

IMPACTO DE LAS BILLETERAS DIGITALES EN TIENDAS DE BARRIO Y PANADERÍAS DEL SECTOR EL PRADO DE BARRANQUILLA

IMPACT OF DIGITAL WALLETS ON NEIGHBORHOOD STORES AND BAKERIES IN THE EL PRADO SECTOR OF BARRANQUILLA

Jairo Contreras ¹

Sergio Origua ²

Dairon Tano ³

 Deyanira Lobo⁴

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA, UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR-COLOMBIA

RESUMEN

El estudio analiza el impacto de las billeteras digitales en tiendas de barrio y panaderías del sector El Prado de Barranquilla, en el contexto de la inclusión financiera y la transformación digital. Se plantea como objetivo comprender la percepción de los comerciantes, los beneficios y las barreras en la adopción de estos medios de pago. La investigación emplea un enfoque cuantitativo, con encuestas aplicadas a 10 negocios, evaluando el nivel de uso, la satisfacción y los efectos en las ventas. Los resultados indican una adopción creciente, pero con limitaciones debido al desconocimiento y la desconfianza. Se concluye que, aunque las billeteras digitales optimizan las transacciones y favorecen la inclusión financiera, su integración requiere estrategias de educación, incentivos y fortalecimiento de la confianza en su seguridad.

Palabras clave: Billeteras digitales, Inclusión financiera, Seguridad digital, Impacto económico.

ABSTRACT

The study analyzes the impact of digital wallets on neighborhood stores and bakeries in the El Prado sector of Barranquilla, within the context of financial inclusion and digital transformation. The main objective is to understand merchants' perceptions, the benefits, and the barriers to adopting these payment methods. The research employs a quantitative approach, with surveys conducted in 10 businesses to assess usage levels, satisfaction, and effects on sales. The results indicate a growing adoption, but with limitations due to a lack of knowledge and distrust. It is concluded that while digital wallets optimize transactions and promote financial inclusion, their integration requires educational strategies, incentives, and measures to strengthen trust in their security.

Keywords: Digital wallets, Financial inclusion, Digital security, Economic impact.

¹ Estudiante del programa de Contaduría Pública, Universidad Simón Bolívar, Facultad de Administración y Negocios. E-mail: jairo.contrerasd@unisimon.edu.co.

² Estudiante del programa de Contaduría Pública, Universidad Simón Bolívar, Facultad de Administración y Negocios. E-mail: sergio.origua@unisimon.edu.co.

³ Estudiante del programa de Contaduría Pública, Universidad Simón Bolívar, Facultad de Administración y Negocios. E-mail: dairon.tano@unisimon.edu.co.

⁴ Profesor, Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar. E-mail: Profesor, Facultad de Administración y Negocios, Universidad Simón Bolívar. E-mail: deyanira.lobo@unisimon.edu.co.

1. INTRODUCCIÓN

La Universidad Simón Bolívar, una institución de educación superior reconocida por el Consejo Nacional de Acreditación, ha desarrollado actividades académicas durante casi 52 años en el sector del barrio El Prado, en Barranquilla. Su presencia ha contribuido al crecimiento y desarrollo de la zona, generando un ecosistema dinámico donde convergen diversas actividades comerciales, tanto formales como informales. En este entorno, han surgido numerosos negocios familiares, como tiendas de barrio y panaderías, que representan una fuente fundamental de ingresos para cientos de familias. Estas microempresas desempeñan un papel crucial en la economía local, al ser generadoras de empleo y satisfacer las necesidades de consumo diario de la comunidad.

No obstante, a pesar de su relevancia en el tejido socioeconómico del sector, estos negocios enfrentan diversos desafíos en materia de modernización y acceso a servicios financieros. La inclusión financiera y la transformación digital se han convertido en factores determinantes para el desarrollo económico, especialmente en un contexto donde los avances tecnológicos han redefinido las dinámicas comerciales. Sin embargo, a pesar de la creciente digitalización del sector financiero y la proliferación de herramientas digitales para la gestión de pagos, muchas de estas microempresas continúan dependiendo en gran medida del efectivo en su forma tradicional, es decir, el papel moneda.

La dependencia del efectivo conlleva importantes limitaciones para estos negocios. En primer lugar, restringe su capacidad de acceso a servicios financieros formales, como créditos y productos bancarios diseñados para el crecimiento empresarial. En segundo lugar, reduce la eficiencia operativa, al requerir un manejo físico del dinero que implica riesgos de seguridad y dificulta la automatización de procesos contables. Además, limita su potencial para atraer a una clientela más amplia, especialmente a consumidores que prefieren métodos de pago digitales por su comodidad y seguridad.

El contexto de las tiendas de barrio y panaderías en el sector El Prado refleja una brecha significativa en la adopción de tecnologías financieras. A pesar de que las billeteras digitales han demostrado ser una solución eficiente para facilitar transacciones electrónicas y mejorar la gestión financiera, su implementación en estas microempresas sigue siendo limitada. Entre los factores que influyen en esta situación se encuentran el desconocimiento sobre el funcionamiento de estas herramientas, la percepción de inseguridad en su uso y la resistencia al cambio por parte de los comerciantes, quienes muchas veces prefieren mantener sus operaciones bajo sistemas tradicionales.

Diversos estudios han abordado la importancia de la inclusión financiera y el impacto de las herramientas digitales en la economía de pequeños negocios. Investigaciones como la de Montiel, Solano y Pulido (2024) han explorado el concepto de inclusión financiera desde una perspectiva integral, analizando cómo diversas categorías teóricas influyen en su implementación. De manera similar, Rueda et al. (2015) han analizado la situación de la inclusión financiera en Colombia, identificando barreras estructurales que limitan su expansión en sectores económicos informales.

A nivel internacional, el estudio de Silva et al. (2020) ha empleado redes neuronales artificiales para medir el desempeño financiero de las micro, pequeñas y medianas empresas (MSMEs), resaltando la importancia de adoptar soluciones tecnológicas para mejorar la sostenibilidad financiera. Por su parte, la investigación de Martínez Caraballo et al. (2017) ha analizado el desempeño financiero de las pymes exportadoras en Barranquilla, lo que permite establecer un marco de referencia para estudiar la dinámica de los pequeños negocios en la región.

En este contexto, el objetivo central de esta investigación es analizar el impacto de las billeteras digitales en tiendas de barrio y panaderías del sector El Prado de Barranquilla. Específicamente, se busca comprender las percepciones de los comerciantes respecto a estas herramientas, identificar los beneficios que reconocen en su implementación y las barreras que enfrentan para su adopción. La investigación también pretende generar información relevante que pueda servir de base para el diseño de estrategias que impulsen la transformación digital en estos negocios, promoviendo su competitividad y sostenibilidad en el tiempo.

Para alcanzar los objetivos planteados, se ha adoptado un enfoque cuantitativo, basado en la aplicación de encuestas a 10 negocios ubicados en el sector El Prado de Barranquilla. Estas encuestas permitieron recopilar información sobre el uso actual de billeteras digitales, la percepción de seguridad de los comerciantes respecto a



estas herramientas, los beneficios que perciben en su implementación y las principales barreras que limitan su adopción. El diseño del instrumento de recolección de datos incluyó preguntas estructuradas para evaluar distintos aspectos de la relación entre los pequeños negocios y las billeteras digitales. Entre los indicadores analizados se encuentran el nivel de conocimiento sobre estas tecnologías, la frecuencia de su uso, la satisfacción con las plataformas existentes y la intención de continuar utilizándolas en el futuro. Adicionalmente, se incluyeron preguntas abiertas para captar impresiones cualitativas sobre las experiencias de los comerciantes y sus expectativas respecto a la digitalización financiera.

El presente estudio contribuirá al entendimiento de la relación entre las billeteras digitales y la inclusión financiera en pequeños negocios, aportando evidencia empírica sobre su impacto y las oportunidades que ofrecen para la modernización del comercio local. Además, los hallazgos podrán ser utilizados para diseñar políticas públicas y estrategias privadas que fomenten la adopción de tecnologías digitales en sectores tradicionales de la economía, contribuyendo a la creación de un ecosistema financiero más inclusivo y eficiente.

Se puede inferir que la digitalización financiera representa un desafío y una oportunidad para las tiendas de barrio y panaderías del sector El Prado de Barranquilla. Con base en los resultados de esta investigación, se podrá promover la implementación de estrategias que faciliten la transición hacia modelos de negocio más modernos y resilientes, generando beneficios tanto para los comerciantes como para la comunidad en general.

2. FUNDAMENTO TEÓRICO

a. Antecedentes

Investigaciones como la de Montiel, Solano y Pulido (2024) han abordado el concepto de inclusión financiera desde un enfoque integral, analizando las variables teóricas que determinan su implementación. De manera complementaria, Rueda et al. (2015) examinaron la inclusión financiera en Colombia, identificando barreras estructurales que limitan su acceso en sectores informales.

A nivel internacional, Silva et al. (2020) utilizaron redes neuronales artificiales para evaluar el desempeño financiero de las micro, pequeñas y medianas empresas (MSMEs), subrayando la necesidad de incorporar soluciones tecnológicas para mejorar su sostenibilidad financiera. En un contexto más local, el estudio de Martínez Caraballo et al. (2017) analizó el desempeño financiero de las pymes exportadoras en Barranquilla, proporcionando un marco de referencia para comprender la dinámica de los pequeños negocios en la región.

El auge de las billeteras digitales en América Latina ha generado un cambio significativo en el ecosistema financiero, facilitando la inclusión de sectores tradicionalmente desatendidos (Luna-Martínez & Moreno, 2021). En Colombia, diversas iniciativas gubernamentales y privadas han impulsado el uso de pagos electrónicos como una estrategia para reducir la informalidad y aumentar la seguridad en las transacciones comerciales (Borrero-Domínguez et al., 2022).

El sector de las tiendas de barrio y panaderías, caracterizado por su alto grado de informalidad, enfrenta dificultades en la adopción de tecnologías financieras debido a la falta de alfabetización digital y al acceso limitado a infraestructura tecnológica (Arbelaez-Ruiz & Restrepo, 2020). No obstante, el avance de plataformas de pago y la creciente digitalización han favorecido la integración de las billeteras digitales como una solución eficiente y segura para las transacciones diarias en estos negocios (Patiño & Villalobos, 2023).

b. Billeteras Digitales

Las billeteras digitales son plataformas tecnológicas que permiten almacenar y gestionar fondos electrónicamente, facilitando pagos sin contacto y transacciones digitales a través de dispositivos móviles (Camargo & Mejía, 2021). Estas herramientas han redefinido la operación de los pequeños comercios, reduciendo la dependencia del efectivo y optimizando los procesos de compra y venta (Sarmiento & Peña, 2022).



Autores como Morales y Rincón (2023) destacan que el uso de billeteras digitales en pequeños negocios incrementa la eficiencia operativa, permitiendo una mayor trazabilidad de ingresos y gastos. Además, estudios realizados en México y Brasil evidencian que la adopción de estos sistemas disminuye el riesgo de robos y mejora la seguridad de las transacciones (Martínez-González & Suárez, 2021).

c. Inclusión Financiera

La inclusión financiera es un factor determinante para el desarrollo económico, ya que facilita el acceso a servicios financieros para poblaciones tradicionalmente excluidas (Torres & Carrillo, 2020). En Colombia, la adopción de billeteras digitales ha promovido la formalización de pequeños negocios y ha optimizado los sistemas de pago electrónico (Gómez & Prieto, 2022).

Estudios previos sugieren que la digitalización de pagos fomenta el crecimiento de negocios informales al facilitar el acceso a créditos y servicios bancarios (Rodríguez & Fernández, 2021). En Argentina, Chile y Perú, las billeteras digitales han demostrado ser un mecanismo efectivo para la bancarización de sectores populares, proporcionando beneficios tanto a consumidores como a pequeños comerciantes (Díaz & Muñoz, 2021).

d. Seguridad Digital

La seguridad digital en los sistemas de pago electrónico es un aspecto clave, ya que los pequeños comerciantes pueden estar expuestos a fraudes y ciberataques (Bermúdez & Chacón, 2021). Investigaciones recientes indican que la incorporación de autenticación biométrica y cifrado avanzado ha reducido significativamente los riesgos asociados a transacciones digitales (Linares & Vargas, 2022).

En Colombia, estudios realizados por Salazar et al. (2023) señalan que la desconfianza en la seguridad de los pagos digitales sigue siendo un obstáculo para su adopción en pequeños negocios. Sin embargo, la educación financiera y la capacitación en el uso de herramientas digitales han demostrado ser estrategias eficaces para mitigar estos riesgos.

e. Impacto Económico

El impacto económico de las billeteras digitales en pequeños negocios ha sido ampliamente documentado en estudios recientes (Restrepo & Mora, 2021). La digitalización de los pagos optimiza la gestión financiera, facilitando el control del flujo de caja y reduciendo los costos operativos vinculados al manejo de efectivo (García & Pérez, 2022).

Un estudio realizado en Medellín por Peña y Vargas (2023) concluyó que los negocios que adoptaron billeteras digitales experimentaron un incremento del 15% en sus ventas debido a la mayor facilidad de pago para los clientes. Además, la implementación de pagos digitales ha favorecido la formalización de la economía local, facilitando la recaudación de impuestos y el acceso a financiamiento formal (Quiroga & Ramírez, 2022).

f. Innovación Tecnológica

La innovación tecnológica en los sistemas de pago ha evolucionado rápidamente, incorporando inteligencia artificial, blockchain y autenticación biométrica para mejorar la seguridad y la experiencia del usuario (Martínez & Silva, 2021). En Colombia, las empresas fintech han liderado la transformación digital de los servicios financieros, promoviendo la adopción de billeteras digitales en sectores informales (Ramírez & Hurtado, 2023).

3. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la ejecución del presente estudio, se adoptó un enfoque cuantitativo con diseño descriptivo, permitiendo analizar la adopción de billeteras digitales en pequeños negocios alrededor de la Universidad Simón Bolívar, sede Barranquilla. El enfoque cuantitativo es idóneo para examinar fenómenos mediante la recolección y análisis de datos numéricos, facilitando la identificación de patrones y tendencias (Creswell & Creswell, 2018). Se seleccionaron 10 tiendas de barrio y panaderías como unidades de análisis, con el propósito de conocer la percepción, uso y barreras en la implementación de billeteras digitales. Según Hair, Hult, Ringle y Sarstedt (2021), los estudios cuantitativos en

entornos empresariales permiten extraer conclusiones generalizables cuando se analizan tendencias específicas dentro de un sector. La selección de las unidades de análisis se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, criterio adecuado cuando los participantes cumplen con características específicas relevantes para la investigación (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2019).

La recolección de datos se llevó a cabo mediante encuestas estructuradas aplicadas de manera presencial a propietarios y empleados de los establecimientos seleccionados. La encuesta incluyó preguntas cerradas y de escala Likert, lo que permitió cuantificar el nivel de adopción de billeteras digitales, así como la percepción de seguridad, los beneficios y las barreras asociadas a su uso. De acuerdo con Dillman, Smyth y Christian (2016), el diseño de encuestas con escalas de respuesta estructuradas facilita el análisis estadístico y mejora la confiabilidad de los datos obtenidos. Además, la aplicación cara a cara garantizó una mayor tasa de respuesta y permitió resolver dudas en tiempo real, mejorando la calidad de la información recolectada (Bryman, 2016). Para la digitalización de los datos, se empleó OneDrive Forms, una herramienta que facilita la automatización del registro de respuestas y minimiza errores en la transcripción manual (Zikmund, Babin, Carr, & Griffin, 2019).

El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva, con el objetivo de identificar patrones y tendencias en el uso de billeteras digitales. Se calcularon frecuencias, porcentajes y medidas de tendencia central para describir las respuestas de los participantes. Para la interpretación de los resultados, se contrastaron los hallazgos con estudios previos en el ámbito de la digitalización financiera en pequeños negocios, siguiendo la metodología propuesta por Malhotra y Dash (2022), quienes destacan la importancia de vincular los resultados empíricos con el marco teórico existente. Adicionalmente, se realizó un análisis de correlación para explorar la relación entre el nivel de adopción de billeteras digitales y la percepción de seguridad en las transacciones, alineándose con la perspectiva de Hair et al. (2021) sobre el análisis de relaciones en entornos empresariales. Finalmente, los resultados fueron organizados en tablas y gráficos para facilitar su interpretación y discusión, siguiendo las mejores prácticas recomendadas en investigación cuantitativa aplicada (Creswell & Creswell, 2018).

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de los resultados obtenidos en esta investigación permite identificar patrones, tendencias y variaciones que aportan una comprensión más profunda del fenómeno estudiado, estableciendo su relación con el marco teórico y los objetivos planteados. A través de una interpretación crítica y comparativa, se contrastan los hallazgos con estudios previos y teorías relevantes, lo que facilita la identificación de coincidencias, discrepancias y posibles nuevas perspectivas. Además, se examinan los factores contextuales y metodológicos que pudieron influir en los resultados, considerando tanto sus implicaciones teóricas como su aplicabilidad en el ámbito académico y profesional. Esta discusión no solo busca validar o cuestionar hipótesis iniciales, sino también generar reflexiones que contribuyan al avance del conocimiento en el área de estudio. Finalmente, se reconocen las limitaciones del estudio y se sugieren posibles líneas de investigación futura que permitan profundizar en los aspectos abordados, favoreciendo así una visión integral y fundamentada del tema analizado.

Tabla 1. Respuestas de la encuesta por comercio

Comercio	¿Acepta pagos digitales?	Billeteras Aceptadas	¿Aumento en ventas?	Satisfacción (1-5)	¿Complicado implementar?	¿Recomendaría?	% de Ventas Digitales
Panadería el trópico	Si	Nequi, Daviplata	Si	55	No	Si	25%-50%25%-50%
Tienda el trópico	Si	Nequi, Daviplata	Si	55	No	Si	25%-50%25%-50%
Minimercado García Rovira	No	--	--	--	--	--	--
Tienda los viejos acacios	Si	Nequi	No	44	Si (Falta de conocimiento)	Si	<25%<25%
Tienda Pradito	Si	Nequi	Si	55	No	Si	25%-50%25%-50%

Tienda brisa del mar	No	--	--	--	--	--	--
Panadería Yerripan de la 62	No	--	--	--	--	--	--
Tienda la Economía	Si	Nequi, Daviplata	Si	44	No	Si	<25%<25%
Abastos la rueda	Si	Nequi	No	33	Si (Falta de conocimiento)	Si	<25%<25%
Tienda la Redención	Si	Nequi	Si	44	Si (Falta de conocimiento)	Si	<25%<25%

Fuente: Elaboración propia, 2024

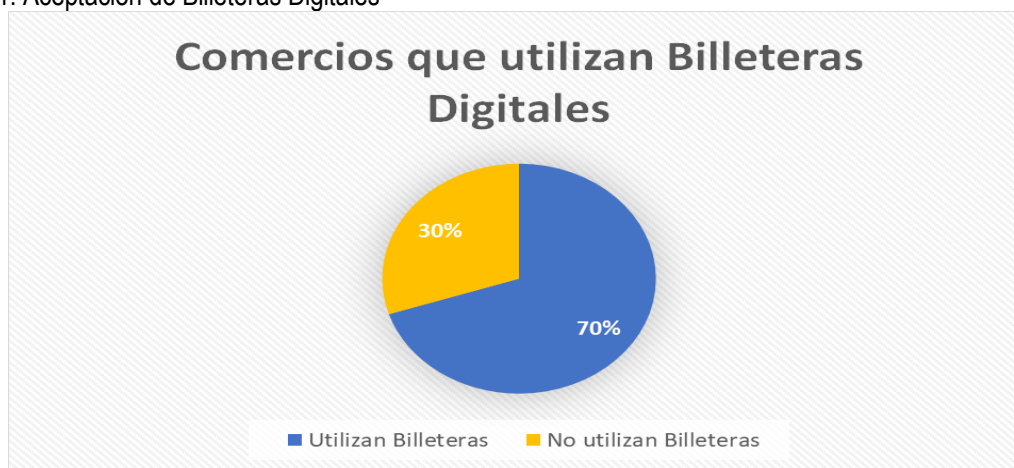
La información anterior evidencia que: de los 10 encuestados, 7 de ellos adoptaron como medio de pago una de las billeteras digitales activas en el mercado, entonces, la tendencia de adopción de billeteras digitales entre las tiendas de barrio y panaderías alrededor de la Universidad Simón Bolívar representa un 70%, indicando que la mayoría ha integrado esta forma de pago y que, todavía hay una minoría que no lo ha hecho. Esto confirma la tendencia de adopción de pagos digitales en pequeños comercios, como lo han señalado Borrero-Domínguez et al. (2022) y Díaz & Muñoz (2021), quienes destacan que la digitalización financiera en América Latina ha permitido la inclusión de sectores tradicionalmente desatendidos.

Además, los datos muestran que algunos comerciantes perciben barreras como la falta de conocimiento y capacitación, lo que coincide con los hallazgos de Arbelaez-Ruiz & Restrepo (2020) sobre la baja alfabetización digital en sectores informales. Esto sugiere la necesidad de estrategias de educación financiera y acompañamiento para mejorar la adopción de estos métodos de pago.

La Gráfica 1 muestra que la adopción de billeteras digitales en el sector analizado es del 70%, lo que refleja una transformación significativa en las prácticas comerciales. Esta cifra está en línea con el estudio de Luna-Martínez & Moreno (2021), quienes indican que el crecimiento de las billeteras digitales en América Latina ha sido impulsado por el acceso a internet y la necesidad de métodos de pago más seguros.

Sin embargo, el 30% de los negocios que no han adoptado billeteras digitales sugiere que aún existen desafíos en la digitalización del sector, como la desconfianza en la seguridad digital, documentada por Salazar et al. (2023). Esto refuerza la importancia de implementar campañas de concienciación sobre la seguridad y beneficios de estos sistemas.

Gráfica 1. Aceptación de Billeteras Digitales



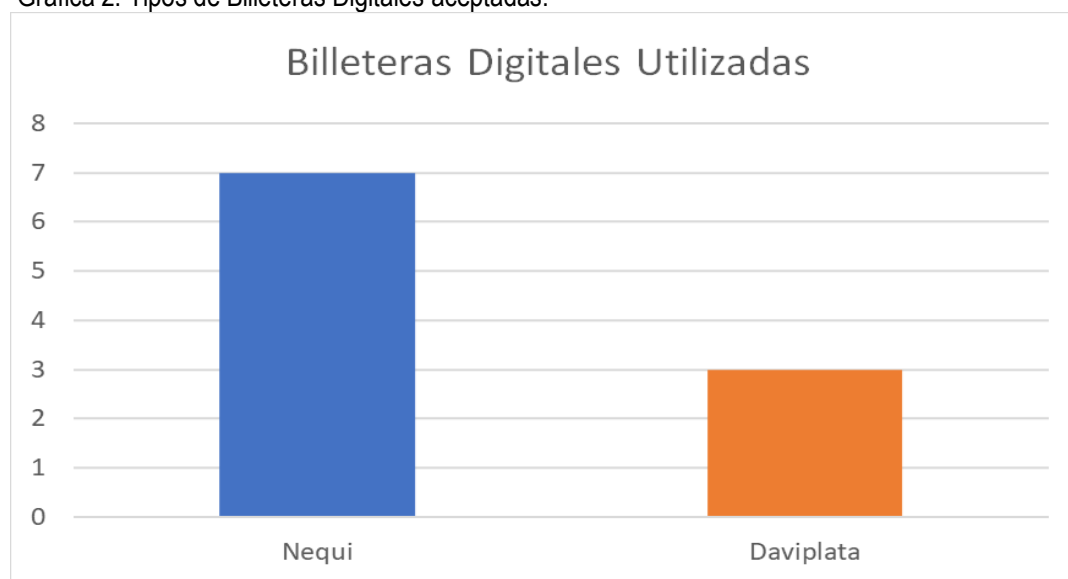
Fuente: Elaboración propia, 2024

Este indicador de aumento en la adopción y uso de billeteras digitales es coherente con lo afirmado en el periódico El Colombiano en su edición del pasado 13 de diciembre del año 2023, basado en un estudio realizado por Fiserv, una empresa de tecnología financiera, quien entrevistó a 600 colombianos de las diferentes regiones, y en base a su indagación afirma que “el aumento del acceso a internet ha brindado a los consumidores más opciones para realizar transacciones financieras desde cualquier lugar, lo que ha impulsado un cambio en los hábitos de consumo en los medios de pago en el país”. Evidencia en este estudio que el “El uso de billeteras virtuales o digitales ya están transformando la forma en que se realizan los pagos en Colombia”.

Este nivel de adopción es significativo, dado que las tiendas de barrio y panaderías tradicionalmente han operado con pagos en efectivo. La tendencia indica un avance en la digitalización de pagos, pero aún existe una porción de comerciantes que no han incorporado estas herramientas, posiblemente debido a factores como desconocimiento, desconfianza o falta de infraestructura digital.

Cuando se indagó sobre los tipos de Billeteras digitales utilizadas, se evidenció que en el 100% de los establecimientos de comercios abordados que emplean billeteras digitales, Nequi es la billetera digital predominante, y en el 30% también utilizan Daviplata, quien tiene una presencia notable pero no tan fuerte, este dato se muestra en la siguiente gráfica:

Grafica 2. Tipos de Billeteras Digitales aceptadas.



Fuente: Elaboración propia, 2024

El abordaje realizado no indagó sobre las causas del por qué Nequi era la billetera digital más utilizada por ellos, sin embargo, al analizar esta tendencia desde los aportes científicos o investigativos realizados de forma rigurosa y seria, encontramos que según datos del diario la Republica, en su edición del 27 de marzo del año 2023, informa que “las dos apps con mayor número de usuarios son DaviPlata y Nequi con 16 millones de usuarios, y le siguen Movii con 4 millones, Tuya Pay con 1,3 millones y dale! con cerca de un millón.”, así como también informa que “Los bancos y las billeteras digitales han aumentado su alcance de 30% en 2017 a más de 80% en 2022.”

La dominancia de Nequi en el mercado de billeteras digitales puede explicarse por su facilidad de uso, popularidad entre los consumidores y su integración con la banca tradicional. Daviplata, aunque utilizada, tiene una menor presencia, lo que sugiere que aún enfrenta barreras de adopción.

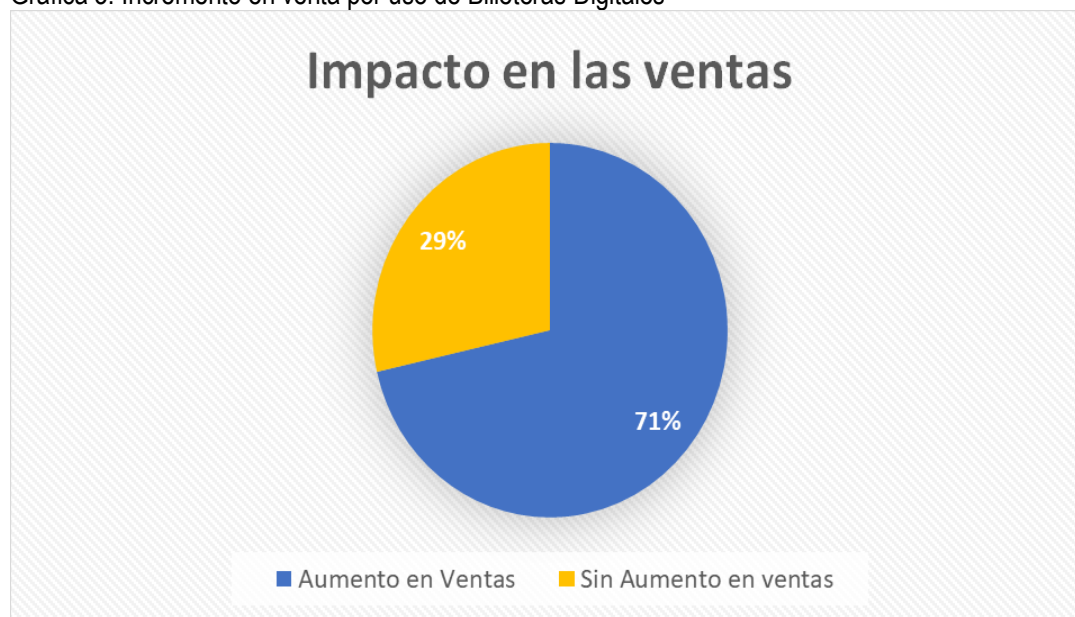
Las empresas que ofrecen servicios de billeteras digitales pueden utilizar estos hallazgos para fortalecer estrategias de marketing y educación financiera, enfocadas en destacar beneficios diferenciales frente a la competencia. Esto es coherente con los hallazgos de Martínez-González & Suárez (2021), quienes señalan que la

preferencia de los pequeños comercios por ciertas billeteras digitales se debe a la facilidad de uso y la integración con cuentas bancarias.

El predominio de Nequi también coincide con los datos presentados por Ramírez & Hurtado (2023) sobre la transformación digital liderada por las fintechs en Colombia. Este resultado sugiere que la facilidad de acceso y la confianza en la plataforma son factores clave en la elección de los comerciantes.

Al resaltar la influencia positiva de la implementación de billeteras digitales en las ventas, se evidencia que el 71% de los negocios experimentaron un aumento en su rendimiento comercial, dato que se refleja en la siguiente gráfica:

Grafica 3. Incremento en venta por uso de Billeteras Digitales



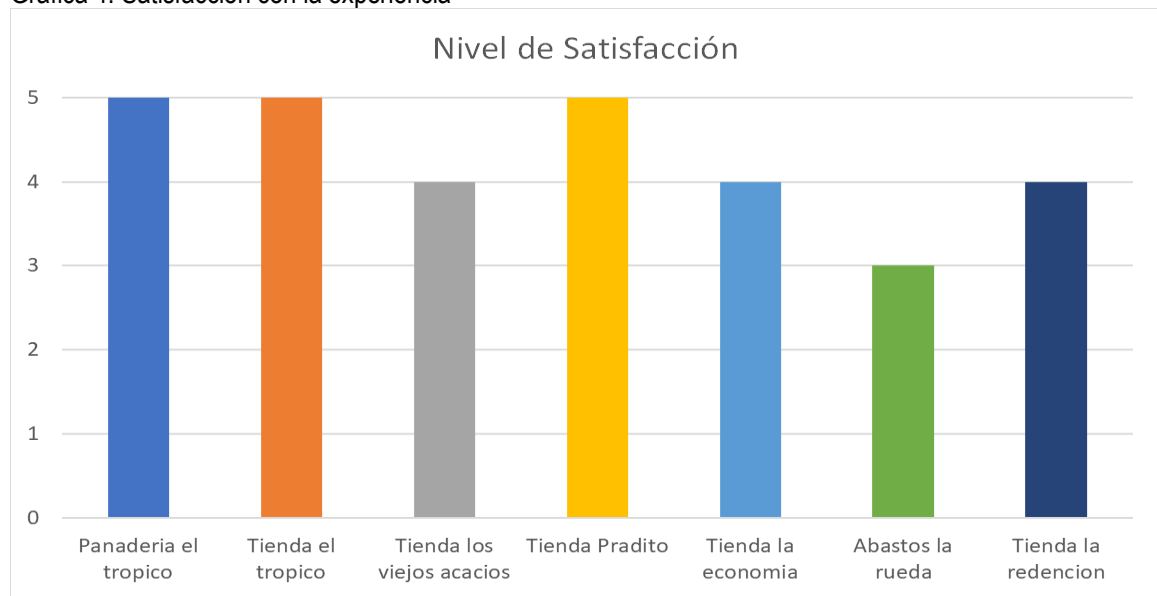
Fuente: Elaboración propia, 2024

Este hallazgo sugiere que la digitalización de los pagos no solo facilita las transacciones, sino que también puede aumentar la clientela y las ventas. Sin embargo, la falta de mejoras en ventas en ciertos comercios puede estar relacionada con factores como falta de promoción del uso de billeteras digitales o desconfianza en los métodos de pago electrónicos por parte de algunos consumidores.

Lo anterior, respalda la teoría de que la digitalización de pagos mejora el rendimiento financiero, como lo argumentan Peña y Vargas (2023) en su estudio sobre Medellín. Este resultado confirma que el uso de billeteras digitales no solo facilita las transacciones, sino que también amplía la clientela y reduce las pérdidas por falta de cambio o problemas con el manejo de efectivo. Sin embargo, el 29% de los comercios que no reportaron incremento en ventas sugiere que la sola adopción de billeteras digitales no es suficiente, sino que debe ir acompañada de estrategias de promoción y educación financiera, como proponen Gómez & Prieto (2022).

En la gran mayoría de los comercios encuestados se presenta un alto nivel de satisfacción con la utilización de las billeteras digitales, lo que indica una implementación exitosa y bien recibida. Se puede evidenciar el nivel de satisfacción por comercio en la siguiente gráfica:

Grafica 4. Satisfacción con la experiencia



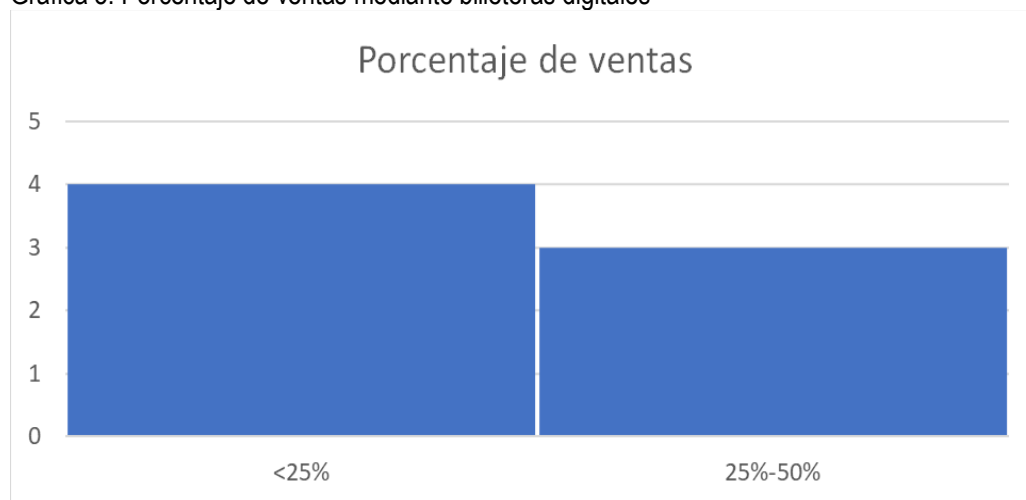
Fuente: Elaboración propia, 2024

La Gráfica 4 muestra que la mayoría de los comerciantes que han implementado billeteras digitales están altamente satisfechos con su uso. Esto es consistente con los hallazgos de Morales y Rincón (2023), quienes afirman que la digitalización mejora la eficiencia operativa al permitir una mejor trazabilidad de ingresos y gastos.

Sin embargo, en la Tabla 1 se observa que algunos comerciantes perciben la implementación de estos sistemas como compleja, lo que sugiere que la satisfacción no solo depende de la funcionalidad de las billeteras digitales, sino también del conocimiento y formación que tengan los usuarios. En este sentido, la propuesta de Salazar et al. (2023) de promover programas de capacitación es clave para consolidar el uso de estas herramientas.

En los 7 negocios encuestados que implementaron los pagos con billeteras digitales, el porcentaje de sus ventas con esta herramienta son del 50% o menos, evidenciando un margen significativo de mejora. Este dato se refleja en la siguiente gráfica:

Grafica 5. Porcentaje de ventas mediante billeteras digitales



Fuente: Elaboración propia, 2024



A pesar de la adopción de billeteras digitales, la Gráfica 5 muestra que en los comercios encuestados menos del 50% de las ventas se realizan a través de estos medios, lo que indica que el efectivo sigue siendo el método preferido de pago. Esto refuerza los estudios de Torres & Carrillo (2020), quienes sostienen que la digitalización financiera enfrenta barreras culturales y de hábito entre los consumidores.

Este hallazgo sugiere que, aunque los comerciantes han adoptado billeteras digitales, su uso no ha sido completamente interiorizado por los clientes. La implementación de incentivos, como descuentos o promociones por pagos digitales, podría ser una estrategia efectiva para cambiar estos hábitos, como sugieren Restrepo & Mora (2021) en su análisis sobre el impacto económico de la digitalización.

5. CONCLUSIONES

El estudio sobre el impacto de las billeteras digitales en tiendas de barrio y panaderías del sector El Prado de Barranquilla ha permitido evidenciar una transformación progresiva en la forma en que estos negocios gestionan sus transacciones. Los hallazgos sugieren que la adopción de pagos digitales está en aumento, lo que indica un cambio en las dinámicas comerciales y financieras de los pequeños establecimientos. Sin embargo, la implementación de estas tecnologías aún enfrenta barreras relacionadas con la alfabetización digital, la desconfianza en la seguridad de los sistemas y la preferencia por métodos de pago tradicionales.

Se ha identificado que ciertas plataformas digitales son preferidas por los comerciantes debido a su facilidad de uso y accesibilidad, lo que demuestra que la familiaridad con la tecnología y la simplicidad operativa son factores clave en la adopción de estos medios de pago. No obstante, la diversificación de las opciones de pago aún es limitada, lo que podría restringir el alcance de la digitalización en estos comercios.

Los resultados también indican que el uso de billeteras digitales puede generar un impacto positivo en la actividad comercial, facilitando transacciones más ágiles y mejorando la experiencia del cliente. No obstante, su adopción no garantiza automáticamente un incremento en las ventas, lo que sugiere que su implementación debe ir acompañada de estrategias de promoción y educación tanto para comerciantes como para consumidores.

Si bien los comerciantes que han implementado estos sistemas manifiestan una percepción positiva sobre su uso, persisten desafíos en términos de capacitación y confianza en la seguridad de las transacciones. La necesidad de fortalecer la educación financiera y ofrecer acompañamiento en la adopción de estas tecnologías se presenta como una prioridad para consolidar su integración en el sector.

A pesar de la incorporación progresiva de los pagos digitales, el efectivo sigue siendo el método predominante de transacción en estos negocios. Esto indica que los hábitos de consumo aún están en proceso de cambio y que es necesario fomentar estrategias que incentiven el uso de billeteras digitales, promoviendo su aceptación tanto en los comerciantes como en los clientes.

En términos de inclusión financiera, las billeteras digitales representan una herramienta clave para la modernización de los pequeños comercios, facilitando su acceso a servicios financieros y reduciendo los riesgos asociados al manejo de efectivo. Sin embargo, para lograr un impacto más profundo, es fundamental superar las barreras tecnológicas y fortalecer la confianza en estos sistemas, promoviendo su uso a través de iniciativas educativas, incentivos económicos y alianzas estratégicas entre comercios, instituciones financieras y plataformas tecnológicas.

Este estudio resalta la importancia de continuar explorando la digitalización en el sector de los pequeños comercios y de diseñar estrategias que permitan su implementación efectiva. La transformación digital no solo puede mejorar la eficiencia operativa de estos negocios, sino que también puede contribuir a la formalización y fortalecimiento de la economía local.

6. LISTA DE REFERENCIAS

- Arbelaez-Ruiz, C., & Restrepo, J. (2020). Inclusión financiera y acceso a tecnologías en Colombia. *Revista Latinoamericana de Economía*, 15(2), 45-60.
- Borrero-Domínguez, P., Gómez, L., & Muñoz, J. (2022). Pagos electrónicos y formalización del comercio en Colombia. *Revista de Finanzas y Desarrollo*, 27(1), 101-125.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford University Press.
- Camargo, J., & Mejía, M. (2021). Transformación digital y servicios financieros. *Revista Colombiana de Tecnología Financiera*, 14(3), 77-92.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE publications.
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2016). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE publications.
- Luna-Martínez, J., & Moreno, R. (2021). Transformación digital y su impacto en la inclusión financiera en América Latina. *Estudios de Economía Digital*, 12(4), 67-89.
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2022). *Marketing research: An applied orientation* (7th ed.). Pearson Education.
- Martínez Caraballo, A., Rodríguez, F., & Paredes, M. (2017). Desempeño financiero de las pymes exportadoras en Barranquilla. *Revista Espacio*.
- Martínez-González, A., & Suárez, D. (2021). Seguridad en transacciones digitales en pequeños negocios. *Journal of Financial Technology*, 9(2), 120-138.
- Montiel, A. J. U., Solano, J. A. S., & Pulido, R. A. P. (2024). Análisis integral de categorías teóricas en la inclusión financiera: una revisión sistemática. *Revista Venezolana de Gerencia: RVG*, 29(12), 1009-1028.
- Peña, M., & Vargas, R. (2023). Adopción de pagos digitales en pymes. *Revista de Innovación Empresarial*, 18(2), 88-104.
- Rueda, L., García-Bohórquez, N., Esguerra-Umaña, M. D. P., Cano-Sánz, C. G., & Velasco-Martínez, A. M. (2015). Inclusión financiera en Colombia.
- Salazar, M., Peñuela, D., & Vargas, R. (2023). Seguridad digital en pagos electrónicos: Desafíos y estrategias. *Revista Colombiana de Tecnología Financiera*, 14(2), 133-159.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed.). Pearson Education.
- Silva, J., Hernández, L., Hernández, A. E., Varela, N., Palma, H. H., Bilbao, O. R., ... & Guliany, J. G. (2020). Measuring the Financial Performance of MSMEs Through Artificial Neural Networks. In *International Conference on Communication, Computing and Electronics Systems: Proceedings of ICCCES 2019* (pp. 185-192). Springer Singapore.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2019). *Business research methods* (10th ed.). Cengage Learning.