

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-06	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 2

Neiva, 7 de diciembre del 2022

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Silvia Fernanda Caicedo Losada, con C.C. No. 1.004.063.625,

Lizeth Adriana Gutierrez Barreiro, con C.C. No. 1.075.210.084,

Elian Estiven Paladinez Valenzuela, con C.C. No. 1.004.269.609,

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado “Uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos en las tiendas de barrio y/o minimercados de la ciudad de Neiva” presentado y aprobado en el año 2022 como requisito para optar al título de Especialista en Revisoría Fiscal y Auditoría.

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA
GESTIÓN DE BIBLIOTECAS



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

2 de 2

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

SILVIA FERNANDA CAICEDO LOSADA

Firma: _____

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

LIZETH ADRIANA GUTIERREZ BARREIRO

Firma: _____

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

ELIAN ESTIVEN PALADINEZ VALENZUELA

Firma: _____

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: _____

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS				   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO					
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA 1 de 3

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: USO DE CANALES DE PAGO Y/O SERVICIOS FINANCIEROS MODERNOS EN LAS TIENDAS DE BARRIO Y/O MINIMERCADOS DE LA CIUDAD DE NEIVA

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
CAICEDO LOSADA	SILVIA FERNANDA
GUTIERREZ BARREIRO	LIZETH ADRIANA
PALADINEZ VALENZUELA	ELIAN ESTIVEN

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
GUTIERREZ PEÑA	ALMA YISETH

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: ESPECIALISTA EN REVISORÍA FISCAL Y AUDITORÍA

FACULTAD: ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN

PROGRAMA O POSGRADO: ESPECIALIZACIÓN EN REVISORÍA FISCAL Y AUDITORIA

CIUDAD: NEIVA

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2022

NÚMERO DE PÁGINAS: 60

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una **X**):

Diagramas___ Fotografías___ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general X Grabados___
 Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas
 o Cuadros X

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					 ISO 9001ISO 14001ISO 45001ISI NET	
DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO							
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	2 de 3

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

MATERIAL ANEXO:

PREMIO O DISTINCIÓN *(En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):*

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. <u>Canales de pago</u>	<u>Payment channels</u>	6. _____	_____
2. <u>Servicios financieros</u>	<u>Financial services</u>	7. _____	_____
3. <u>Tiendas de barrio</u>	<u>Neighborhood store</u>	8. _____	_____
4. <u>Minimercados</u>	<u>Minimarkets</u>	9. _____	_____
5. _____	_____	10. _____	_____

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

En la presente investigación se evidencia que en la actualidad los minimercados y/o tiendas de barrio enfrentan distintos problemas y uno de esos es la modernización, y dentro de la modernización se encuentra el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos, por lo que se buscó identificar los aspectos que inciden en la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos en los minimercados y/o tiendas de barrio en una ciudad intermedia como lo es Neiva del departamento del Huila-Colombia. Mediante el desarrollo de una investigación cuantitativa, en la que se aplicó un cuestionario para la obtención y análisis de datos numéricos, el cual fue realizado a los dueños propietarios de estos establecimientos comerciales repartidos en las distintas comunas de la ciudad; en el que se logró obtener los canales de pago y servicios financieros que existen en el mercado económico de Neiva, junto con el nivel de uso que estos presentan por parte de los dueños de estos establecimientos. En manera general se concluyó que los aspectos que se identifican como más relevantes para los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, para tomar la decisión de implementar el uso de estas herramientas modernas es la facilidad de manejo junto con la disponibilidad y el aspecto que presenta muy poca importancia es la conectividad.

	UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA GESTIÓN DE BIBLIOTECAS					   	
	DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO						
CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	3 de 3

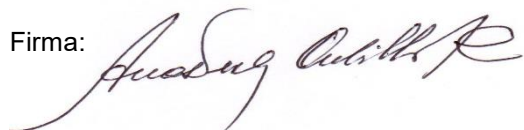
ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

In the present investigation it is evident that at present the mini-markets and/or neighborhood stores face different problems and one of those is modernization, and within the modernization is the use of payment channels and/or modern financial services, so it was sought to identify the aspects that affect the decision to implement the use of payment channels and/or modern financial services in the mini-markets and/or neighborhood stores in an intermediate city such as Neiva in the department of Huila-Colombia. Through the development of a quantitative research, in which a questionnaire was applied to obtain and analyze numerical data, which was carried out to the owners of these commercial establishments distributed in the different communes of the city; in which it was possible to obtain the payment channels and financial services that exist in the economic market of Neiva, together with the level of use that these present on the part of the owners of these establishments. In general, it was concluded that the aspects identified as most relevant for the owners of mini-markets and/or neighborhood stores in the city of Neiva, to make the decision to implement the use of these modern tools is the ease of use together with the availability and the aspect that presents very little importance is connectivity.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: ANA DERLY CUBILLOS IBATA

Firma:



Nombre Jurado:

Firma:

Nombre Jurado:

Firma:

**Uso De Canales De Pago Y/O Servicios Financieros Modernos En Las Tiendas De
Barrio Y/O Minimercados De La Ciudad De Neiva**



UNIVERSIDAD
SURCOLOMBIANA

Silvia Fernanda Caicedo Losada, Lizeth Adriana Gutiérrez Barreiro y

Elían Estiven Paladinez Valenzuela

Facultad de Economía y Administración, Universidad Surcolombiana

Especialización en Revisoría Fiscal y Auditoría

2022

Resumen

En la presente investigación se muestran aquellos aspectos que tienen en cuenta los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, al momento de hacer uso de los canales de pago y/o servicios financieros modernos. Teniendo en cuenta que las tiendas de barrio y minimercados cumplen un papel importante dentro de la economía, y existe un número muy significativo de tiendas de barrio en la ciudad de Neiva, las cuales favorecen a la canasta familiar, porque compiten con precios muy bajos en comparación a los almacenes de cadena, por lo que se convierten en establecimientos con mayor uso por las personas; además que es de fácil acceso, ya que estas se encuentran dispersas por todo el territorio nacional.

Aunque estas tiendas de barrio y/o minimercados enfrentan retos muy significativos en cuanto a la modernización, ya que mediante la globalización y digitalización se ve en auge el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos, donde estos están diseñados para facilitar el proceso de comerciar.

Por esta razón esta investigación pretendió determinar los aspectos más importantes por la que los propietarios de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva decidieron hacer uso o no de los canales de pago y/o servicios financieros modernos. Teniendo como referencia algunos estudios realizados en distintos países, como Uganda, India, Ghana y Reino Unido; y en la que se expuso una caracterización según los canales de pago y servicios financieros modernos que existen en la ciudad; y también se determinó el nivel de uso de estos. Obteniendo así información que es de gran valor para los propietarios de minimercados y/o tiendas de barrio, las entidades bancarias y el público en general.

Agradecimientos

Agradecer a todas las personas que hicieron parte de este proceso de investigación, en especial a las ayudas brindadas por la coordinación de la Especialización en revisoría fiscal y auditoría externa de la Universidad Surcolombiana. A la Mgtr. Alma Yiseth Gutiérrez quien nos brindó las asesorías y apoyo durante el desarrollo de este proyecto, a nuestros compañeros de especialización y a nuestros familiares por estar siempre de base para poder salir adelante y ser unos mejores profesionales en nuestra área.

Tabla de Contenido

1.	Planteamiento del Problema	10
1.1.	Preguntas de Investigación	12
2.	Justificación	12
3.	Antecedentes	13
4.	Objetivos	15
4.1.	Objetivo General.....	15
4.2.	Objetivos Específicos	15
5.	Marco Referencial	16
5.1.	Marco Conceptual.....	16
5.1.1.	Minimercados.....	16
5.1.2.	Tiendas de barrio.....	16
5.1.3.	Canales de pago modernos.....	17
5.1.4.	Servicios financieros modernos	21
5.2.	Modelos Desarrollados	22
6.	Diseño De La Investigación	25
6.1.	Tipo De Investigación	25
6.2.	Método de la investigación.....	26
6.3.	Población	26
6.4.	Muestreo	27
6.5.	Instrumentos de recolección de información.....	27
7.	Resultados	27
7.1.	Caracterización de los canales de pago modernos.....	28
7.1.1.	Canales de pagos tradicionales.....	29
7.1.2.	Canales de pago en línea	29
7.1.3.	Tecnologías avanzadas en pago	30
7.2.	Caracterización de los servicios financieros modernos	33
7.2.1.	Más conocidos.....	34
7.2.2.	Menos conocidos.....	35
7.2.3.	No conocidos.....	36
7.3.	Nivel de uso de los canales de pago modernos	38

7.4.	Nivel de uso de los servicios financieros modernos.....	40
7.5.	Aspectos que inciden en la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos.....	42
7.5.1.	Disponibilidad	42
7.5.2.	Facilidad de acceso.....	44
7.5.3.	Facilidad de manejo	45
7.5.4.	Costo de implementación	46
7.5.5.	Conocimiento	47
7.5.6.	Conectividad.....	48
7.5.7.	Gastos por impuestos	49
8.	Conclusiones	52
9.	Referencias bibliográficas	55

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Caracterización de canales de pago modernos existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	28
--	----

Tabla 2 <i>Caracterización de los servicios financieros modernos existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	33
--	----

Índice de figuras

Figura 1 <i>Canales de pago tradicionales existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.....</i>	29
Figura 2 <i>Canales de pago en línea existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	30
Figura 3 <i>Tecnologías avanzadas en pago existentes en Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	31
Figura 4 <i>Nivel de conocimiento por comunas según los tipos de caracterización de los canales de pago modernos en la ciudad de Neiva, por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	32
Figura 5 <i>Servicios financieros modernos existentes más conocidos en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	34
Figura 6 <i>Servicios financieros modernos existentes menos conocidos en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.....</i>	35
Figura 7 <i>Servicios financieros modernos existentes no conocidos en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	36
Figura 8 <i>Nivel de conocimiento por comunas según los tipos de caracterización de los servicios financieros modernos en la ciudad de Neiva, por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.</i>	37
Figura 9 <i>Nivel de uso de los canales de pago modernos por parte los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.....</i>	38
Figura 10 <i>Nivel individual de los canales de pago modernos usados por los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.....</i>	39

Figura 11 Nivel de uso de los servicios financieros modernos por parte los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva..... 41

Figura 12 Nivel individual de los servicios financieros modernos usados por los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. 41

Figura 13 Nivel de importancia de disponibilidad para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. 43

Figura 14 Nivel de importancia de facilidad de acceso para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva..... 44

Figura 15 Nivel de importancia de facilidad de manejo para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva..... 45

Figura 16 Nivel de importancia de costo de implementación para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva..... 46

Figura 17 Nivel de importancia del conocimiento para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. 47

Figura 18 Nivel de importancia de la conectividad para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. 49

Figura 19 *Nivel de importancia de los gastos por impuestos para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.....* 50

Figura 20 *Principales aspectos para la decisión de implementar los canales de pago y/o servicios financieros modernos por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.....* 51

1. Planteamiento del Problema

En la actualidad, el sector de las pequeñas empresas como las tiendas de barrio y minimercados juegan un papel muy importante para la economía del país, ya que según Fenalco (2021) las tiendas de barrio son el más importante canal de distribución de los productos de consumo masivo, capturando más del 48% de todo el mercado de la canasta familiar en las grandes ciudades y en pequeñas poblaciones su participación asciende al 62%; también resalta que hoy en día son un mercado más dinámico, con mayor variedad de productos, excelente calidad y precios competitivos, con lo que se han ganado su permanencia en el comercio y el reconocimiento como líderes en la sociedad, pero también advierte que el futuro de las tiendas de barrio depende de su modernización, porque de lo contrario corren el grave riesgo de marchitarse o no salir de una condición de pobreza.

Las tiendas de barrio y/o minimercados que desarrollan actividades en el municipio de Neiva, en una percepción de los investigadores; se evidencia que por parte de los dueños de estos establecimientos hacen poco uso de los servicios y/o canales de pago modernos que ofrece el sector financiero, prevalece más el efectivo de contado o dinero en físico al recibir pagos por parte de sus clientes, conllevando a no generar más diversidades de pago para el beneficio propio y de sus clientes. En algunos casos, los propietarios de las tiendas de barrio y/o minimercados prefieren fiar, Daniel Mora (2019) expone que “Nueve (9) de cada diez (10) tiendas fían, es una realidad de las tiendas (por lo menos las de Tunja) pero estas fianzas no se le conceden a todos los clientes de tienda”(p. 24); por lo que conlleva a no vender sus productos por no ampliar sus métodos de pago; además como lo menciona GrupoBIT “una de las preocupaciones que más aquejan a los tenderos hoy en día es la seguridad.” por lo que se vuelven un blanco fácil de la delincuencia común y todo esto puede conllevar a que sus negocios presenten un riesgo alto de

cerrar o no generar la rentabilidad esperada; por lo tanto, el hecho de la modernización en materia de servicios financieros y canales de pagos, es esencial para estas tiendas de barrio y/o minimercados.

Según Fenaltiendas (como se citó en Espinoza, 2022), en relación con el panorama de adopción y uso de medios de pago electrónicos en las tiendas de barrio, revela que: “la participación de estos continúa siendo incipiente, el efectivo continúa siendo por mucho el medio más utilizado en las transacciones del canal con una participación cercana al 91%”(p. 43). Por lo que da a entender que el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos en los minimercados y/o tiendas de barrio es muy bajo, por diversos motivos que son inciertos; en contraste con este tema se puede observar la inclusión financiera que existe en actualmente en Colombia, Gutiérrez y Sánchez (2018) define la inclusión financiera como: “el proceso que permite a todas las personas, de acuerdo con sus condiciones particulares, acceder y usar con calidad de servicios financieros, es decir, usarlos utilizando información que genere mayor grado de certidumbre a sus decisiones.” (p. 17). Y según estudio realizado por la Banca de las Oportunidades (2021), el indicador de acceso a nivel nacional, definido como el porcentaje de adultos que tenía por lo menos un producto financiero, al cierre del 2021 fue de 90,5%, dando a entender que es un nivel alto. Y por departamentos se encontró que Bogotá, Antioquia, Huila y Valle alcanzaron los registros más altos en el indicador de acceso en 2021, con registros que fueron superiores al 96,0%, por lo que esto indica que en el departamento del Huila tiene un buen nivel de inclusión financiera. Por lo que al observar estas cifras entran en contradicción con lo que presenta Espinoza (2022), por lo que esto es uno de los motivos por el cual se desarrolla esta investigación.

1.1. Preguntas de Investigación

Para abordar este problema de investigación se plantea la siguiente pregunta:

¿Qué aspectos inciden en que los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva decidan implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos?

Las subpreguntas que se asocian al problema principal, y que se consideran como sistematización del problema son:

¿Qué canales de pago y/o servicios financieros modernos existen en el mercado económico de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio?

¿Se hace uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos que existen en el mercado económico de Neiva por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio?

¿Cuál es el motivo por el cual deciden hacer uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos existentes en el mercado económico de Neiva los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio?

2. Justificación

El desarrollo de este proyecto de investigación se justifica en la necesidad de que los propietarios de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva y población en general, identifiquen los aspectos que son de mayor relevancia al momento de implementar y hacer uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos en sus establecimientos.

Este proyecto de investigación tendrá como finalidad servir como medio de información a la comunidad en general, principalmente a los comerciantes que tienen como objeto generador de ingresos las ventas en los minimercados y/o tiendas de barrio; siendo para ellos, una

información de gran importancia, ya que podrán usar esta misma para el beneficio propio y generar un valor agregado a su negocio, ampliando su portafolio de canales de pago y servicios financieros para ofrecer a sus clientes.

Este tema de investigación toma un valor importante para los propietarios de los minimercados y/o tiendas de barrio y también para las diferentes entidades financieras, debido a que este tema está enfocado al uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos, los cuales son ofertados por las entidades financieras y demandadas por los comerciantes de las tiendas de barrio y/o minimercados.

La factibilidad de esta investigación es muy alta porque es un tema actual, que viene siendo de gran importancia y se está poniendo en vigencia con mayor rigor para el tema tributario en Colombia; además de contar con los medios necesarios para realizar este proyecto y dar cumplimiento a cada uno de los objetivos propuestos. Además, contamos con asesorías de personal experimentado en temas de investigación; y también con el tiempo suficiente para realizar las consultas, trabajos y procedimientos que se requieran en la investigación.

Por último, este proyecto es viable porque se cuenta con los recursos económicos que se requieren para cubrir todos aquellos gastos para lograr que se culmine satisfactoriamente el proyecto de investigación.

3. Antecedentes

A finales del 2019 cuando se generó el COVID-19 y tomó fuerza a nivel mundial en el 2020, la mayor recomendación por las entidades de salud era evitar al máximo el contacto directo con las personas a través de objetos, entre ellos el dinero, es allí donde se impulsó el uso de canales de pago y servicios financieros modernos a nivel general para la compra y venta de

insumos y productos, según Portafolio (2020) allí incrementó y prevaleció la venta de alimentos de la canasta familiar, y los establecimientos donde hubo mayor incremento en ventas fue en las tiendas de barrio y/o minimercados según un informe realizado por Servipunto (2020) donde se evidenció el incremento significativo y la necesidad de implementar del uso de todas las tecnologías, en especial los canales de pago y servicios financieros modernos.

En el 2020 cuando se agudizó la enfermedad y fué declarada pandemia, el Gobierno nacional y entidades internacionales como la OMS (Organización Mundial de la Salud), tomaron medidas para prevenir el contagio obligatorias como lo fué el confinamiento, es allí donde los dueños de las tiendas de barrio y/o minimercados se vieron obligados a reinventarse buscando estrategias y formas de poder seguir operando sus negocios, “los tenderos han permanecido con el servicio a domicilio y adicionado servicios financieros como aliados bancarios y la integración permanente de familias adaptados a las medidas higiénico-sanitarias para su funcionamiento (Contreras, 2021).

Las pequeñas y medianas empresas que buscan sobrevivir en medio de una economía golpeada por la crisis sanitaria a nivel nacional e internacional, también decidieron subirse al bus de la transformación digital; este tema se ha convertido en una necesidad para todos los negocios, independientemente de su tamaño.

En un escenario en que más consumidores hacen trabajo en casa, cuarentenas y confinamientos para mitigar el contagio, los empresarios de todos los sectores productivos han tenido que recurrir a otros canales para estar en contacto con sus proveedores y compradores, al mismo tiempo que intentan mantener sus ventas. (Semana, 2021, pág. 1).

También es de resaltar las ayudas económicas brindadas por el Gobierno de Colombia, a la población más vulnerable, cuyas ayudas denominadas Ingreso solidario, en tiempo de pandemia sirvió para que la población entrara al mundo financiero; ya que es en su gran mayoría, estas ayudas se entregaron por medio de cuentas bancarias y sistemas financieros, haciendo que la población más vulnerable y que en cierta medida tiene poca alfabetización financiera, lograran ingresar a este mundo, aprendieran a usarlo y hacer de ello parte de su vida cotidiana.

A raíz de la noticia anteriormente mencionada y muchas más que se evidenciaron a través de redes sociales, televisión y medios de comunicación surgió esta idea de investigación, como parte de la experiencia vivida por los investigadores de este proyecto, se busca establecer y llegar a darle solución a la incógnita presentada; ponerse en el lugar de los propietarios de las tiendas de barrio y/o minimercados de la ciudad de Neiva y conocer la opinión de ellos, los aspectos que inciden en la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos, saber si los conocen y si los implementan en sus negocios.

4. Objetivos

4.1. Objetivo General

Identificar los aspectos que inciden en la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos en los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

4.2. Objetivos Específicos

Caracterizar los canales de pago y/o servicios financieros modernos existentes en el mercado económico de Neiva.

Determinar el nivel de uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos existentes en el mercado económico de Neiva.

Identificar las causas o los aspectos considerados en la toma de la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos existentes en el mercado económico de Neiva.

5. Marco Referencial

5.1. Marco Conceptual

Para poder abarcar la investigación es conveniente que tengamos en claro algunos conceptos que son de vital importancia para dar el contexto a nuestro tema de investigación, en la que abordamos algunos conceptos que tienen un significado esencial.

5.1.1. Minimercados

Los minimercados es un lugar comercial, según Lesmes (2021) “ofrecen al mercado variedad de productos a precios asequibles y en corto desplazamiento desde el hogar hasta dicho comercio”. Y en el que se pueden apreciar distintos productos como son frutas, verduras, carnes, insumos de aseo y demás productos que son de alta comercialización entre los residentes que viven cerca de este.

Este se puede diferenciar de las tiendas de barrio según Ugalde et al. (2019) “por el método de auto compra, el cual consiste en que el cliente seleccione los productos por sí mismo y luego se acerque a cancelar el valor de los mismos en la(s) caja(s) del establecimiento”. Por esta razón es que existe la distinción de los minimercados y las tiendas de barrio.

5.1.2. Tiendas de barrio

En cuanto a las tiendas de barrio son:

Una mezcla entre la cultura de consumo de los países, la tradición y los medios de distribución de productos de consumo masivo marcados por el menudeo de productos y las condiciones de créditos, llamados vales, que se ajustan a las economías de las familias más vulnerables de las localidades donde hacen presencia.(Contreras et ál, 2021)

Otra característica que es muy común de las tiendas de barrio es: “la manera en la que se relaciona el vendedor o tendero con la comunidad que atiende, transmitiendo una sensación de cercanía y confianza al consumidor final”(GrupoBIT, 2022).

También es importante identificar si los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio, tienen la calidad de comerciantes, y según el Decreto 410 de 1971 “Son comerciantes las personas que profesionalmente se ocupan en alguna de las actividades que la ley considera mercantiles. La calidad de comerciante se adquiere aunque la actividad mercantil se ejerza por medio de apoderado, intermediario o interpuesta persona.”, por lo que los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio cumplen la definición de comerciantes según la normatividad de Colombia.

Y al momento de hacer referencia a los de minimercados y/o tiendas de barrio; dentro del marco normativo legal de Colombia, se está haciendo referencia hacia una microempresa, según la Ley 590 de 2000, es “Planta de personal no superior a los diez (10) trabajadores o, activos totales excluida la vivienda por valor inferior a quinientos (500) salarios mínimos mensuales legales vigentes.”. Donde se evidencia que la norma, lo define principalmente por la cantidad de personas que laboran dentro de la microempresa junto con el valor de sus activos.

5.1.3. *Canales de pago modernos*

Estas herramientas o canales según Kokkola (como se citó en Hedman et al, 2017) es “una herramienta que permite la transferencia de fondos del pagador al beneficiario. Hay una variedad de diferentes instrumentos de pago, cada uno con sus propias características dependiendo del tipo de relación y transacción entre el pagador y el beneficiario”.

Dentro de las herramientas o canales de pago existentes, encontramos los siguientes:

Tarjetas bancarias. Este medio de pago moderno es:

“un medio de pago emitido por una entidad financiera a favor de un consumidor, a través de una cuenta asociada, y que es aceptada en infinidad de comercios y establecimientos. El objetivo de una tarjeta bancaria es poder realizar extracciones de dinero de cajeros automáticos o comprar cualquier tipo de bien y servicio, tanto en tiendas físicas como de modo online.” (Gil, 2016).

Este es uno de los medios más sencillos de pago moderno y lleva varios años en Colombia, se presenta de forma física, posee una banda magnética, una serie de números con 16 dígitos y un chip.

Y de estas tarjetas bancarias existen diferentes tipos como:

Tarjetas de débito. Este también es un instrumento de pago emitido por una entidad financiera, Perez (2002) explica la funcionalidad de estas, diciendo que; “las compras así como el pago se realizan al mismo tiempo, por lo que el banco avala la operación hasta un cierto monto de dinero, que es el saldo del depósito del portador”.

Tarjetas de crédito. Este medio de pago es: “un método de pago que permite comprar ahora y abonar el precio después” Frankel (2021). También BBVA (2022) las define como “un

instrumento que permite aplazar los pagos de las compras, financiar operaciones concretas o disponer de dinero para realizar los gastos que sean necesarios dentro de unos límites de tiempo y de cantidad.

Tarjetas virtuales. Estos medios de pago son, “tarjetas de débito o crédito que se crean totalmente en línea. A diferencia de las tarjetas tradicionales, no se emiten como una tarjeta física palpable que puedas llevar en la cartera.” GoCardless (2022). Pero comparten las mismas características de las tarjetas físicas.

PayPal. Este medio de pago moderno es: “Un servicio que te permite pagar, enviar dinero y aceptar pagos sin tener que introducir tus datos financieros continuamente.” (PayPal, 2022). Es un medio de pago en línea, se usa mediante una aplicación, en el caso de los móviles o smartphone; o también directamente desde la página web del sitio.

Transferencia bancaria. Este medio de pago moderno “son envíos de dinero realizados a la orden de un cliente desde su cuenta bancaria en una entidad (ordenante) a otra designada (beneficiario). En caso de realizarse entre cuentas del mismo banco se denomina traspaso.” (BBVA, 2015).

Estas se pueden enviar por distintos medios como: A través de cajeros automáticos, desde la sucursal del banco, por teléfono o smartphone, fax y realizadas por Internet.

Pagos a través del móvil o smartphone. Aquí, “el pago mediante dispositivos móviles se aplica, fundamentalmente, a las transacciones efectuadas entre consumidores y comerciantes por la compra directa de bienes y servicios, ya sea a través de una cuenta o de un punto de venta” Evaluandoerp. (2022).

La NFC. Estas siglas vienen de Near-Field Communication, que su traducción al español es comunicación de campo cercano. Cosmos. (2022), expone que “es una tecnología de comunicación inalámbrica de corto alcance y alta frecuencia creada para el intercambio de datos dos dispositivos cercanos”. Por lo que esta tecnología puede estar incorporada en tarjetas bancarias como también en dispositivos inteligentes, ya sean celulares o reloj inteligentes.

El código QR. Del inglés Quick Response Code y su traducción al español es código de respuesta rápida.

Es la evolución del código de barras tradicional: una matriz de puntos o píxeles diagramada en un módulo de forma cuadrada, de dos dimensiones, que actúa como un enlace entre el mundo real y el mundo virtual. En otras palabras, es una forma de interacción que permite el intercambio de información entre dos dispositivos. Este procedimiento es el mismo que se utiliza para hacer pagos. (BBVA, 2021).

Monedas virtuales. Este medio de pago moderno; cabe resaltar que su uso no está autorizado por un banco nacional; también llamado criptomonedas, es:

Es un activo digital que emplea un cifrado criptográfico para garantizar su titularidad y asegurar la integridad de las transacciones, y controlar la creación de unidades adicionales, es decir, evitar que alguien pueda hacer copias como haríamos, por ejemplo, con una foto. Estas monedas no existen de forma física: se almacenan en una cartera digital. (Banco Santander, 2022).

Aunque actualmente este medio de pago no cuenta con el respaldo de un banco central u otras autoridades financieras.

Datáfono. Este canal de pago moderno es:

Es una herramienta que conectada a una red de internet permite realizar pagos o abonar una compra con una tarjeta bancaria, bien sea crédito o débito.

Algunos de ellos son grandes y deben mantenerse conectados. Otros, son pequeños y portátiles, especiales para aquellos negocios que precisan incluir los datáfonos móviles en sus servicios de domicilios. Castaño. (2022).

5.1.4. *Servicios financieros modernos*

Los servicios financieros modernos según la Banca de las Oportunidades (s.f.), la cual es un programa del Gobierno Nacional, administrado por Bancoldex, para promover la inclusión financiera en Colombia. La define como “Son todas las herramientas ofrecidas por las entidades financieras para satisfacer las necesidades de financiación, ahorro o inversión de la sociedad, generando así la circulación del dinero”(p. 6).

Estos servicios desarrollan actividades que están ligadas a los productos ofrecidos por las entidades financieras del país, donde facilitan el desarrollo de operaciones como, transferencias y pagos, giros y remesas; todo esto de manera nacional e internacional, por medios de la conexión a internet.

Actualmente estos servicios financieros modernos se conocen bajo el nombre de Fintech, que es un sector organizado por distintas empresas que priorizan la tecnología para mejorar y automatizar los servicios y procesos financieros. Dentro de las empresas que están ofreciendo servicios financieros modernos, encontramos a: NEQUI, PlacetoPay, MOVIRED, PAYU, Puntored, RAPPYpay, Tpay, Puntopay, Nubank, Daviplata, entre otros, ya que son más de 322 empresas que brindan servicios financieros modernos.

5.2. Modelos Desarrollados

En este punto entramos a revisar algunos artículos desarrollados que los tenemos en cuenta para desarrollar nuestro problema.

Como primer referente, tenemos un artículo desarrollado por Khushbu y Rajan, (2016); en el que expone los factores que afectan la adopción de la billetera móvil por parte de los consumidores como un método alternativo para realizar pagos, para comprar bienes y servicios. Esta investigación se realizó bajo encuestas, en la que los entrevistados debían de cumplir con ciertos criterios como “debían tener un teléfono inteligente con acceso a Internet y, en segundo lugar, debían tener una cuenta bancaria.” Y se realizó una muestra de más de 210 consumidores de teléfonos móviles. Concluyendo que los consumidores lidian con problemas cuando intentan navegar, también con el tamaño de las pantallas de sus móviles.

Es importante tomar en cuenta aquellos factores que influyen en la intención conductual de adoptar los servicios de los bancos de pago por parte de la población. Gupta *et al.*(2019), exponen estos factores en la población de India, los cuales conviven sin servicios bancarios, este estudio apreció el requisito de analizar los principales factores que afectarían las intenciones de los clientes indios de adoptar los servicios de los bancos de pagos. En el que se logra observar que las personas están más dispuestas a adoptar un nuevo servicio bancario/financiero basado en tecnología cuando hay credibilidad en el proveedor del servicio y hay seguridad contra los riesgos de seguridad y privacidad. Adicional a esto, establece que las personas prestan especial atención a la presencia de recursos, habilidades, instalaciones y asistencia que son esenciales para utilizar los servicios de los bancos de pagos de manera efectiva.

También es importante tener en cuenta la demanda de las herramientas y canales de pago financieros que se tiene por parte de las personas; un estudio realizado por Mawuli *et al.* (2013),

evalúan la demanda de servicios financieros por parte de los hogares en Ghana. Donde resaltan que los hogares rurales enfrentan choques significativos y esto afecta su demanda de ahorro, pero, por otro lado, induce a los hogares urbanos a demandar más facilidades de crédito y servicios de seguros. Por lo tanto, se deben implementar políticas tales como incentivos fiscales para alentar a las instituciones financieras a llegar a la mayoría de los hogares rurales con servicios financieros formales y semiformales. En términos absolutos, los hogares de bajos ingresos, en su mayoría rurales, representan el mayor número de hogares que no utilizan servicios financieros formales. De esta manera, si se proporciona un mejor acceso a una gama más amplia de servicios financieros para este segmento de la población tendrá un impacto de gran alcance al elevar su nivel de vida. Dando a conocer que el acercamiento que tienen las personas a los servicios financieros depende en gran medida de las políticas del estado y el sector financiero. Por otro lado también cabe resaltar que la demanda de servicios financieros es diversa y variada entre los hogares, desde la demanda de facilidades de ahorro seguras y convenientes, facilidades de crédito confiables, esquemas de seguros y una combinación de cualquiera de estos servicios financieros. Siendo así, que la demanda puede variar dependiendo las preferencias o necesidades de cada persona o hogar.

En relación con el tema de servicios financieros modernos, Costanzo y Ashton (2006) en una investigación denominada, Innovación de productos y elección del consumidor en la industria de servicios financieros del Reino Unido. Toca el tema de innovación, en el que es importante resaltar que dentro del Reino Unido, los bajos niveles de ahorro han sido una preocupación política constante tanto para el gobierno como para los reguladores financieros. La razón por la que las personas ahorran menos de lo esperado se ha asociado cada vez más con la incapacidad de los consumidores de servicios financieros para comprender la calidad del

producto y de comprender la calidad de los productos y de las empresas en este debate mediante el examen de las opciones de productos que los proveedores de servicios financieros presentan a los consumidores. Por lo que dichos autores, analizaron este tema desde dos perspectivas como; las finanzas los proveedores de servicios consideran las innovaciones de productos y las estrategias de marketing que persiguen en la construcción de sus ofertas a los consumidores. Y en segundo lugar ofrecieron un producto financiero popular, la cuenta de depósito que devenga intereses, para examinar qué opciones de productos de ahorro se presentan realmente a consumidores y de esta manera lograron concluir que los servicios financieros revelan claramente que los productos verdaderamente innovadores no son una prioridad comercial principal para muchos proveedores de servicios financieros. En lugar de centrarse en la innovación de productos, los proveedores se han preocupado principalmente por la innovación en los sistemas de entrega para extender la distribución de productos de servicios financieros a tantos clientes como sea posible. Dando a entender que en cierta medida las personas no optan por tener herramientas actualizadas, si no que se inclinan por mejorar sus beneficios con las herramientas que cuentan actualmente.

Otro punto de gran importancia es aquella percepción que tiene el cliente o usuario acerca del uso de servicios financieros digitales y el dinero móvil, Museba *et al.* (2021), en un artículo de investigación denominado, percepción del cliente sobre la adopción y el uso de servicios financieros digitales y servicios de dinero móvil en Uganda, en el que relacionan principalmente el “fintech” que es Fintech es un acrónimo de tecnologías financieras que cubre la banca móvil y los servicios financieros digitales. De esta manera ellos se enfocan en investigar el impacto del fintech, el dinero móvil y los servicios financieros digitales en Uganda y los factores que afectan la adopción de los servicios. El estudio también determinará su impacto social a través de la

inclusión financiera en el mercado de Uganda. Teniendo como resultados principales que el servicio de dinero móvil ha mejorado la inclusión financiera y su uso ha tenido un impacto positivo en el segmento más bajo de la población. La disponibilidad y la simplicidad de abrir una billetera de dinero móvil frente a una cuenta bancaria tradicional ha aumentado la accesibilidad de los servicios financieros para la población de Uganda. Debido a la escasez de la red de sucursales bancarias y al aumento del tiempo de espera para la prestación de servicios, a las comunidades les resulta más fácil adoptar el dinero móvil y los servicios financieros digitales. Donde nos dan unas características importantes, que las personas tienen al momento de elegir estos servicios como, la creación de conciencia, la educación del cliente, la propuesta de valor y la disponibilidad del producto a través de la red de agentes. Por lo que para las personas de Uganda, el uso del Fintech es positivo, ya que ha aumentado el acceso de personas de bajos ingresos a servicios financieros asequibles con pagos de persona a persona y de productos de consumo que se encuentran entre las transacciones diarias. Por lo que estos factores son importantes a tener en cuenta.

6. Diseño De La Investigación

Con esta investigación se pretende evidenciar y comprender la planificación del proyecto de investigación, en donde se expone el tipo de investigación, el método de investigación, la población, el muestreo y el instrumento de recolección de información establecidos por los investigadores a cargo.

6.1. Tipo De Investigación

Se realizará un estudio de carácter cuantitativo, ya que se pretende determinar los aspectos que inciden en la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos en los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva; mediante

la obtención y análisis de datos numéricos. Según el nivel de conocimiento será de tipo descriptivo, ya que se describirán los aspectos de incidencia del uso de los canales de pago y/o servicios financieros modernos en dichos objetos investigados. Se realizarán instrumentos de recolección de información, los cuales se aplicarán de forma irregular y de manera transversal en la línea de tiempo, a los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

Esta investigación es de tipo No experimental, debido a que se busca recolectar y analizar datos numéricos para determinar los niveles de conocimiento y de uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos en los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

6.2. Método de la investigación

Esta investigación se llevará bajo el método deductivo, en la que a partir de situaciones generales se llega a conclusiones o explicaciones particulares. Donde se tiene como situación general los canales de pago y/o servicios financieros modernos, y se pretende llegar a identificar los aspectos que inciden en la decisión de usar estos canales y servicios por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

6.3. Población

Este estudio tendrá lugar en la ciudad de Neiva, la población para esta investigación está compuesta por los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio. Según FENALCO (Federación nacional de comerciantes) seccional Huila, en su último informe presentado, reveló que existen aproximadamente más de 3.500 minimercados y tiendas de barrio, las cuales se encuentran distribuidas en las distintas comunas de la ciudad.

6.4. Muestreo

La selección de la muestra se realizará mediante muestreo por conveniencia, siendo esta una técnica de muestreo no probabilística. En la que los investigadores por cuestiones tiempo, costo y efectividad; practicarán el instrumento de recolección de información a 50 propietarios de minimercados y/o tiendas de barrio, repartidas en las distintas comunas de la ciudad de Neiva. Teniendo en cuenta los criterios determinísticos, en los que las tiendas y minimercados, cumplan características como tener un mostrador de productos ya sean alimentarios o de aseo, que se encuentren en viviendas familiares y también aquellos que presten disposición para la información.

6.5. Instrumentos de recolección de información

El principal instrumento utilizado para la recolección de datos primarios se realizará mediante la aplicación de un cuestionario. En donde este instrumento está compuesto en tres preguntas, donde dos preguntas son de selección múltiple de varias respuestas; en donde se pretende determinar los canales de pago y servicios financieros modernos existentes junto con el nivel de uso de estos. Y una pregunta con una escala de Likert, donde se determina los aspectos que son de más importancia para los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio al momento de poner a disposición de los clientes los canales de pago y servicios financieros modernos.

7. Resultados

Con la información recolectada mediante la aplicación de las encuestas a los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, se procede analizar los resultados obtenidos de forma separada, para abordar y dar respuesta a cada uno de los objetivos planteados por parte de los investigadores. Donde se presenta la caracterización de los medios de pago y servicios financieros modernos, junto con el nivel de uso que presentan cada uno de estos; y

exponiendo finalmente los principales aspectos que tienen en cuenta los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio al momento de implementar los canales de pago y/o servicios financieros modernos.

7.1. Caracterización de los canales de pago modernos

Mediante la encuesta realizada a los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, se logró recolectar información en la que se evidencian los principales canales de pago y/o servicios financieros modernos que existen en esta ciudad. Según Rodríguez. (s. f.), estos medios o canales los podemos clasificar en tres grupos como; tradicionales, en línea y tecnología avanzada. En la tabla 1 se presenta la caracterización de los canales de pago modernos existentes en la ciudad de Neiva.

Tabla 1

Caracterización de canales de pago modernos existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.

Tradicionales	Característica	En línea	Característica	Avanzados	Característica
Tarjetas débito	Es un medio físico	Datafono	Es un medio físico	Monedas virtuales	Es un medio virtual
Tarjetas crédito	Es un medio físico	Código QR	Se presenta en ambos medios	PayPal	Es un medio virtual
Transferencias bancarias	Es un medio virtual	Tarjetas virtuales Móvil o Smartphone	Es un medio virtual Es un medio físico		

Fuente: Elaborada por autores

En la tabla 1, se presentan los canales de pago modernos, sin tener en cuenta el porcentaje de conocimiento de los encuestados. Y se muestra una característica principal que presenta cada canal de pago.

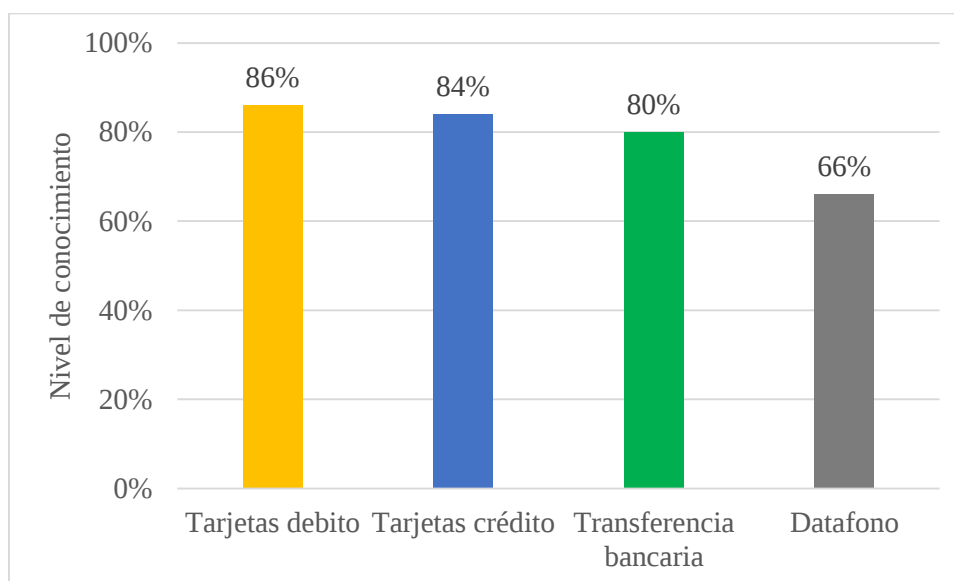
Ahora bien, de manera individual los resultados obtenidos según la caracterización de los canales de pago modernos son:

7.1.1. Canales de pagos tradicionales

Estos canales según Rodríguez. (s.f) son aquellos sistemas que son utilizados por la mayoría de la población en general; por lo que obtienen un mayor nivel de conocimiento dentro del mercado. En estos encontramos las tarjetas débito, tarjetas crédito, transferencias bancarias y datáfono, como se observa en la figura 1.

Figura 1

Canales de pago tradicionales existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



Fuente: Elaborada por autores.

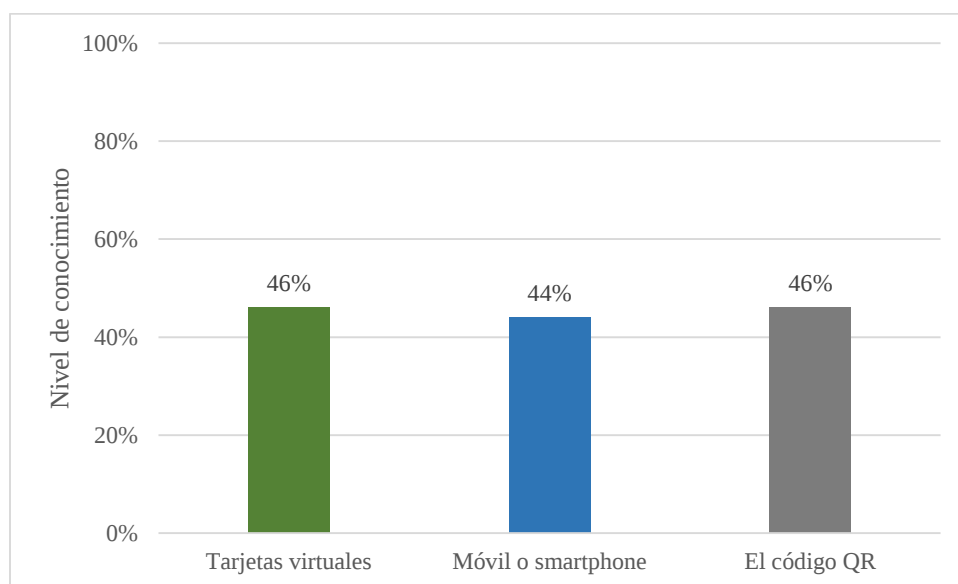
Encontramos que las tarjetas débito son los medios de pago tradicionales con mayor nivel de conocimiento, ya que el 86% de los dueños de los minimercados y/o tiendas barrio señalaron que conocen dicho canal de pago. Y siendo el datáfono con un 66% el menos conocido, aunque en manera general, los canales de pago tradicionales presentan un buen nivel de conocimiento.

7.1.2. Canales de pago en línea

Estos canales según Juan Pablo Rodríguez. (2021), son aquellos sistemas de pago que funcionan a través del internet. Y según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, los de pago en línea más conocidos son; las tarjetas virtuales, el código QR y el móvil o smartphone, así como se observa en la figura 2.

Figura 2

Canales de pago en línea existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



Fuente: Elaborada por autores.

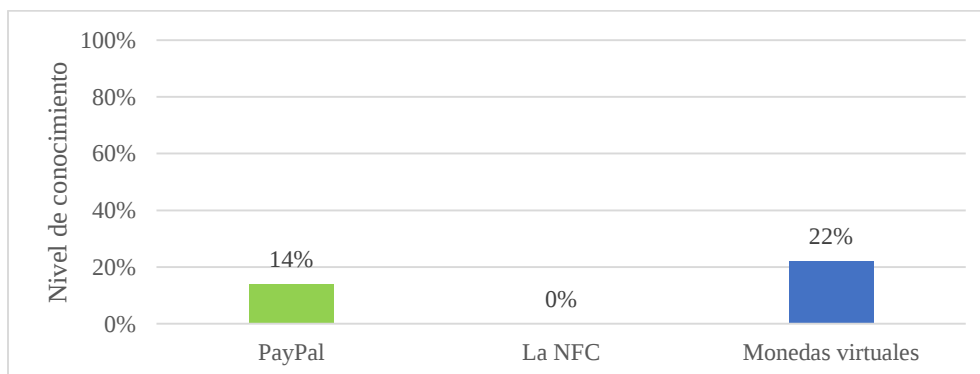
Encontramos que las tarjetas virtuales y el código QR son los canales de pago en línea con mayor nivel de conocimiento, ya que el 46% de los dueños de los minimercados y/o tiendas barrio señalaron que conocen dichos canales de pago. Y siendo el móvil o smartphone con un 44% el menos conocido, y en manera general, los canales de pago en línea presentan un nivel medio de conocimiento.

7.1.3. Tecnologías avanzadas en pago

Estos sistemas según Rodríguez. (s.f), son los últimos canales de pago en medidas de tecnología y digitalización. Y en el sector de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva tan solo los canales de pago como, PayPal y las Monedas virtuales son los que se tienen conocimiento, como se observa en la figura 3.

Figura 3

Tecnologías avanzadas en pago existentes en Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



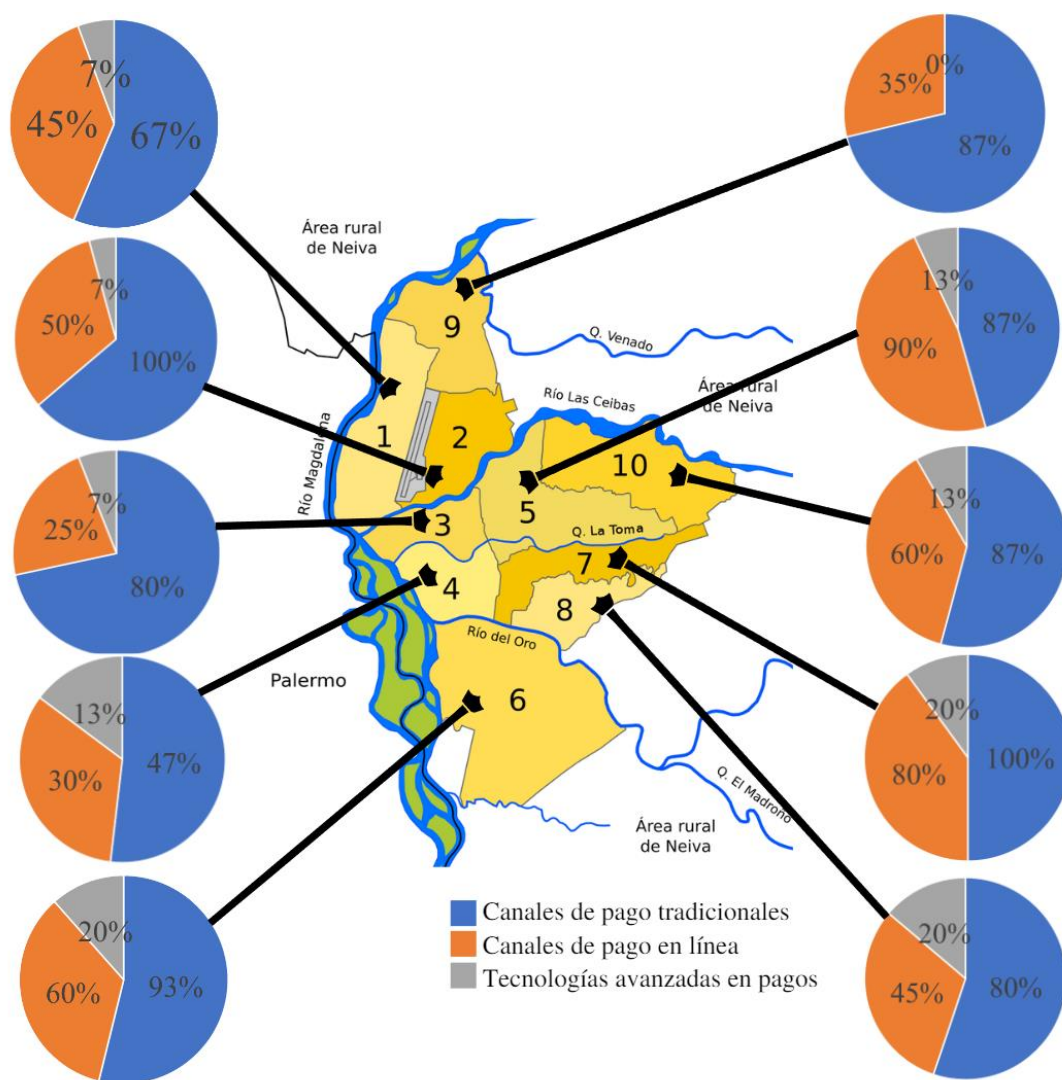
Fuente: Elaborada por autores

Por lo que las monedas virtuales es el canal de tecnología avanzada en pago que presenta un mayor nivel de conocimiento, ya que el 22% de los dueños de los minimercados y/o tiendas barrio señalaron que conocen dicho canal de pago. Y la NFC no obtuvo ningún conocimiento por parte de los encuestados; y en manera general, los canales de tecnología avanzada en pagos presentan un nivel bastante bajo de conocimiento.

Ahora bien, si analizamos los resultados de manera sectorial, es decir; por comunas, en las cuales está dividida la ciudad de Neiva, como se observa en la figura 4.

Figura 4

Nivel de conocimiento por comunas según los tipos de caracterización de los canales de pago modernos en la ciudad de Neiva, por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



Fuente: Elaborada por autores

Encontramos que en las comunas 2 y 7 los canales de pago tradicionales obtienen un nivel del 100% de conocimiento por parte de los dueños de minimercados y tiendas de barrio,

mientras que en las comunas 1 y 4 son las que obtienen el nivel más bajo, siendo la comuna 1 con el 67% y la comuna 4 con el 47%.

En los canales de pago en línea, encontramos que la comuna 5 y 7 obtienen el nivel más alto siendo del 90% y 80% respectivamente. Y en cuanto al nivel más bajo, lo obtiene la comuna 3 con un 25% y la comuna 4 con un 30%.

Y en las tecnologías avanzadas en pagos las comunas 6, 7 y 8 obtienen el conocimiento más alto con un 20%; y la comuna 9 es la que presenta el un nivel de 0%, siendo esta, la comuna que presenta el nivel más bajo de todas.

7.2. Caracterización de los servicios financieros modernos

Estos servicios financieros se caracterizan por ser principalmente una banca digital, según Sáez. (2021) estos ofrecen un servicio más rápido y eficiente a sus clientes. Y según autores, los servicios financieros modernos los podemos agrupar según su nivel de conocimiento como; más conocidos, menos conocidos y no conocidos. En la tabla 2 se presenta la caracterización de los servicios financieros modernos existentes en la ciudad de Neiva, según señaló la población encuestada.

Tabla 2

Caracterización de los servicios financieros modernos existentes en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.

Mas conocidos	Menos conocidos	No conocidos
NEQUI	MOVIRED	Puntopay
Daviplata	RAPPYpay	PlacetoPay
Puntored	PAYU	
	Nubank	

Fuente: Elaborada por autores

En la tabla 2, se presentan los servicios financieros modernos, sin tener en cuenta el porcentaje de conocimiento de los encuestados. Y se muestra la agrupación que se les da a los servicios financieros.

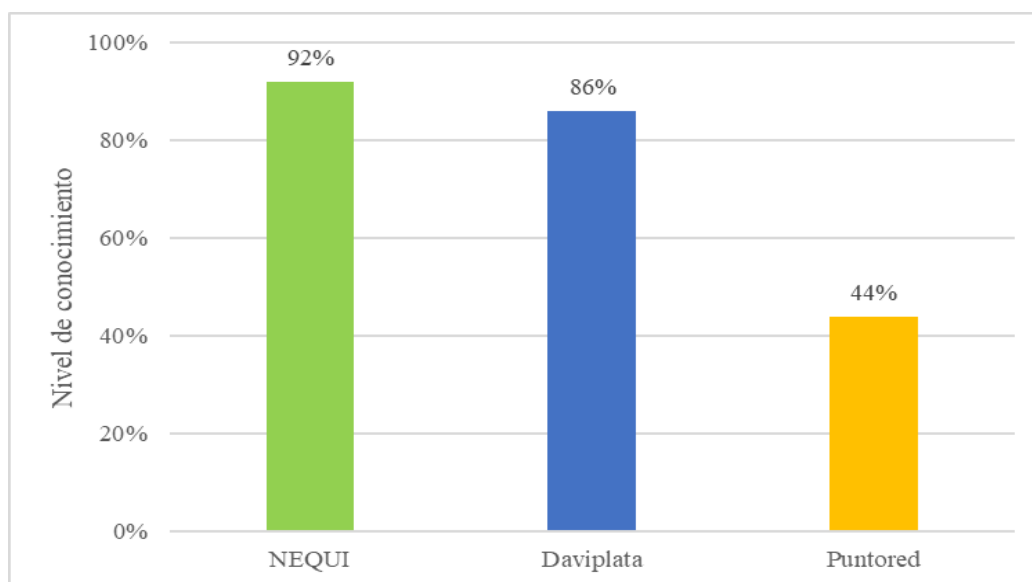
Ahora bien, de manera individual los resultados obtenidos según la caracterización de los servicios financieros modernos son:

7.2.1. Más conocidos

Aquí encontramos a los servicios financieros modernos, que presentan un mayor conocimiento dentro de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. Y los servicios más conocidos se pueden observar en la figura 5.

Figura 5

Servicios financieros modernos existentes más conocidos en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



Fuente: Elaborada por autores

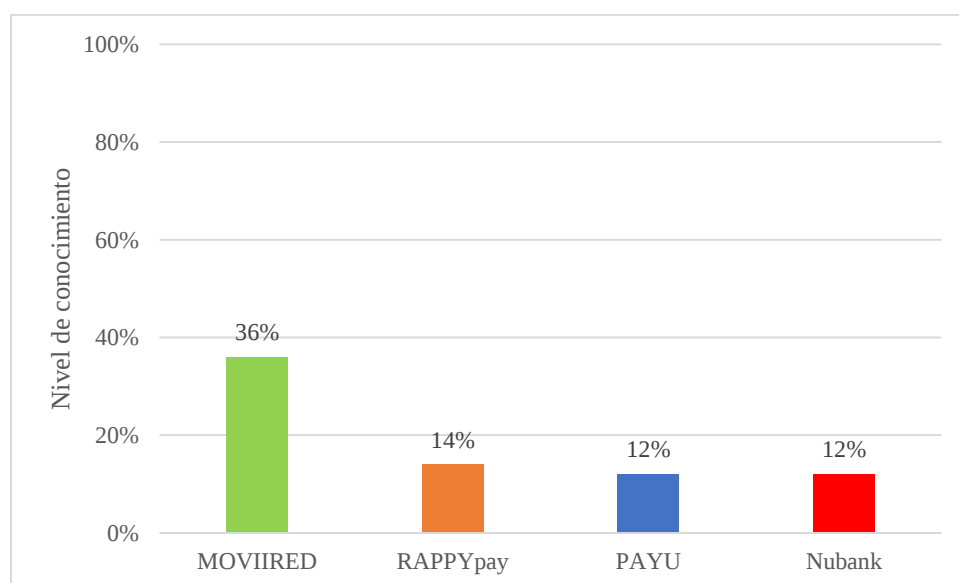
Aquí evidenciamos que los servicios financieros ofrecidos por NEQUI, tienen un 92% nivel de conocimiento, siendo este, el más alto dentro de los más conocidos. Y es Puntored, quien obtiene el nivel más bajo, con tan solo el 44%. Pero en manera general se presenta un nivel alto, en cuestión de conocimiento para estos servicios financieros.

7.2.2. *Menos conocidos*

Aquí encontramos a los servicios financieros modernos, que presentan menos conocimiento dentro de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. Estos servicios menos conocidos son, MOVIRED, RAPPYpay, PAYU y Nubank, como se pueden observar en la figura 6.

Figura 6

Servicios financieros modernos existentes menos conocidos en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



Fuente: Elaborada por autores

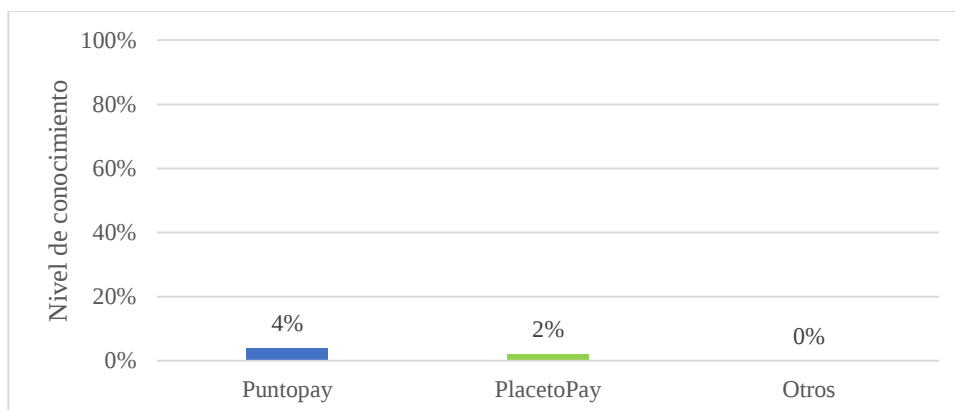
Se evidencia que dentro de esta agrupación, MOVIIRED presenta el nivel más alto con un 36% de conocimiento. Ahora los servicios financieros de PAYU y Nubank presentan el nivel más bajo, con un 12% de conocimiento.

7.2.3. No conocidos

Aquí encontramos a los servicios financieros modernos, que presentan no son tan conocidos dentro de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. Y los servicios no conocidos son, Puntopay y PlacetoPay, como se pueden observar en la figura 7.

Figura 7

Servicios financieros modernos existentes no conocidos en la ciudad de Neiva según dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



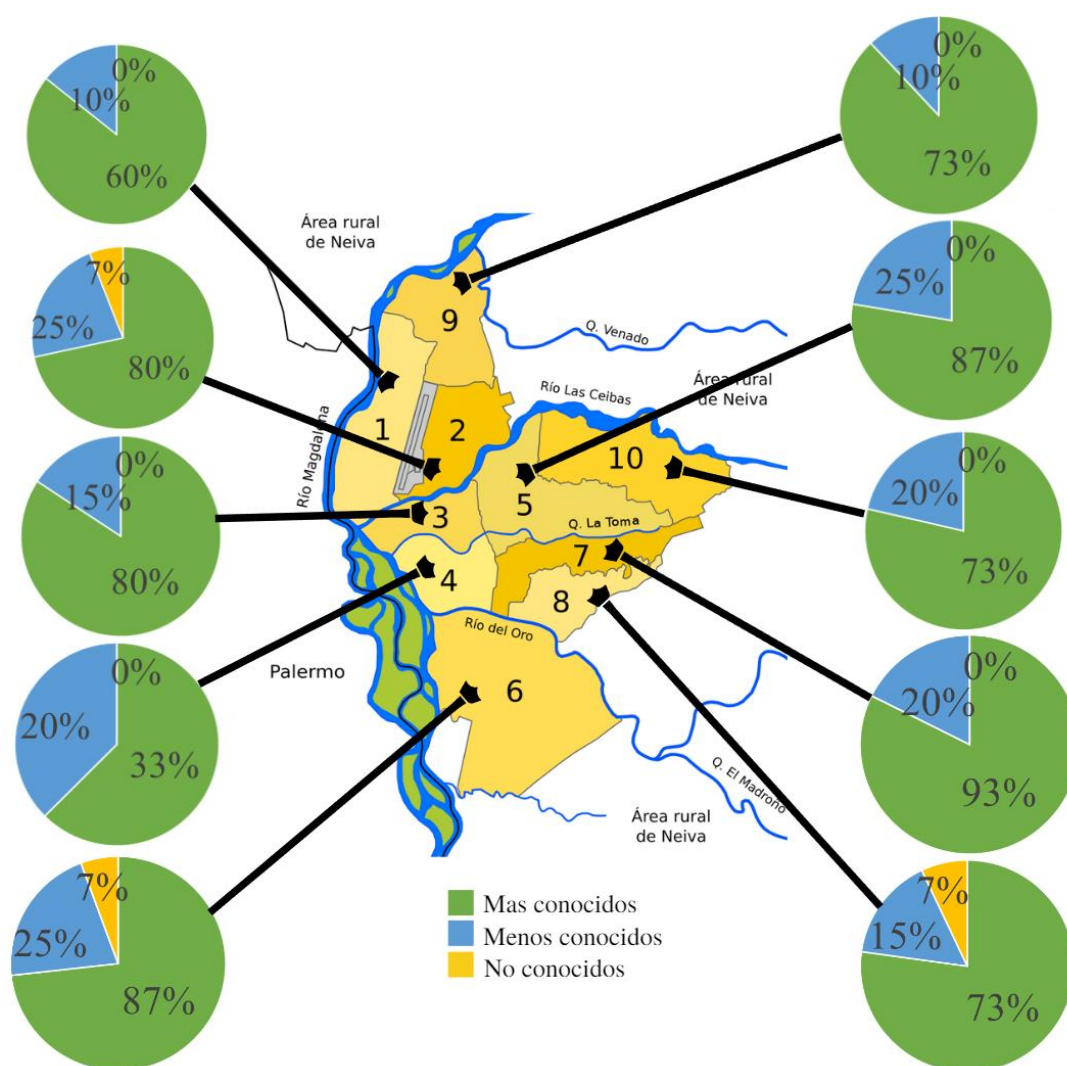
Fuente: Elaborada por autores

Estos servicios financieros modernos, no son tan conocidos, siendo tan sólo Puntopay con un 4% y PlacetoPay con 2%, según indicaron los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. Además de que los encuestados no indicaron conocer otros servicios financieros.

Ahora analizamos los datos por comunas en la ciudad de Neiva, como se observa en la figura 8.

Figura 8

Nivel de conocimiento por comunas según los tipos de caracterización de los servicios financieros modernos en la ciudad de Neiva, por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.



Fuente: Elaborada por autores

Aquí se evidencia que en cuanto a la caracterización de los más conocidos; que son los servicios financieros modernos de NEQUI, Daviplata y Puntored, la comuna 7 tiene un 93% de conocimiento, siendo este el más alto y seguido está la comuna 5 y 6 con un nivel del 87% de conocimiento respectivamente. Y la comuna 4 obtiene el nivel más bajo con un 33% dentro de este grupo de servicios financieros modernos.

En cuanto a los menos conocidos, donde están los servicios de MOVIRED, RAPPYpay, PAYU y Nubank; encontramos que las comunas 2, 5 y 6 comparten el mismo nivel de conocimiento con un 25%. Y son las comunas 1 y 9 las que obtienen el nivel más bajo, con un 10% respectivamente.

Y con los no conocidos, donde están los servicios financieros de Puntopay y PlacetoPay, se evidencia que tan solo las comunas 2, 6 y 8 presentan un nivel de tan solo el 7%, siendo las únicas que tienen conocimiento de estos servicios financieros modernos.

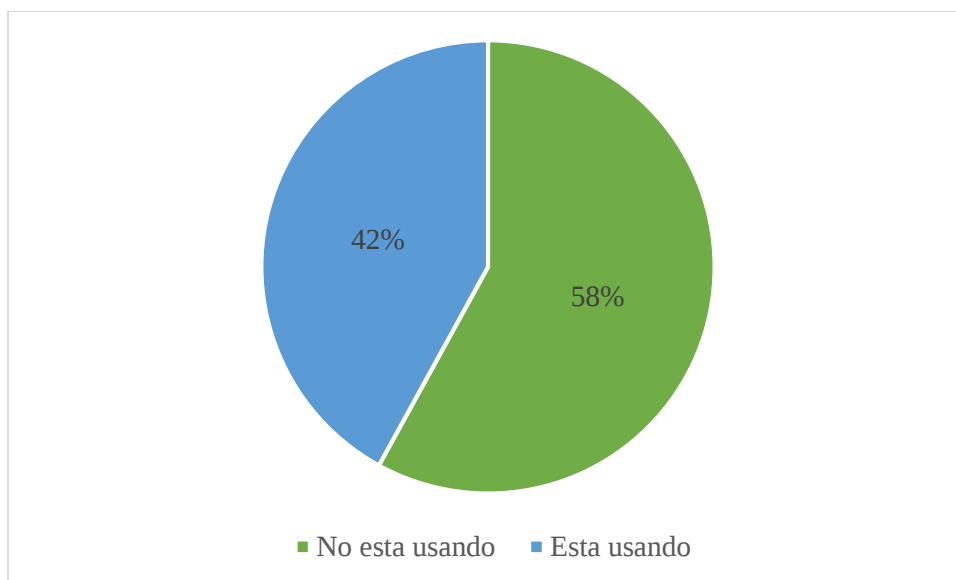
7.3. Nivel de uso de los canales de pago modernos

Con los datos obtenidos mediante la encuesta realizada a los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva se logró recolectar información en la que se evidencian el nivel de uso que tienen los canales de pago modernos.

Primeramente podemos evidenciar el porcentaje de dueños de minimercados y/o tiendas de barrio que están o no, usando estos canales, como se presenta en la figura 9.

Figura 9

Nivel de uso de los canales de pago modernos por parte los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



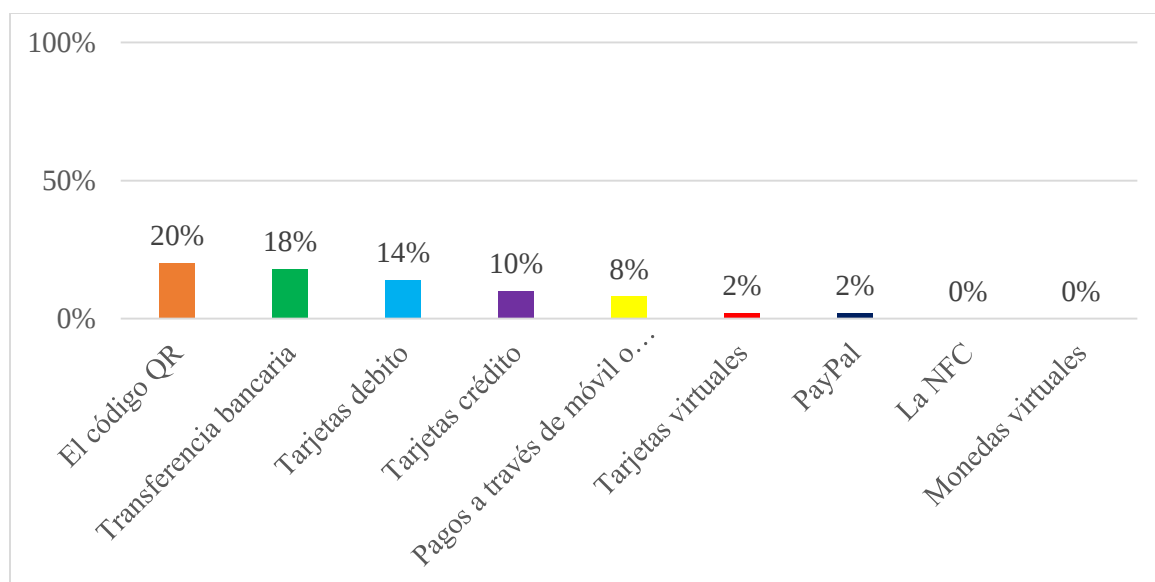
Fuente: Elaborada por autores.

En general, tan solo el 42% de los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, están actualmente haciendo uso de los canales de pago modernos. Mientras que el otro 58% de dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio no hacen uso de los canales de pago modernos. Dándonos a entender que tan solo 4 de cada 10 dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, usan como mínimo un canal de pago moderno.

Analizando de manera individual, por cada canal de pago moderno, se puede evidenciar que el nivel en general es bastante bajo, como se observa en la figura 10.

Figura 10

Nivel individual de los canales de pago modernos usados por los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



Fuente: Elaborada por autores

Se evidencia que el nivel de uso de estos canales de pago modernos es muy bajo por parte de los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. Ya que tan solo el código QR es el que presenta el nivel de uso más alto con tan solo el 20%. Mientras que la NFC y las monedas virtuales no presentan nivel de uso por parte de los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

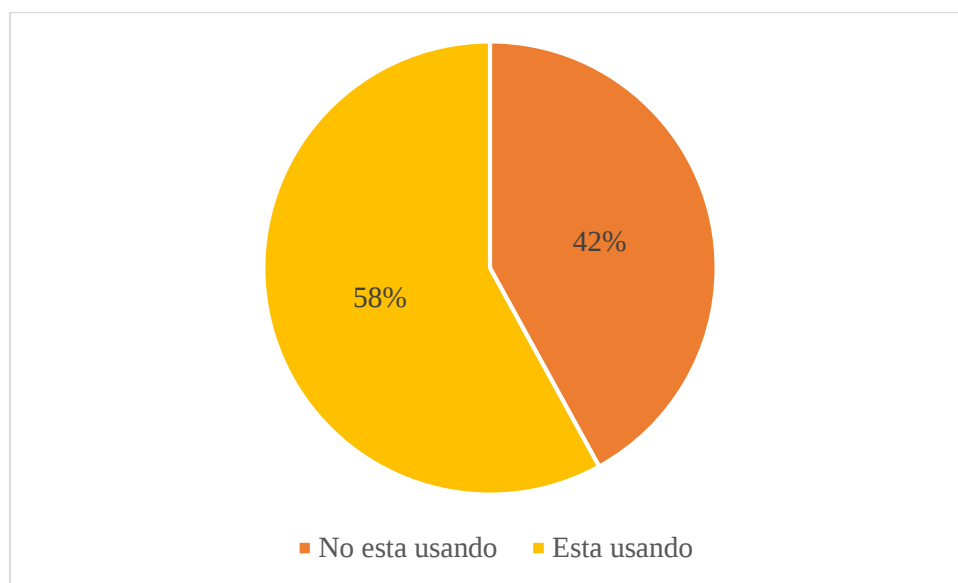
7.4. Nivel de uso de los servicios financieros modernos

Con los datos obtenidos mediante la encuesta realizada a los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva se logró recolectar información en la que se evidencian el nivel de uso que tienen los servicios financieros modernos.

Aquí podemos evidenciar el porcentaje de dueños de minimercados y/o tiendas de barrio que están o no, usando los servicios financieros modernos, como se presenta en la figura 11.

Figura 11

Nivel de uso de los servicios financieros modernos por parte los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



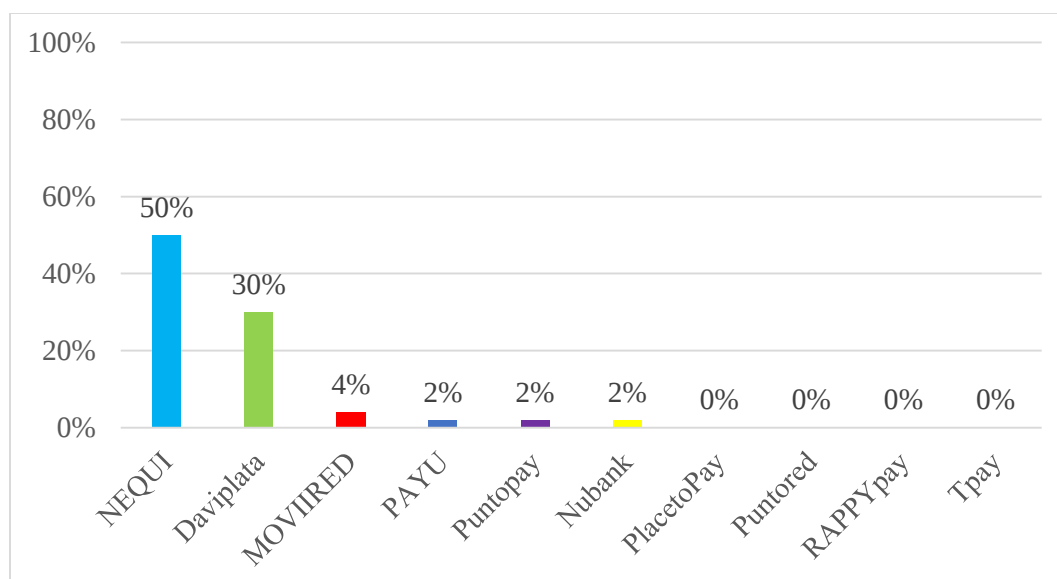
Fuente: Elaborada por autores

En general, el 58% de los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, están actualmente haciendo uso de los canales de pago modernos. Mientras que el otro 42% de dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio no hacen uso de los canales de pago modernos. Dándonos a entender que aproximadamente 6 de cada 10 dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, usan como mínimo un canal de pago moderno.

Analizando de manera individual, por cada servicio financiero moderno, en la figura 12 se puede evidenciar el nivel que presenta cada servicio financiero.

Figura 12

Nivel individual de los servicios financieros modernos usados por los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



Fuente: Elaborada por autores

Aquí encontramos que el servicio financiero moderno ofrecido por NEQUI, presenta un nivel de uso del 50%, seguidamente esta Daviplata con un 30%, siendo estos dos, los que presentan los porcentajes más altos. También se evidencia que los servicios financieros modernos de PlacetoPay, Puntored, RAPPYpay y Tpay, no presentan ningún uso, por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

7.5. Aspectos que inciden en la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos

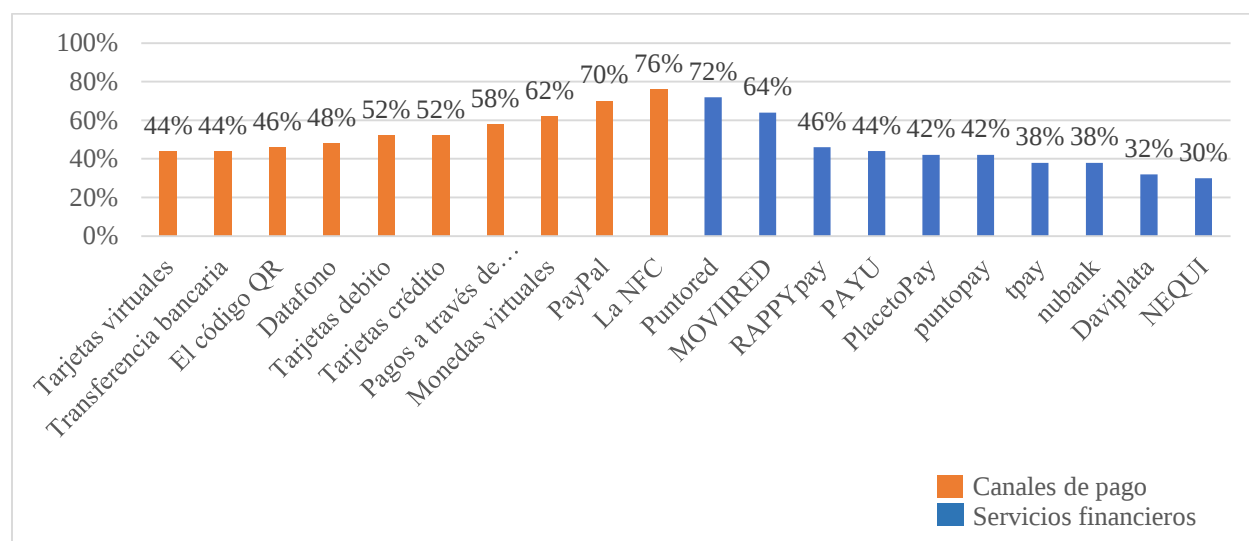
Con la información recolectada mediante las encuestas, se determina los aspectos que inciden en la decisión que tienen los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, al momento de implementar los canales de pago y/o servicios financieros modernos.

7.5.1. Disponibilidad

Este aspecto según Viera. (2022), se puede definir como; “la posibilidad de una cosa o persona de estar presente cuando se la necesita. La disponibilidad remite a esta presencia funcional que hace posible dar respuestas, resolver problemas, o meramente proporcionar una ayuda limitada”. Por lo que para esta investigación, la disponibilidad hace referencia a que tan factible es adquirir u obtener un canal de pago o servicio financiero moderno en el mercado; observando así la disponibilidad de cada uno de estos servicios financieros y canales de pago que tienen en el mercado. En la figura 13, se observa el porcentaje de importancia de disponibilidad para cada canal de pago y servicio financiero moderno según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.

Figura 13

Nivel de importancia de disponibilidad para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



Fuente: Elaborada por autores

La disponibilidad de La NFC con un 76% y Puntored con 72%, es el canal de pago y servicio financiero moderno, que más tienen en cuenta los propietarios de los minimercados y/o

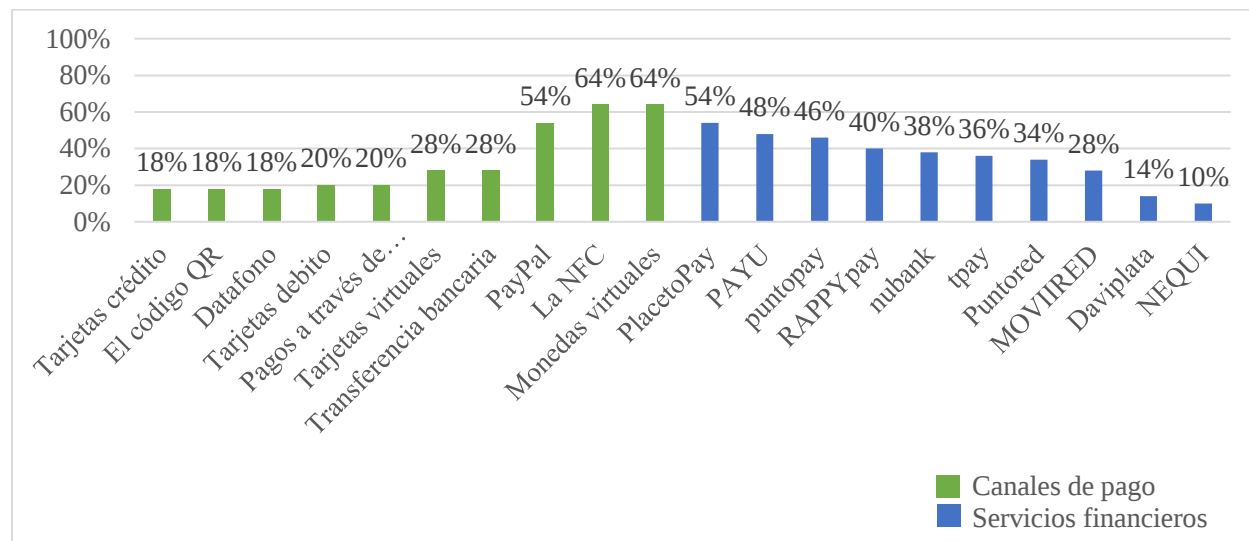
tiendas de barrio de la ciudad de Neiva al momento de poner a disposición de sus clientes estas dos herramientas. Esto es con relación a que no existe un alto nivel de conocimiento de estas dos herramientas dentro del mercado.

7.5.2. *Facilidad de acceso*

Este aspecto hace referencia a que tan sencillo es para un dueño de minimercado y/o tienda de barrio poder acceder a los canales de pago o servicios financieros modernos, en la figura 14, se observa el porcentaje de importancia de facilidad de acceso para cada canal de pago y servicio financiero moderno según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.

Figura 14

Nivel de importancia de facilidad de acceso para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



Fuente: Elaborada por autores

La facilidad de acceso a las monedas virtuales con un 64% y PlacetoPay con 54%, es el canal de pago y servicio financiero moderno, que más tienen en cuenta los propietarios de los

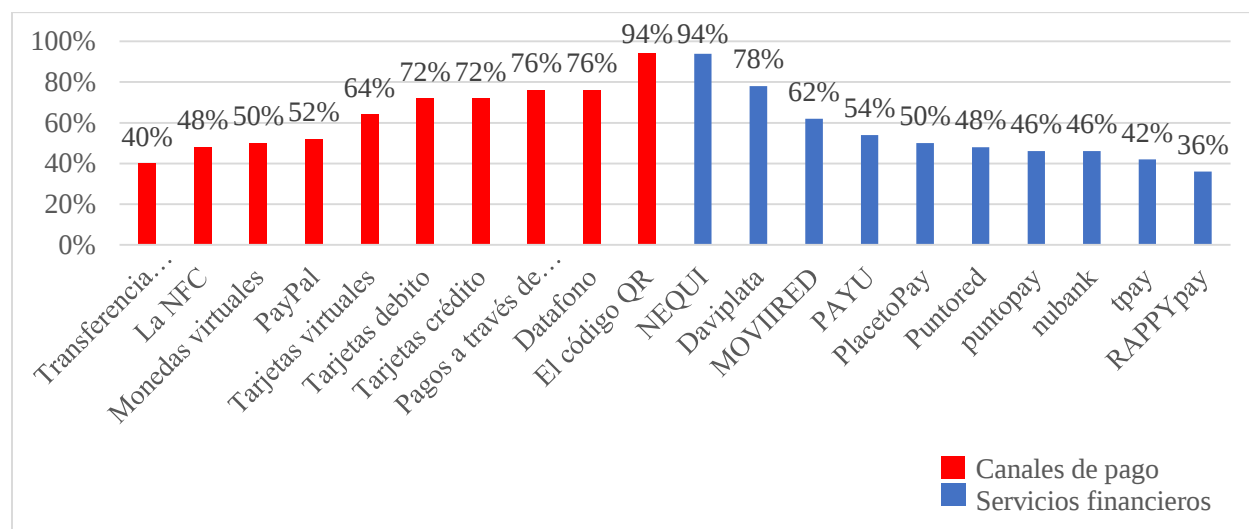
minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva al momento de poner a disposición de sus clientes estas dos herramientas. Esto es en relación con el poco nivel de conocimiento de estas herramientas, y también se presentan un nivel de complejidad mayor al momento de acceder a estos.

7.5.3. *Facilidad de manejo*

Este aspecto hace referencia a que tan fácil es usar o manejar ya sea un canal de pago y/o servicio financiero moderno para los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio. En la figura 15, se observa el porcentaje de importancia de facilidad de manejo para cada canal de pago y servicio financiero moderno según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.

Figura 15

Nivel de importancia de facilidad de manejo para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



Fuente: Elaborada por autores

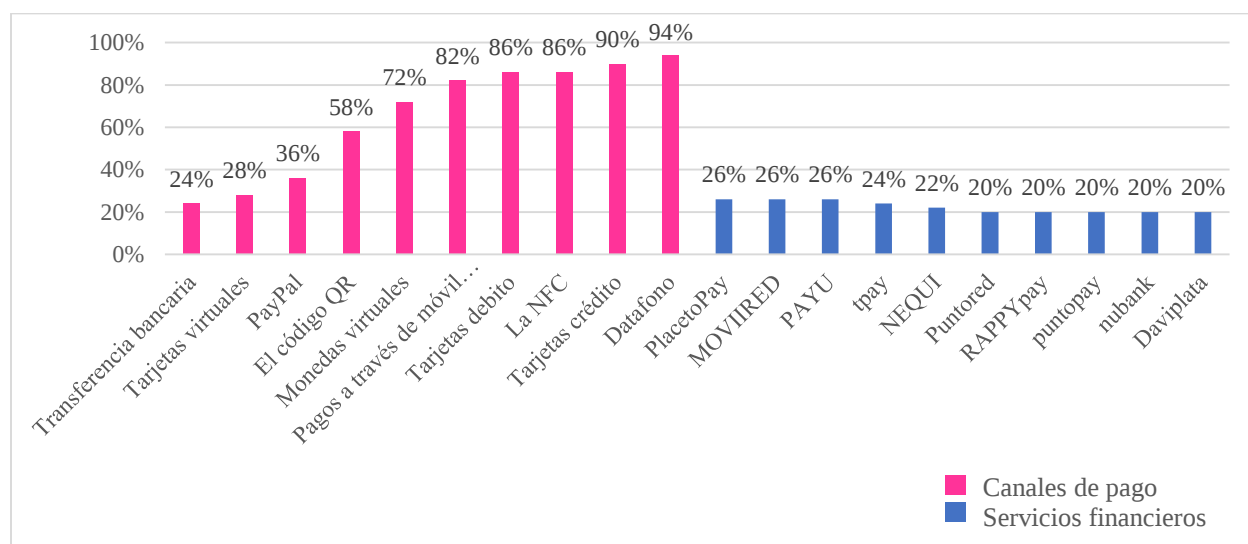
La facilidad de manejo del código QR y NEQUI, ambos con un 94%, es el canal de pago y servicio financiero moderno, que más tienen en cuenta los propietarios de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva al momento de poner a disposición de sus clientes. Esto es en relación con el buen nivel de conocimiento que presentan estas dos herramientas.

7.5.4. Costo de implementación

Este aspecto hace referencia a que tantos recursos económicos deben pagar los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, para poder poner a disposición de sus clientes ya sea un canal de pago y/o servicio financiero moderno. En la figura 16, se observa el porcentaje de importancia de costo de implementación para cada canal de pago y servicio financiero moderno según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.

Figura 16

Nivel de importancia de costo de implementación para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



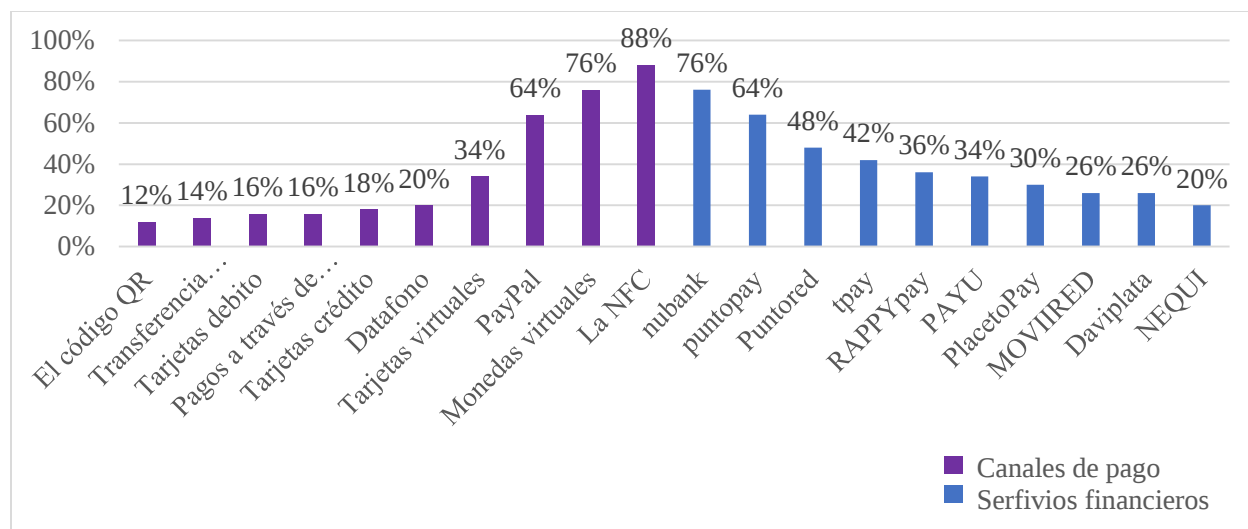
Se observa que a nivel general, los canales de pago modernos presentan un mayor nivel de importancia en relación con el aspecto de costo de implementación, en comparación con los servicios financieros modernos se presenta un nivel bajo de importancia. Esto corresponde que para poner un canal de pago moderno, como lo es el datafono, el cual tiene el nivel más alto con un 94%, este representa un costo monetario, por tal motivo es el más tenido en cuenta. Mientras que los servicios financieros modernos, no se requiere de pagar ningún costo directo para implementarlo.

7.5.5. Conocimiento

Este aspecto hace referencia, a que tanto nivel de conocimiento en cuanto al manejo de la herramienta posee el dueño del minimercado y/o tienda de barrio de la ciudad de Neiva, para poder poner a disposición de sus clientes ya sea un canal de pago y/o servicio financiero moderno. En la figura 17, se observa el porcentaje de importancia del conocimiento para cada canal de pago y servicio financiero moderno según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio.

Figura 17

Nivel de importancia del conocimiento para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



Fuente: Elaborada por autores

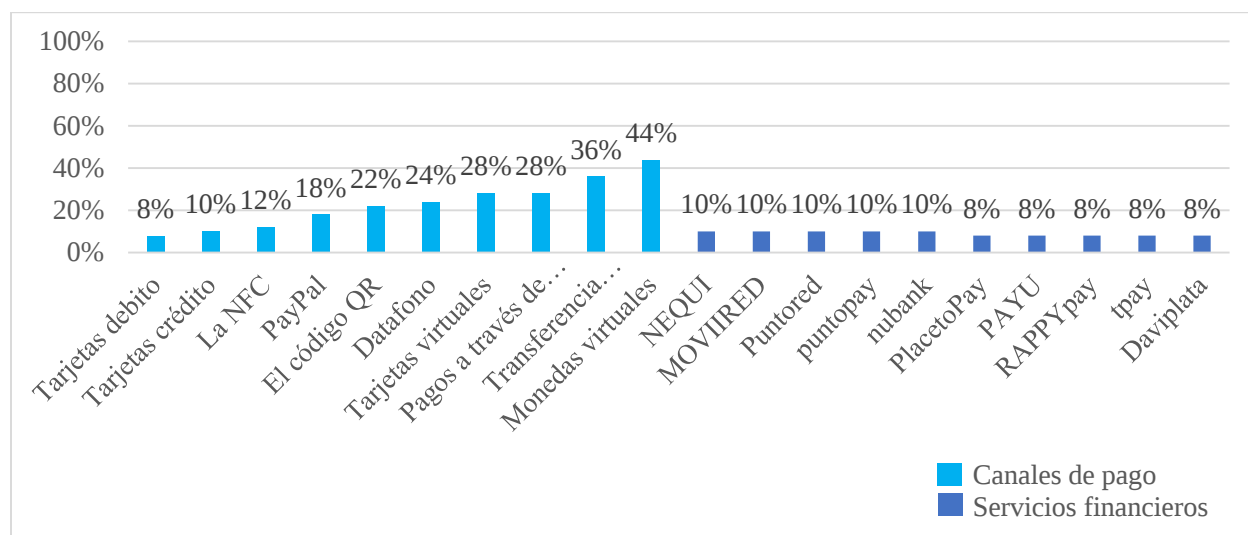
El conocimiento de la NFC con un 88% y nubank con un 76%, es el canal de pago y servicio financiero moderno que más tienen en cuenta para poner a disposición de sus clientes, los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva. Esto es en relación, a que no conocen muchos estas dos herramientas, por lo que si desean ponerlas a disposición de su clientela, deben de primero aprender toda su funcionalidad de estas herramientas para poder implementarlas.

7.5.6. Conectividad

Este aspecto hace referencia a que tan importante es estar conectado o tener una red de internet para poder poner a disposición de sus clientes, los canales de pago y/o servicios financieros modernos. En la figura 18, se observa el porcentaje de importancia de conectividad para cada canal de pago y servicio financiero moderno según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

Figura 18

Nivel de importancia de la conectividad para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



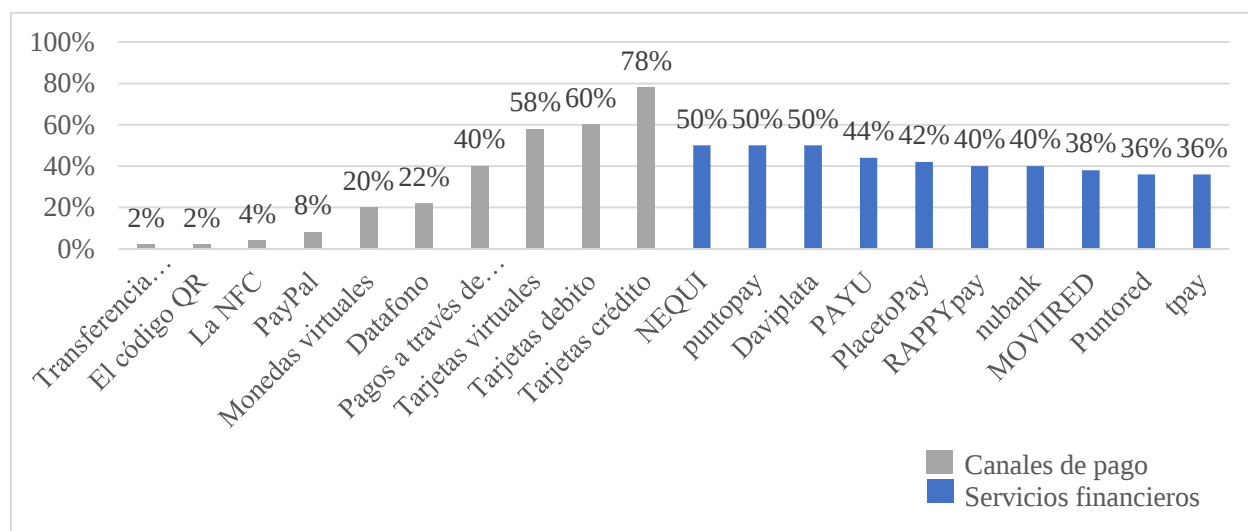
La conectividad en manera general refleja que no es de mucha importancia para los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, tan solo las monedas virtuales presentan un 44% de nivel de importancia. Esto en gran medida es, porque todos estos canales de pago y/o servicios financieros indirectamente funcionan con una red de internet, por tal motivo, los propietarios de estos establecimientos no prestan mucha atención a este aspecto.

7.5.7. Gastos por impuestos

Este aspecto hace referencia, a los gastos económicos que pueden generar los canales de pago y/o servicios financieros al momento de utilizarlos. En la figura 19, se observa el porcentaje de importancia de gastos por impuestos que representa para cada canal de pago y servicio financiero moderno según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

Figura 19

Nivel de importancia de los gastos por impuestos para los canales de pago y servicios financieros modernos, según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.



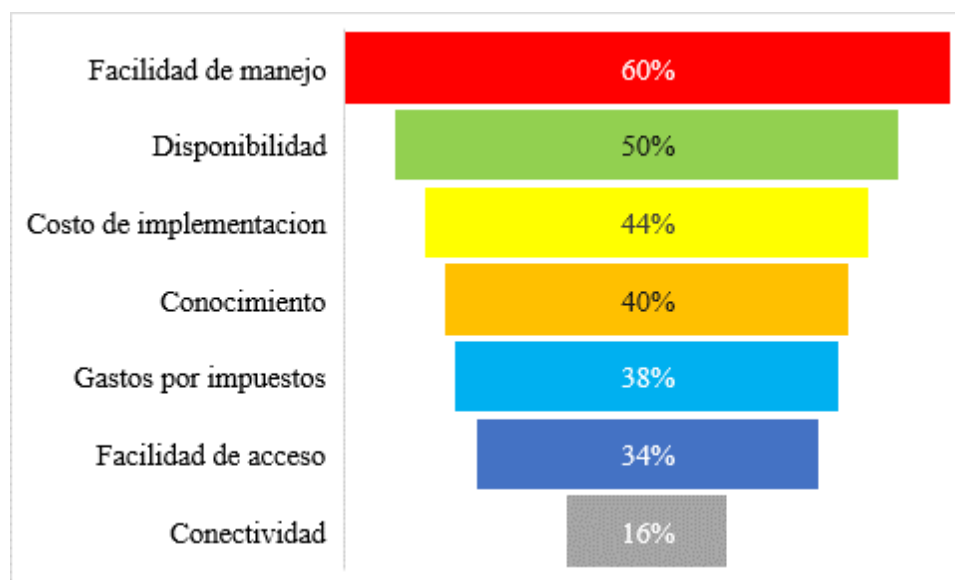
Fuente: Elaborada por autores

Los gastos por impuestos en el canal de pago moderno de la tarjeta débito, presenta el nivel más alto, con un 78%, esto es en gran medida, a que el uso de esta tarjeta genera intereses los cuales son tenidos muy en cuenta por los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrios. Ya que el uso de este canal, con lleva a generar gastos, los cuales en la actualidad pueden ser muy altos.

Ahora en manera general, se encuentra que el aspecto principal que tienen en cuenta los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio, radica en la Facilidad de manejo; como se evidencia en la figura 20, ya que esta causa atiende a que los canales y/o servicios necesitan cierto grado de conocimiento tecnológico para poder usarlas.

Figura 20

Principales aspectos para la decisión de implementar los canales de pago y/o servicios financieros modernos por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva



Fuente: Elaborada por autores

El 60% de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, indican que la Facilidad de manejo de los canales de pago y/o servicios financieros modernos es el principal aspecto que tienen en cuenta al momento de ponerlos a disposición de sus clientes.

El segundo aspecto que tienen en cuenta el 50% de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, es la disponibilidad, esto hace referencia a que tan alto es la disponibilidad del canal y/o servicio en el mercado.

Y como último, el aspecto que los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva no tienen tan en cuenta, es el de la conectividad; ya que tan solo para 16% de

los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio tienen como aspecto importante el tema de la conectividad.

8. Conclusiones

Se concluye que los canales de pago modernos existentes en la ciudad de Neiva se pueden caracterizar en; medios de pago modernos tradicionales, siendo estos los más conocidos por los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, donde encontramos las Tarjetas débito, Tarjetas crédito y las Transferencias bancarias. La segunda caracterización son los medios de pago modernos en línea, estos tienen un nivel medio de conocimiento entre los dueños de dichos sectores económicos, aquí encontramos al Datáfono, Código QR, Tarjetas virtuales y el Móvil o Smartphone. Y por última caracterización están los medios de pago avanzados, los cuales presentan un conocimiento muy bajo entre los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio, donde encontramos tan solo las monedas virtuales y PayPal.

En cuanto a los servicios financieros modernos existentes en la ciudad de Neiva según los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio, los agrupamos según el conocimiento, siendo los servicios financieros modernos los más conocidos en el mercado, los servicios de NEQUI, Daviplata y Puntored. La segunda agrupación son los servicios financieros modernos menos conocidos, aquí encontramos a los servicios de MOVIRED, RAPPYpay, PAYU y Nubank. Y por última agrupación están los servicios financieros modernos no conocidos, donde encontramos a los servicios de Puntopay y PlacetoPay.

Como segunda conclusión se obtiene el nivel de uso de los canales de pago modernos por parte de los dueños de los minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, en donde tan solo el 42% de los dueños de dichos sectores económicos hacen uso de por lo menos un

medio de pago moderno. Dando a entender que solo 4 de cada 10 dueños de minimercados y/o tiendas de barrio tienen a disposición de sus clientes algún medio de pago moderno.

En cuanto a los servicios financieros modernos, se obtiene que el nivel de uso por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio es del 58%, presentando un nivel más alto que el de los canales de pago, ya que en general 6 de cada 10 dueños de estos sectores económicos tienen a disposición de sus clientes por lo menos un servicio financiero moderno.

Y para finalizar, se obtiene que los aspectos que más tienen en cuenta los propietarios de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva para implementar los canales de pago y/o servicios financieros modernos, es la facilidad de manejo y la disponibilidad en el mercado, ya que la facilidad de manejo, contrastado con nuestros referentes, lo encontrado por Khushbu y Rajan, (2016) en el que revelan que los consumidores de la billetera móvil, lidian con problemas cuando intentan navegar, por lo que el manejo de estos canales o servicios es un factor que tienen en cuenta los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio al momento de poner a servicio de los clientes.

También lo mencionado por Gupta et al.(2019), en la que revela que las personas están más dispuestas a adoptar un nuevo servicio bancario/financiero basado en tecnología cuando hay credibilidad en el proveedor del servicio; por lo que es por este motivo que el segundo aspecto que tienen en cuenta los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio es la disponibilidad, esto relacionado en que si hay un uso masivo por parte de clientes, pues hace que el canal de pago o servicio financiero sea más factible de ponerlo a disposición de los clientes, debido a que este tendrá un uso mayor. Es por este motivo que se ve un alto nivel de uso de los servicios financieros modernos de Nequi y Daviplata.

Y por último, el aspecto que menos se tiene en cuenta al momento de decidir implementar los canales de pago y/o servicios financieros modernos por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, es el de la conectividad, ya que para usar algún canal de pago y/o servicio financiero moderno se debe usar una conexión a internet, y ya en su mayoría los hogares tienen el acceso a ello, es por esto que este aspecto no toma mucha relevancia.

Por lo que en manera general, los aspectos que se identifican como más relevantes para los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, para tomar la decisión de implementar el uso de canales de pago y/o servicios financieros modernos es la facilidad de manejo de estos, junto con la disponibilidad que presentan en el mercado, por esta razón es que vemos que los servicios financieros ofrecidos por NEQUI y Daviplata tienen un alto nivel de uso por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva, ya que presentan una alta disponibilidad en el mercado, y su uso es relativamente fácil. Al igual que el código QR y las transferencias bancarias son los canales de pago modernos más usados por parte de los dueños de minimercados y/o tiendas de barrio de la ciudad de Neiva.

9. Referencias bibliográficas

Federación Nacional de Comerciantes. (2021, diciembre). *La tienda de barrio sigue siendo la joya de la corona para los productos de consumo masivo.*

<https://www.fenalco.com.co/es/noticias/2021/12/16/la-tienda-de-barrio-sigue-siendo-la-joya-de-la-corona-para-los-productos-de-consumo-masivo/>

Banca de las Oportunidades. (2021). *Reporte de inclusión financiera 2021.*

<https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2022-07/Reporte%20de%20inclusion%20financiera%202021.pdf>

Portafolio. (2020, 2 de abril). *Por cuarentena, tiendas venden hasta \$700.000 más cada día.* <https://www.portafolio.co/economia/por-cuarentena-tiendas-venden-hasta-700-000-mas-cada-dia-539602>

Lesmes Roza, Laura. (2021, 30 de julio). *Metodología para la logística de distribución del sector retail de alimentos congelados para una cadena de minimercados en Bogotá.*

Lumieres - Repositorio institucional Universidad de América.

<https://hdl.handle.net/20.500.11839/8596>

Ugalde Vásquez, Andrés Francisco. Castro Becerra, José Antonio. Delgado Reyes, José Daniel. (2019). *Modelo de Implementación de Marketing Relacional para Tiendas de Abarrotes y Mini mercados del Casco Urbano del Cantón Cuenca.* [tesis de pregrado, Universidad del Azuay]. Repositorio institucional UA. <https://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/8783>

Rodríguez, Juan Pablo. (s.f). *Medios de pago: 13 métodos de pago y sus ventajas.*

Consultado el 21 de noviembre de 2022. Conekta. <https://www.conekta.com/blog/medios-de-pago>

Sáez Hurtado, Javier. (2021, 15 de diciembre). *Tendencias en Finanzas y Tecnología* 2022. <https://www.iebschool.com/blog/tendencias-que-los-financieros-no-pueden-perderse-este-2020-finanzas/>

Mora Hernández, Daniel Augusto. (2019, 22 de julio). *Influencia de los arraigos culturales en la aplicación del marketing relacional. Caso tiendas de barrio Tunja*. <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/5535>

GrupoBIT.(2022). *¿Qué está pasando con la seguridad en las tiendas de barrio en Colombia?*. Canal tradicional. (Consultado el 28 de noviembre de 22). <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/seguridad-en-las-tiendas-de-barrio-en-colombia>

Espinosa Rodríguez, M. (2022). *Determinantes para la adopción de medios de pago electrónico en tiendas de barrio de la ciudad de Bogotá*. Universidad nacional de Colombia. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/82107>

Gutiérrez Peña, Alma y Sánchez Torres, Gloria. (2018). *Educación financiera retos desde la educación superior*. (Primera edición.) Ediciones de la U. (Original publicado en 2018)

Contreras Cuentas, M.M, Rojano Alvarado, Y.N, y Macías Campo, H. (2021). *Motivaciones de compra en la tienda de barrio: un estudio etnográfico en el departamento del Atlántico (Colombia)*. Vol. 50. <https://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/issue/view/606>

GrupoBIT.(2022). *Tiendas de barrio en Colombia y su importancia en el consumo masivo*. Canal tradicional. (Consultado el 22 de noviembre de 2022). <https://business-intelligence.grupobit.net/blog/radiografia-de-una-tienda-de-barrio>

Congreso de la República de Colombia. (2000, 10 de Julio). Ley 590. *Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.*

<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-590-2000.pdf>

Presidencia de la República. (1971, 27 de marzo). Decreto 410. *Por el cual se expide el Código de Comercio.* Diario Oficial No. 33.339.

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/codigo_comercio.html

Hedman, Jonas. Tan, Felix B. Holst, Jacques. Kjeldsen, Martin. (2017, 6 de febrero).

Taxonomía de pagos: un análisis de cuadrícula de repertorio. Revista Internacional de Marketing Bancario. [https://www-emerald-](https://www-emerald-com.usco.basesdedatosezproxy.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-12-2015-0187/full/html)

[com.usco.basesdedatosezproxy.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-12-2015-0187/full/html](https://www-emerald-com.usco.basesdedatosezproxy.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-12-2015-0187/full/html)

Gil, Susana. (2016, 31 de enero). *Tarjetas bancarias.* Economipedia.

<https://economipedia.com/definiciones/tarjetas-bancarias.html>

Frankel, Robin Saks. (2021, 8 de agosto). *Cuándo se inventaron las tarjetas de crédito: esta es su historia.* Forbes. <https://forbes.es/empresas/111722/cuando-se-inventaron-las-tarjetas-de-credito-esta-es-su-historia/>

Pérez Velasco Pavón, Juan Carlos. (2002). *Influencia de las tarjetas de débito sobre la demanda de efectivo.* Cuadernos de economía, 39(116), 51-93. <https://dx.doi.org/10.4067/S0717-68212002011600003>

BBVA. (2022). *Qué tipos de tarjetas bancarias existen y en qué se diferencian.* Bienestar económico y financiero. (Consultado el 29 de noviembre de 2022).

<https://www.bbva.com/es/salud-financiera/que-tipos-de-tarjetas-bancarias-existen-y-en-que-se-diferencian/>

GoCardless. (2022, 29 de noviembre). *Tarjeta virtual: ¿qué es y cómo funciona?*. Pagos. <https://gocardless.com/es/guias/consejos/que-es-tarjeta-virtual/>

PayPal. (2022). *¿Qué es PayPal?*. (Consultado el 29 de noviembre del 2022). Paypal. <https://www.paypal.com/es/webapps/mpp/paypal-popup>

Banco BBVA. (2015, 25 de noviembre). *¿Qué es una transferencia bancaria y cuál es su clasificación?*. <https://www.bbva.com/es/transferencias-bancarias-clasificacion-y-comisiones-mas-usuales/>

Evaluandoerp. (2022, 9 de febrero). *Qué son los pagos mediante dispositivos móviles*. <https://www.evaluandoerp.com/los-pagos-mediante-dispositivos-moviles/>

Cosmos. (2022, 17 de enero). *NFC en el móvil: qué es, para qué sirve y siete usos para sacarle todo el partido*. Xataka Móvil. <https://www.xatakamovil.com/tutoriales/nfc-movil-que-sirve-siete-usos-para-sacarle-todo-partido#:~:text=Qu%C3%A9%20es%20el%20NFC,-Las%20siglas%20NFC&text=El%20NFC%20es%20una%20tecnolog%C3%ADa,tienen%20que%20estar%20muy%20pr%C3%B3ximos.>

BBVA. (2021, 05 de marzo). *Los pagos con códigos QR: por qué son una ventaja y cómo utilizarlos*. Innovación. <https://www.bbva.com/es/los-pagos-con-codigos-qr-por-que-son-una-ventaja-y-como-utilizarlos/amp/>

Banco Santander. (2022, 29 de septiembre). *Guía para saber qué son las criptomonedas*. Santander. <https://www.santander.com/es/stories/guia-para-saber-que-son-las->

[criptomonedas#:~:text=Una%20criptomonedas%20es%20un%20activo,por%20ejemplo%2C%20con%20una%20foto.](#)

Castaño, Victoria. (2022, 26 de julio). *Qué es un datáfono y todo lo que necesitas saber para utilizarlo*. Treinta. <https://www.treinta.co/blog/que-es-un-datafono-y-todo-lo-que-necesitas-saber-para-utilizarlo>

Banca de las oportunidades. (s.f.) *Educación financiera construir, avanzar y prosperar*. <https://www.bancadelasoportunidades.gov.co/sites/default/files/2017-06/Cap%C3%ADtulo%20Productos%20y%20Servicios%20Financieros.pdf>

Khushbu, Madan. Rajan, Yadav. (2016, 15 de agosto). Intención conductual de adoptar la billetera móvil: la perspectiva de un país en desarrollo. *Journal of Indian Business Research* , vol. 8 núm. 3, págs. 227-244. <https://doi-org.usco.basesdedatosezproxy.com/10.1108/JIBR-10-2015-0112>

Gupta, KP. Manrai, R. y Goel, U. (2019, 21 de marzo). Factores que influyen en la adopción de pagos bancarios por parte de clientes indios: extensión de UTAUT con credibilidad percibida. *Journal of Asia Business Studies* , vol. 13 núm. 2, págs. 173-195. <https://doi-org.usco.basesdedatosezproxy.com/10.1108/JABS-07-2017-0111>

Mawuli Akpandjar, G. Quartey, P. y Abor, J. (2013, 5 de abril). Demanda de servicios financieros por parte de los hogares en Ghana. *International Journal of Social Economics* , vol. 40 núm. 5, págs. 439-457. <https://doi-org.usco.basesdedatosezproxy.com/10.1108/03068291311315322>

Costanzo, LA y Ashton, JK (2006, 1 de julio). Innovación de productos y elección del consumidor en la industria de servicios financieros del Reino Unido. *Journal of Financial*

Regulation and Compliance , vol. 14 núm. 3, págs. 285-303. <https://doi-org.usco.basesdedatosezproxy.com/10.1108/13581980610685658>

Museba, TJ. Ranganai, E y Gianfrate, G. (2021, 22 de febrero). Percepción del cliente sobre la adopción y el uso de servicios financieros digitales y servicios de dinero móvil en Uganda. *Revista de comunidades emprendedoras: personas y lugares en la economía global* , vol. . 15 núm. 2, págs. 177-203. <https://doi-org.usco.basesdedatosezproxy.com/10.1108/JEC-07-2020-0127>

Viera Almeida, Irma Josefina. (2022, abril). *Definición de Disponibilidad*. Economía. <https://economia.org/disponibilidad.php>