiantes universitarios de dos regiones del Perú, identificando las razones, hábitos de adopción, percepción de seguridad y frecuencia de uso. Se desarrolló bajo la investigación descriptivo, con diseño no experimental transversal. Se aplicó un cuestionario estructurado a 130 estudiantes de Administración de dos universidades determinados mediante muestreo no probabilístico. Los resultados indican que el 77.7% utiliza banca móvil, siendo Yape y BCP Móvil las Apps más frecuentes. Las principales motivaciones fueron la facilidad de pago (75.2%) y la recepción de transferencias (52.5%). El 46.7% usa estas Apps desde hace más de dos años. La región centro presentó mayor adopción (87.5%) que la región sur (73.3%). Se concluye que la banca móvil está integrada en la vida financiera universitario, aunque persisten barreras tecnológicas y de confianza.

Palabras clave: Inclusión financiera; Banca móvil; Estudiantes universitarios; Hábitos financieros; Alfabetización digital

ABSTRACT

The study describes the use of mobile banking among university students in two regions of Peru, identifying the reasons, adoption habits, perception of security, and frequency of use. It was developed under descriptive research, with a non-experimental cross-sectional design. A structured questionnaire was administered to 130 business administration students from two universities selected through non-probabilistic sampling. The results indicate that 77.7% use mobile banking, with Yape and BCP Móvil being the most frequently used apps. The main motivations were ease of payment (75.2%) and receiving transfers (52.5%). 46.7% have been using these apps for more than two years. The central region showed higher adoption (87.5%) than the southern region (73.3%). It is concluded that mobile banking is integrated into university financial life, although technological and trust barriers remain.

Keywords: Financial inclusion; Mobile banking; University students; Financial habits; Digital literacy

RESUMO

O estudo descreve o uso do banco móvel em estudantes universitários de duas regiões do Peru, identificando as razões, hábitos de adoção, percepção de segurança e frequência de uso. Foi desenvolvido sob a investigação descritiva, com desenho transversal não experimental. Foi aplicado um questionário estruturado a 130 estudantes de Administração de duas universidades, determinados por amostragem não probabilística. Os resultados indicam que 77,7% utilizam serviços bancários móveis, sendo Yape e BCP Móvil as aplicações mais frequentes. As principais motivações foram a facilidade de pagamento (75,2%) e a recepção de transferências (52,5%). 46,7% utilizam estas aplicações há mais de dois anos. A região central apresentou maior adoção (87,5%) do que a região sul (73,3%). Conclui-se que o banco móvel está integrado na vida financeira universitária, embora persistam barreiras tecnológicas e de confiança.

Palavras-chave: Inclusão financeira; Banca móvel; Estudantes universitarios; Hábitos financeiros; Literacia digital

INTRODUCCIÓN

En el marco de la revolución tecnológica, donde el cambio es permanente, la forma de interacción con el entorno físico va cediendo más espacio a lo digital. Este fenómeno, impulsado por los avances como la inteligencia artificial, conectividad móvil y acceso a dispositivos inteligentes, conlleva a cambios estructurales en diversos sectores como la educación, finanzas y el entretenimiento. Además, viene redefiniendo la forma de comunicación, el acceso a la información y el desarrollo de las actividades cotidianas.

La reducción del consumo, los índices de ahorro y el poder adquisitivo en las entidades bancarias a nivel global se atribuye, entre otros factores, a la crisis económica originada por la pandemia de COVID-19 (Oruna et al., 2023). Sin embargo, una de las formas más seguras de las transacciones bancarias fue la adopción de las Apps de la banca móvil. Por lo tanto, las entidades de este sector, últimamente, vienen impulsando el acceso de sus clientes a los servicios en línea, con el objetivo de potenciar los niveles de inclusión financiera (Ponce, 2019).

Bajo este contexto, a juicio de Sarmiento (2025) el 61% de los latinoamericanos accede a la banca móvil diariamente, Brasil lidera con un 80% de usuarios frecuentes, Chile (66%), Argentina (59%), México (58%), mientras que Colombia tiene la menor tasa (44%); además, el 82% de los brasileños tiene una cuenta bancaria móvil. El uso es mayor entre millennials respecto a la generación Z y en clases sociales bajas. En

Perú, el acceso a servicios financieros digitales por internet móvil subió del 13.8% en 2022 al 43.6% en 2024, impulsado por mayor conectividad, digitalización y confianza en las plataformas (Chira, 2025).

En el contexto nacional, el aumento acelerado de los pagos digitales se debe principalmente a las transacciones de bajo importe, realizadas sobre todo mediante billeteras digitales. Es así como, al cierre del año 2024 se registró 442 pagos por adulto. Esto evidencia que cada vez es más común utilizar pagos digitales para compras de bajo importe, sustituyendo al efectivo. Además, la inclusión financiera, entendida como tener una cuenta en el sistema financiero, alcanzó al 57 % de la población adulta en 2024. Este porcentaje aumenta al 67% si se incluyen también quienes poseen billeteras digitales (Banco Central de Reserva del Perú [BCRP], 2025). En efecto, gracias a la interoperabilidad, estos métodos se están consolidando como los más utilizados para pagos instantáneos. Entre ellas, está la App Yape y Plin, luego las Apps de Banca Móvil y códigos QR y finalmente emisores de dinero electrónico y BIM.

Según el Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI] (2025), en el segundo trimestre de 2025, el 97.8% de personas con educación universitaria accedió a internet y el 97.1% usó un smartphone para conectarse. Además, el 35.7% realizó operaciones en banca electrónica u otros servicios financieros. Sin embargo, en las regiones consideradas para la presente investigación, la adopción no ha sido homogénea. En particular, los estudiantes universitarios, pese a su familiaridad con las tecnologías digitales, presentan patrones de uso fragmentados y, en muchos casos, limitados respecto a la banca móvil.

En efecto, aún persiste las barreras estructurales, como la falta de dispositivos inteligentes y personales, como la carencia de habilidades digitales y financieras que limitan el uso efectivo de las Apps de la banca móvil en los universitarios. También se aúna el nivel de inclusión financiera y el miedo por sufrir algún fraude cibernético o estafa digital [Phishing]. Así mismo, entra en tapete la implementación de los canales de atención que permitan el empleo de las herramientas digitales en ese segmento, sea en una organización gubernamental, educativo, comercial entre otras. A ello se suma la percepción ambivalente sobre el rol del smartphone en el aprendizaje, lo que podría influir en su uso como medio de gestión de las finanzas personales. En este escenario, resulta necesario comprender las razones, motivaciones y resistencias que configuran, ya sea el uso o no, de la banca móvil en los estudiantes universitarios.

Bajo este contexto preliminar, el presente estudio tiene como propósito describir el uso de la banca móvil por parte de los estudiantes universitarios, identificando las razones, los hábitos de adopción, la percepción de seguridad en el ecosistema digital y la frecuencia con que emplea en su vida cotidiana. Además, es pertinente y necesario en tanto aborda una problemática emergente en la triangulación entre inclusión financiera, transformación digital y educación superior. Es importante, conocer los factores que refuerzan los hábitos financieros en el uso de banca móvil por parte de estudiantes universitarios, asimismo, identificar brechas que limitan su participación plena en la economía digital.

La tecnología permite transformar los ambientes sociales, afectando el contexto de su uso y difusión. Además, la tecnología es incierta, dinámica, sistémica y acumulativa, lo que impide verla como un proceso lineal (Grübler, 2003). Los cambios tecnológicos son permanentes, pero varían en intensidad a lo largo de la historia. Algunos periodos se destacan como revoluciones industriales, impactando en toda la sociedad y no solo en la industria (Cortés, 2016). Dicho de otra manera, el siglo XXI se caracteriza por la integración de espacios físico-digitales, basada en la digitalización de las actividades cotidianas y la hiperconectividad entre procesos, objetos y personas (Martínez et al., 2020).

Después de la pandemia por COVID 19, las operaciones financieras presentaron una transición significativa hacia la digitalización. Como mencionada Carbó Valverde et al. (2021) “tal vez el cambio más importante sea en los canales de pago digital, con un crecimiento significativo de las operaciones con dispositivos móviles y de las transferencias y pagos entre particulares” (p. 37). En los últimos años, la disrupción digital, conllevó a realizar cambios en los modelos de operación y prestación de los servicios bancarios. Una transición del sistema financiero tradicional a la digital. Así mismo, viene contribuyendo a la inclusión financiera en lo que respecta a la bancarización. Por otra parte, la calidad de vida de las personas mejora conforme se acrecienta el acceso a los servicios financieros. La digitalización bancaria crece cada día y más usuarios prefieren la banca digital, especialmente la móvil (Godoy, 2020). Sin embargo, el aumento en el uso de la banca digital ha elevado las reclamaciones de usuarios financieros, por lo que es necesario supervisar esta tendencia para que reguladores y entidades tomen medidas preventivas (Avendaño, 2018).

Desde hace una década, la preferencia por el uso de la banca digital fue cada vez mayor. Los consumidores buscan nuevas formas de acceder a servicios financieros, y el entorno competitivo con grandes compañías tecnológicas y "fintech" obliga a los bancos a digitalizarse (Cuesta et al., 2015). De la misma forma, Yamakawa et al. (2013) indicaron que los consumidores del sistema financiero apreciaban los servicios de banca móvil por su adecuación a su estilo de vida, utilidad y facilidad de uso. Además, determinaron que el interés innovador influye en la adopción de estas tecnologías, aunque de manera moderada. Esto indica un interés moderado por parte de los usuarios en nuevas tecnologías en el sector bancario.

En contraste, resulta relevante definir la banca móvil; en síntesis, se refiere al uso de dispositivos móviles inteligentes para realizar operaciones financieras como pagos, transferencias y consultas, caracterizándose por su accesibilidad y portabilidad (Yamakawa et al., 2013). En paralelo, la banca por internet implica el acceso a servicios bancarios a través de navegadores web, facilitando la gestión remota de productos financieros y representa una evolución de los canales tradicionales hacia entornos virtuales más seguros y eficientes (Larrán y Muriel de los Reyes, 2007).

Ambas modalidades contribuyen a la inclusión financiera, entendida como el acceso y uso efectivo de servicios financieros por parte de toda la población, especialmente la históricamente excluida (Cardona, 2020). Esto no solo implica la disponibilidad de productos financieros o bancarios, sino también la capacidad de utilizarlos de manera informada, segura y sostenible. Para que esta inclusión sea sostenible, se requiere alfabetización digital, definida como la capacidad de comprender y utilizar tecnologías digitales de forma crítica y segura (García, 2017).

Finalmente, los hábitos financieros son patrones de conducta relacionados con el ahorro, el gasto y la planificación económica, que influyen directamente en la estabilidad financiera de los individuos (Mancebón et al., 2020). En estudiantes universitarios, estos hábitos se ven condicionados por su nivel de educación financiera y acceso a tecnologías móviles.

MÉTODO

El presente trabajo de indagación está enmarcado dentro de la investigación empírica bajo la estrategia descriptiva selectivo transversal. Cuyo objetivo descansa en definir y categorizar eventos para describir procesos mentales y conductas observables en un momento determinado (Ato et al., 2013; Pérez-Moneo et al., 2025). Además, la variable se estudia en su contexto natural, sin la manipulación deliberada (Palella y Martins, 2012).

En esa misma orden de ideas, las unidades de estudio para la administración del instrumento de investigación fueron estudiantes universitarios regulares del V al X ciclo de dos universidades nacionales del Perú. Seleccionados mediante el muestreo no probabilístico por conveniencia. Siendo incluidos un total de 130 estudiantes matriculados al semestre académico 2025-II del programa de estudios de Administración, del cual 90 fueron de la universidad nacional situada en el sur y 40 de la universidad ubicada en el centro del país; se priorizó a los que mínimamente cuenten con conocimientos básicos de las finanzas personales.

En base al propósito principal de la investigación, el instrumento empleado para la captura de datos fue el cuestionario con naturaleza nominal y ordinal aplicado a través de Google Formulario (García y Martínez, 2021; Juli, 2024; Oruna et al., 2023). Cuya formulación estuvo orientado a recabar datos acerca de los hábitos, percepción de seguridad y frecuencia de uso de banca móvil. Tras la recopilación de los datos, las respuestas fueron transferidas a una matriz de datos en Microsoft Excel para su procesamiento y análisis posterior.

Para la presentación de los resultados, se incluyeron tablas de frecuencias y representaciones gráficas como parte del análisis descriptivo, así como la media (μ) y la desviación estándar (σ) para la comparación entre ambas regiones. Para el cálculo de este último, se empleó Jamovi, un software estadístico gratuito y de código abierto.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La presentación de resultados está segmentada en dos secciones. En la primera se describe las percepciones de los 77.7% estudiantes que actualmente usan algunas aplicaciones de la banca móvil y posteriormente; se contextualiza la postura de los 22.3% de los estudiantes que aún se resisten a utilizar la banca móvil como herramienta para sus operaciones financieras en un entorno digital.

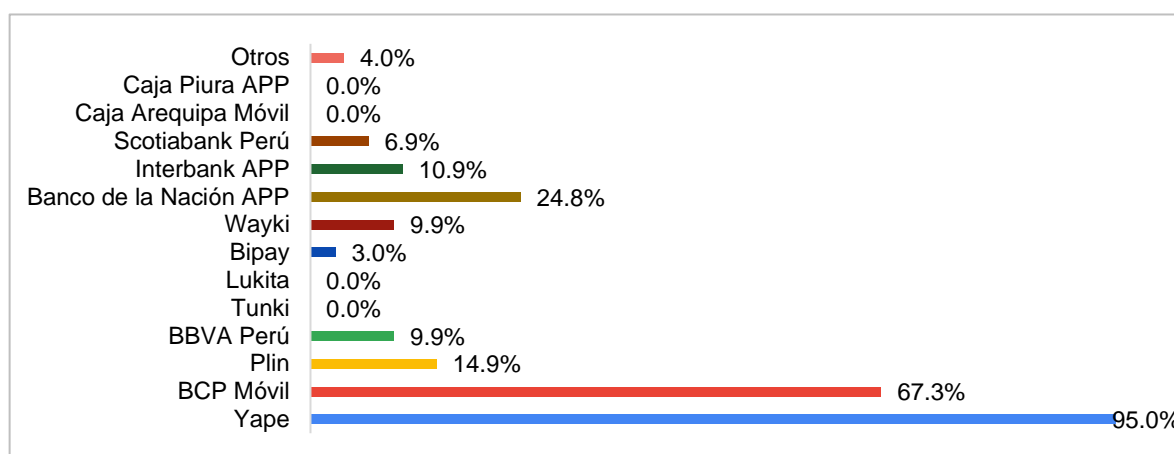


Figura 1. Resumen del uso de las aplicaciones de la banca móvil

Nota. Solo se consideró a los estudiantes que actualmente usan las Apps de la banca móvil (101 estudiantes, 77.7%).

Los resultados evidencian una marcada preferencia por aplicaciones móviles de pago y banca que ofrecen alta usabilidad e inclusión social. Yape lidera con un 95.0% de uso, consolidándose como la herramienta más adoptada entre estudiantes universitarios, seguida por BCP Móvil con un 67.3%. Esta tendencia sugiere que los jóvenes priorizan soluciones ágiles, interoperables y ampliamente aceptadas, lo que refleja una transformación en los hábitos financieros hacia plataformas digitales de bajo costo y rápida transacción.

En contraste, otras aplicaciones como Plin (14.9%), Banco de la Nación APP (24.8%) e Interbank APP (10.9%) muestran niveles de uso más moderados, mientras que opciones como BBVA Perú, Wayki y Scotiabank Perú apenas superan el 6.9%. Estas cifras indican que, aunque existe diversidad de oferta, la adopción se concentra en pocas plataformas dominantes. La baja utilización de Apps como Bipay (3.0%) y la nula presencia de otras cajas y billeteras electrónicas revelan una limitada diversificación, posiblemente influida por la afiliación bancaria, la experiencia de usuario y la estrategia de posicionamiento digital.

Tabla 1. Resumen de las razones, frecuencia, tiempo y monto promedio a través de la banca móvil

		Recuento	Porcentaje
Las razones del uso de las Apps de banca móvil	Disminuir el uso de efectivo	43	42.6%
	Facilidad de pago en los establecimientos comerciales	76	75.2%
	Para recibir pagos de otras personas y/o negocios	53	52.5%

Frecuencia de uso de las Apps de banca móvil	Para realizar pagos de tasas, multas y servicios de entidades públicas	12	11.9%
	Para realizar compras online	46	45.5%
	Menos de 5 veces a la semana	36	35.6%
	Entre 5 a 10 veces a la semana	40	39.6%
	Más de 10 veces a la semana	25	24.8%
Tiempo/periodo del uso de las Apps de banca móvil	Menos de un mes	4	4.0%
	Entre 1 y 6 meses	10	9.9%
	Entre 7 y 12 meses	40	39.6%
	Más de 2 años	47	46.7%
Monto promedio de las operaciones financieras realizadas a través de las Apps de banca móvil	De 0 a 50 soles a la semana	33	32.7%
	De 51 a 100 soles a la semana	39	38.6%
	De 101 a 300 soles a la semana	16	15.8%
	De 301 a 500 soles a la semana	7	6.9%
	Más de 500 soles a la semana	6	5.9%

Nota. Solo se consideró a los estudiantes que actualmente usan las Apps de la banca móvil (101 estudiantes, 77.7%).

Las principales razones para utilizar las Apps de banca móvil son la facilidad de pago en establecimientos comerciales (75,2%), seguida por la posibilidad de recibir pagos de otras personas y/o negocios (52,5%) y la realización de compras online (45,5%). Disminuir el uso de efectivo también es una razón relevante (42,6%), mientras que el pago de tasas, multas y servicios públicos es la menos mencionada (11,9%).

En cuanto a la frecuencia de uso semanal, la mayoría de los usuarios emplea las Apps entre 5 y 10 veces a la semana (39,6%), aunque una proporción significativa las utiliza menos de 5 veces (35,6%). El grupo que las usa más de 10 veces semanalmente es el menos numeroso (24,8%).

Respecto al tiempo de uso, predominan los usuarios con experiencia, ya que la mayoría lleva utilizando las apps más de dos años (46,7%) o entre siete y doce meses (39,6%). El uso reciente, es decir, menos de seis meses, es minoritario entre los encuestados (13,9%). Finalmente, el monto promedio de las operaciones financieras realizadas a través de las Apps de banca móvil se concentra principalmente en el rango de 51 a 100 soles semanales (38,6%), seguido por el rango de 0 a 50 soles (32,7%). Los montos superiores a 300 soles a la semana son poco habituales (12,8% en total).

Tabla 2. *Afirmaciones y/o actividades que realizan a través de las Apps de la banca móvil*

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Es fácil de acceder para revisar saldos y realizar operaciones.	4.0%	2.0%	4.0%	48.5%	41.6%
Es fácil de registrarse y acceder a la información de los productos.	1.0%	4.0%	11.9%	61.4%	21.8%
Las aplicaciones de la banca móvil tienen una apariencia moderna, atractiva y fácil de navegar.	4.0%	2.0%	5.9%	68.3%	19.8%

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Las operaciones financieras a través de la banca móvil son rápidas.	1.0%	4.0%	11.9%	55.4%	27.7%
Las aplicaciones de la banca móvil brindan sus servicios las 24 horas al día.	2.0%	5.9%	15.8%	55.4%	20.8%
El servicio de los aplicativos de banca móvil es eficaz y barato a comparación de otros canales de atención.	3.0%	2.0%	13.9%	63.4%	17.8%
Las aplicaciones de la banca móvil son seguro y protegidos frente a robos y/o fraudes.	2.0%	11.9%	29.7%	46.5%	9.9%
Las aplicaciones de la banca móvil cuentan con una seguridad como PIN, huella dactilar o reconocimiento fácil.	5.0%	1.0%	8.9%	49.5%	35.6%
Las aplicaciones de la banca móvil cuentan con un soporte técnico de fácil acceso.	3.0%	5.0%	27.7%	52.5%	11.9%
Las entidades bancarias protegen adecuadamente la información personal en la banca móvil.	2.0%	7.9%	30.7%	46.5%	12.9%
Las aplicaciones de la banca móvil son idóneas para gestionar las finanzas personales.	2.0%	2.0%	7.9%	68.3%	19.8%
Las aplicaciones de la banca móvil ayudan a simplificar las operaciones financieras.	1.0%	4.0%	8.9%	60.4%	25.7%
La aplicación de la banca móvil permite configurar alertas y notificaciones para mantenerme informado/a sobre las cuentas.	1.0%	2.0%	11.9%	65.3%	19.8%
La banca móvil cumple con las expectativas del usuario e incentiva su uso en el futuro.	1.0%	2.0%	12.9%	62.4%	21.8%

Nota. Solo se consideró a los estudiantes que actualmente usan las Apps de la banca móvil (101 estudiantes, 77.7%).

La mayoría de los estudiantes universitarios encuestados consideran que la banca móvil es fácil de usar y acceder, con un 48,5% de acuerdo y un 41,6% totalmente de acuerdo en la facilidad para consultar saldos y realizar operaciones. Aspectos como la apariencia moderna y la comodidad alcanzan también altos niveles de aprobación (68,3% de acuerdo y 19,8% totalmente de acuerdo en ambos casos). La seguridad mediante PIN, huella o reconocimiento facial es valorada positivamente por el 49,5% de los usuarios y un 35,6% totalmente de acuerdo. Aunque existen algunas dudas sobre la protección frente a robos y fraudes (46,5% de acuerdo y solo 9,9% totalmente de acuerdo), la tendencia general es favorable: más del 60% de los usuarios está dispuesto a seguir utilizando la banca móvil en el futuro.

A continuación, se caracteriza las posturas por las cuales algunos de los estudiantes aun no son protagonistas en el uso de las Apps que ofrece el ecosistema digital referente a las operaciones financieras.

Tabla 3. Razones por las cuales no usan la banca móvil

Afirmaciones	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Carece de un dispositivo inteligente (Smartphone) para acceder a la banca móvil.	6.9%	27.6%	27.6%	34.5%	3.4%
No cuenta con acceso a internet para usar las aplicaciones de la banca móvil.	3.4%	37.9%	31.0%	20.7%	6.9%
Prefiere el dinero en efectivo para realizar las transacciones financieras.	3.4%	13.8%	37.9%	37.9%	6.9%
La banca móvil no facilita la gestión de las finanzas personales.	3.4%	20.7%	55.2%	17.2%	3.4%
Considera que la banca móvil es difícil de usar.	0.0%	27.6%	37.9%	31.0%	3.4%
La banca móvil no es útil para realizar las transacciones financieras.	0.0%	27.6%	58.6%	10.3%	3.4%
Desconoce sobre el funcionamiento de la banca móvil.	0.0%	31.0%	17.2%	44.8%	6.9%
Los productos y servicios financieros no son accesibles para todos.	0.0%	17.2%	65.5%	13.8%	3.4%
Las aplicaciones de la banca móvil experimentan inconvenientes relacionados con la seguridad.	0.0%	10.3%	48.3%	37.9%	3.4%
Las aplicaciones de la banca móvil son propensas a robos y/o fraudes.	0.0%	17.2%	48.3%	27.6%	6.9%
Las entidades bancarias no protegen adecuadamente la información personal en la banca móvil.	0.0%	20.7%	41.4%	31.0%	6.9%
Los servicios bancarios presenciales son más seguros y se adecuan a mis necesidades.	0.0%	3.4%	44.8%	44.8%	6.9%

Nota. Solo se consideró a los estudiantes que actualmente no usan las Apps de la banca móvil (29 estudiantes, 22.3%).

Una parte importante de los estudiantes encuestados enfrenta barreras tecnológicas para usar la banca móvil, como la falta de dispositivos inteligentes (34,5% de acuerdo) y acceso a internet (37,9% en desacuerdo con tener acceso). Existe una preferencia significativa por el uso de dinero en efectivo en las transacciones financieras (37,9% de acuerdo). Muchos participantes consideran que la banca móvil no

facilita la gestión de las finanzas personales ni es útil para sus transacciones (más del 50% se muestra neutral o en desacuerdo).

En esa misma orden de ideas, la seguridad y el desconocimiento sobre el funcionamiento de las aplicaciones de banca móvil también generan dudas y resistencia, con un 44,8% que no las usa por no saber cómo funcionan y un 48,3% que se muestra neutral respecto a los problemas de seguridad. Finalmente, los servicios bancarios presenciales siguen siendo percibidos como más seguros y adecuados por una parte relevante de los estudiantes universitarios encuestados (44,8% de acuerdo).

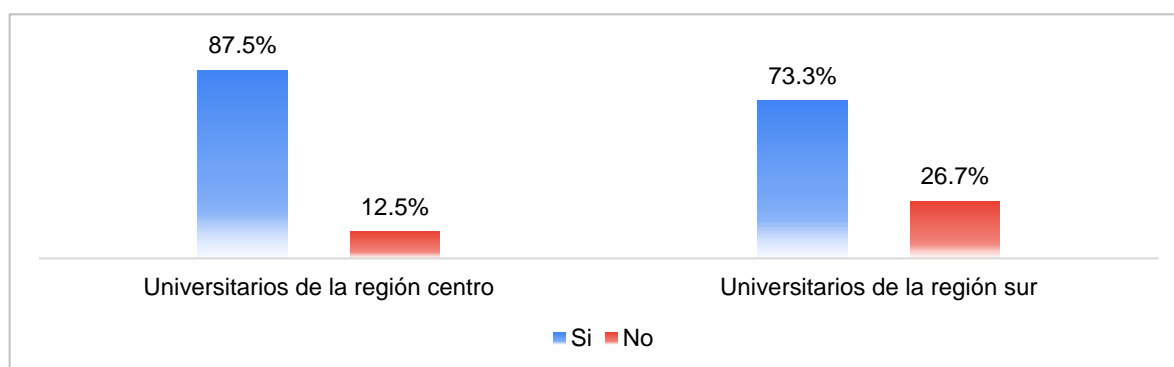


Figura 1. Comparación del uso de la banca móvil en estudiantes universitarios entre región centro y sur del Perú

En la región sur, el 73,3 % de los estudiantes utilizan banca móvil, mientras que el 26,7 % no la utilizan. La media para esta región es de 1,27 y la desviación estándar es 0,445, lo que indica una dispersión moderada en los patrones de uso. En la región centro, el 87,5 % de los estudiantes utilizan banca móvil y el 12,5 % no la utilizan. La media en esta región es de 1,13 y la desviación estándar es 0,335, lo que refleja una mayor homogeneidad en el comportamiento de los estudiantes respecto al uso de la banca móvil.

Estos resultados muestran que el uso de la banca móvil es considerablemente mayor en la región centro (87,5%) en comparación con la región sur (73,3%). Además, la menor desviación estándar en la región centro indica que la mayoría de los estudiantes de esta región tienden a comportarse de manera similar respecto al uso de la banca móvil, mientras que en la región sur existe una mayor variabilidad. El porcentaje de estudiantes que no utilizan las Apps de la banca móvil es considerablemente menor en la región centro (12,5 %) frente a la región sur (26,7 %), lo que refuerza la diferencia en la adopción de este servicio entre ambas regiones.

Discusión

Los resultados del presente estudio permiten comprender con mayor profundidad el uso de la banca móvil entre estudiantes universitarios, puesto que revela los patrones de adopción, motivaciones, frecuencia de uso y percepciones de seguridad que reflejan tanto avances como desafíos en el proceso de inclusión financiera digital.

En primer lugar, los resultados muestran que el 77.7% de los estudiantes encuestados utiliza actualmente aplicaciones de banca móvil, lo que se alinea con la tendencia nacional reportada por el (INEI, 2025), donde el 35.7% de personas con educación universitaria realiza operaciones financieras digitales. Esta cifra, aunque inferior a la de países como Brasil (80%) o Chile (66%) (Sarmiento, 2025), evidencia un crecimiento sostenido en el contexto peruano, donde el acceso a servicios financieros digitales por internet móvil pasó del 13.8% en 2022 al 43.6% en 2024 (Chira, 2025). La diferencia entre regiones en cuestión, con una mayor adopción en la región centro (87.5%) frente a la región sur (73.3%), da entender que los factores como la infraestructura tecnológica, la oferta bancaria local y la cultura digital cumplen un papel fundamental en la apropiación de estas herramientas.

Respecto a las razones de uso, la facilidad de pago en establecimientos comerciales (75.2%) y la recepción de pagos de terceros (52.5%) destacan como motivaciones principales. Estos resultados coinciden con lo señalado por Yamakawa et al. (2013), quienes identifican la utilidad y adecuación al estilo de vida como factores clave en la adopción de la banca móvil. Asimismo, la preferencia por aplicaciones como Yape (95%) y BCP Móvil (67.3%) refleja una inclinación hacia plataformas interoperables, de bajo costo y alta penetración social, lo que confirma la importancia de la experiencia de usuario y la accesibilidad en la elección de herramientas financieras digitales.

En cuanto a los hábitos de adopción, se observa que el 46.7% de los estudiantes ha utilizado estas aplicaciones por más de dos años, y el 39.6% entre siete y doce meses, lo que indica una consolidación progresiva del uso de la banca móvil en la vida cotidiana. La frecuencia semanal de uso también es significativa; el 39.6% utiliza estas Apps entre 5 y 10 veces por semana, y un 24.8% supera las 10 veces, lo que evidencia una integración funcional de estas herramientas en la gestión financiera diaria. Estos patrones de uso están en consonancia con la literatura que vincula la digitalización bancaria con la transformación de los hábitos financieros juveniles (Carbó et al., 2021; Godoy, 2020).

La percepción de seguridad, por su parte, presenta matices importantes. Si bien la mayoría de los estudiantes considera que las aplicaciones son fáciles de usar (90.1%) y valoran positivamente su diseño y disponibilidad 24/7, persisten dudas sobre la protección frente a fraudes y robos digitales. Solo el 9.9% se muestra totalmente de acuerdo en sentirse protegido, y un 29.7% mantiene una postura neutral. Esta ambivalencia coincide con lo señalado por Avendaño (2018), quien advierte que el crecimiento de la banca digital ha venido acompañado de un aumento en las reclamaciones por parte de los usuarios, lo que exige mayores esfuerzos en ciberseguridad y educación financiera.

Finalmente, entre los estudiantes que no utilizan banca móvil (22.3%), las principales barreras identificadas son la falta de dispositivos inteligentes (34.5%), el desconocimiento sobre el funcionamiento de las aplicaciones (44.8%) y la preferencia por el uso de efectivo (37.9%). Estas limitaciones reflejan la persistencia de brechas estructurales y personales que afectan la inclusión financiera, tal como lo plantea (Cardona, 2020). Además, la percepción de que los servicios presenciales son más seguros (44.8%)

evidencia una resistencia cultural que debe ser abordada mediante estrategias de alfabetización digital (García, 2017) y fortalecimiento de la confianza institucional.

En efecto, los resultados confirman que, si bien la banca móvil ha ganado espacio entre los estudiantes universitarios de estas dos regiones, su adopción plena requiere superar barreras tecnológicas, cognitivas y culturales. La consolidación de hábitos financieros digitales sostenibles depende no solo de la disponibilidad tecnológica, sino también del desarrollo de competencias digitales, la percepción de seguridad y la adecuación de los servicios financieros a las necesidades de este segmento estratégico.

CONCLUSIONES

El presente estudio permitió describir de manera integral el uso de la banca móvil entre estudiantes universitarios peruanos, evidenciando patrones de adopción, motivaciones, frecuencia de uso y percepciones de seguridad en el ecosistema digital. El uso de la banca móvil entre estudiantes universitarios es notable, ya que el 77,7% la emplea activamente en su vida cotidiana, siendo Yape y BCP Móvil las más empleadas, lo que confirma una preferencia por plataformas ágiles, interoperables y de alta penetración social. Entre las principales motivaciones para su adopción destacan la facilidad de pago en comercios (75,2%), la recepción de transferencias (52,5%) y las compras en línea (45,5%). Los hábitos de uso reflejan una frecuencia semanal considerable (85%) y, en la mayoría de los casos, una antigüedad superior a un año, lo que evidencia una integración funcional y consolidada en sus prácticas financieras.

Sin embargo, persisten barreras estructurales y cognitivas entre el 22,3% de estudiantes que no las utilizan, como la falta de dispositivos inteligentes, el desconocimiento funcional y la percepción de inseguridad frente a fraudes digitales. Estas limitaciones revelan que la inclusión financiera digital no depende únicamente de la disponibilidad tecnológica, sino también de factores educativos, culturales y de confianza institucional.

Además, se puso en relieve una diferencia regional relevante; el 87,5% de los estudiantes de la región centro usa banca móvil, frente al 73,3% en la región sur, lo que sugiere que la infraestructura y cultura digital toman importancia en la adopción. Estos indicadores aportan evidencia útil para fortalecer la inclusión financiera digital en el ámbito universitario.

En consecuencia, resulta pertinente fortalecer la alfabetización digital y financiera en el ámbito universitario mediante educación financiera que promuevan el uso seguro y estratégico de la banca móvil. Asimismo, considerar las barreras de la infraestructura tecnológica en regiones con menor adopción, como el sur del país, y fomentar alianzas entre universidades y entidades financieras para diseñar soluciones adaptadas al segmento universitario. Estas acciones, por lo menos, permitirían reducir las barreras de acceso, aumentar la confianza en las plataformas digitales y consolidar hábitos financieros sostenibles entre los jóvenes.

Para futuras investigaciones, se sugiere explorar comparaciones entre universidades públicas y privadas, así como entre regiones urbanas y rurales, a fin de identificar brechas estructurales y culturales en la adopción de banca móvil. También resulta pertinente analizar longitudinalmente para conocer la evolución de los hábitos financieros digitales y considerar otros factores o variables que influyen en el uso de la banca móvil. Así mismo, sería oportuno indagar sobre el nivel de implementación de canales de atención a través de estas plataformas en las universidades.

REFERENCIAS

- Ato, M., López-García, J. J., y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3). <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Avendaño Carbellido, O. (2018). Los retos de la banca digital en México. *Revista IUS*, 12(41), 87-108. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472018000100087&lng=es&tlng=es
- Banco Central de Reserva del Perú [BCRP]. (2025). Reporte de estabilidad financiera. <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Reporte-Estabilidad-Financiera/2025/mayo/ref-mayo-2025.pdf>
- Carbó Valverde, S., Cuadros Solas, P., y Rodríguez Fernández, F. (2021). Los pagos tras un año de pandemia. *Cuadernos de información económica*, 282, 37-43. https://www.funcas.es/wp-content/uploads/2021/05/CIE-282_Carbo.indd_.pdf
- Cardona, D. (2020). Revisión bibliográfica sobre inclusión financiera como estrategia de recuperación y de crecimiento fintech. *Semestre Económico*, 23(55), 183-203. <https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a8>
- Chira, O. (2025, octubre 16). OSIPTEL: uso de internet para banca móvil se TRIPLICA en Perú. *el Popular*. <https://elpopular.pe/actualidad/2025/10/16/osiptel-uso-de-internet-para-banca-movil-se-triplica-en-peru-444944>
- Cortés, R. O. (2016). La Cuarta Revolución Industrial, un relato desde el materialismo cultural. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 6(2), 101-111. <https://urbs.xoc.uam.mx/index.php/urbs/article/view/193>
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuesta, D., y Urbiola, P. (2015). La transformación digital de la banca. https://www.bbvaresearch.com/wpcontent/uploads/2015/07/Observatorio_Banca_Digital2.pdf
- García Ávila, S. (2017). Alfabetización Digital. *Razón y Palabra*, 21(98), 66-81. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199553113006>
- García Flores, D. A., y Martínez Muñoz, D. C. (2021). El uso de aplicativos móviles bancarios y su relación con la inclusión financiera de la población del NSE C y D en Lima Metropolitana, año 2020 [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <http://hdl.handle.net/10757/665618>
- Godoy Troya, J. R. (2020). BANCARIZACIÓN, DIGITALIZACIÓN Y BANCA MÓVIL. EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE NEGOCIOS BANCARIOS, EN LA ECONOMÍA DIGITAL DE PANAMÁ. *Revista FAECO sapiens*, 3(2), 13-37. <https://doi.org/10.48204/j.faeco.v3n2a2>
- Grübler, A. (2003). *Technology and global change [Tecnología y cambio global]*. Cambridge university press.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2025). Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares: II Trimestre 2025. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/informetecnico_tics_iit25.pdf

- Juli Quispe, E. N. (2024). La banca móvil y su relación con la inclusión financiera de los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano Puno, periodo 2022 [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Altiplano Puno]. <https://repositorio.unap.edu.pe/handle/20.500.14082/21415>
- Larrán Jorge, M., y Muriel de los Reyes, M. J. (2007). LA BANCA POR INTERNET COMO INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN EL SECTOR BANCARIO. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13(2), 145-153. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120280008>
- Mancebón Torrubia, M. J., Ximénez-de-Embún, D. P., y Villar-Aldonza, A. (2020). Habilidades financieras y hábitos financieros saludables: un análisis a partir de la Encuesta de Competencias Financieras. *Cuadernos de Información Económica*, 275, 55-69.
- Martínez, R., Palma, A., y Velásquez, A. (2020). Revolución tecnológica e inclusión social: reflexiones sobre desafíos y oportunidades para la política social en América Latina. Naciones Unidas CEPAL.
- Oruna Rodríguez, A. M., Oruna Rodríguez, M. Á., Aranguren Reyes, P. E., y Sánchez Ortega, J. A. (2023). Calidad de servicio de la banca móvil y lealtad del consumidor. *Revista Venezolana de Gerencia*, 28(102), 855-871. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.25>
- Palella Stracuzzi, S., y Martins Pesteta, F. (2012). Metodología de la investigación cuantitativa. FEDUPEL.
- Pérez-Moneo, B., Esparza Olcina, M. J., Flores Villar, S., Blanco Rodríguez, C., Martínez Rubio, M. V., y Molina Arias, M. (2025). Metodología para la investigación y publicación científica en pediatría. Principales diseños metodológicos. *Anales de Pediatría*, 103(3), 503933. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2025.503933>
- Ponce, J. (2019). Perspectivas del Comercio Electrónico al Servicio del Consumidor en la Administración Moderna. *Business Innova Sciences*, 1(1), 31-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.58720/bis.v1i1.1>
- Sarmiento, A. (2025, noviembre 5). 61% de los latinoamericanos accede a su banca móvil diaria o casi diariamente. *Mobile Time Latinoamérica*. <https://mobiletime.la/noticias/05/11/2025/banca-movil-latinoamericanos/>
- Yamakawa, P., Guerrero, C., y Rees, G. (2013). Factores que influyen en la utilización de los servicios de banca móvil en el Perú. *Revista Universidad Y Empresa*, 15(25), 131-149. <https://revistas.urosario.edu.co/index.php/empresa/article/view/2877>