

29

Fecha de presentación: febrero, 2023

Fecha de aceptación: abril, 2023

Fecha de publicación: junio, 2023

ESTUDIO

SOBRE EL ESTADO DEL ARTE EN EL USO DE LA APLICACIÓN BIMO.
CASO SANTO DOMINGO, ECUADOR

STUDY ON THE STATE OF THE ART IN THE USE OF THE BIMO APPLICATION. CASE OF SANTO DOMINGO, ECUADOR

Fanny Maricela Pozo Hernández¹

E-mail: us.fannypoza@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7551-6878>

Jorge Hernán Almeida Blacio¹

E-mail: us.jorgealmeida@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6716-9113>

Oscar Rodrigo Aldaz Bombón¹

E-mail: us.oscaraldaz@uniandes.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5223-8203>

¹ Universidad Regional Autónoma de Los Andes Santo Domingo. Ecuador.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Pozo Hernández, F. M., Almeida Blacio, J. H., & Aldaz Bombón, O. R. (2023). Estudio sobre el estado del arte en el uso de la aplicación BIMO. Caso Santo Domingo, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 251-258.

RESUMEN

El desarrollo de la innovación financiera junto a los avances de las tecnologías de información ha permitido incrementar la validez del sistema financiero. Luego en el 2019, se experimentó un lanzamiento exponencial del dinero electrónico. Con la llegada de la Covid-19 donde el aislamiento impuesto de forma internacional, este comenzó a ser una realidad para muchos países, aunque desconocieran su concepto. En el caso de Ecuador, el dinero electrónico es una realidad desde el 2014. Como alternativa ecuatoriana, aparecen aplicaciones como BIMO (Billetera Móvil) de la cual aún hoy existe un desconocimiento y duda en la ciudadanía si estas nuevas herramientas son una alternativa segura que brinde un componente de confianza a los usuarios que se beneficiarán de este servicio financiero. Por lo que la presente investigación persigue como objetivo principal describir el estado del arte de los ecuatorianos y ecuatorianas en el uso de esta iniciativa. Para el desarrollo del trabajo se realizó una encuesta informativa sobre BIMO que aporte datos sobre el estado del arte respecto las billeteras móviles en Ecuador. Así como se determinar oportunidades de mejora para la elaboración de un plan con acciones para incentivar el uso de la aplicación.

Palabras clave: Innovación financiera, tecnologías de información, dinero electrónico, billetera móvil (BIMO), uso de aplicaciones financieras

ABSTRACT

The development of financial innovation along with advances in information technologies has allowed for an increase in the validity of the financial system. Then in 2019, there was an exponential launch of electronic money. With the arrival of Covid-19 and the internationally imposed isolation, electronic money became a reality for many countries, even though they were unfamiliar with its concept. In the case of Ecuador, electronic money has been a reality since 2014. As an Ecuadorian alternative, applications such as BIMO (Mobile Wallet) appear, of which there is still a lack of awareness and doubt among citizens as to whether these new tools are a safe alternative that provides a component of trust to users who will benefit from this financial service. Therefore, the main objective of this research is to describe the state of the art of Ecuadorians in the use of this initiative. For the development of the work, an informative survey was conducted on BIMO that provides data on the state of the art regarding mobile wallets in Ecuador. This will determine opportunities for improvement in order to create a plan with actions to encourage the use of the application.

Keywords: Financial innovation, information technologies, electronic money, mobile wallet (BIMO), use of financial applications

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de la innovación financiera en los últimos años, aunado con los avances de las tecnologías de información, ha permitido incrementar la eficiencia del sistema financiero. Un factor importante que ha contribuido con dicho impulso es que las autoridades monetarias han conducido a los mercados de bienes, activos y servicios a los sistemas electrónicos de pago para que los agentes que participan en dichos mercados puedan realizar transferencias de fondos de manera rápida, sencilla y segura. Un sistema de pagos seguro, flexible y eficiente contribuye a que la autoridad supervise y regule con mayor eficacia las operaciones que se realizan en los diferentes mercados (Figueroa & Martínez, 2014).

El dinero electrónico tiene múltiples ventajas, entre ellas facilitar la realización de operaciones de alto valor o complejidad logística. También es una opción más segura, ya que evita tener que llevar dinero en efectivo para hacer compras y pagos y los riesgos que ello conlleva. Y finalmente el dinero electrónico y ha facilitado la vida, ya que través de plataformas virtuales permite hacer a diversas transacciones sin tener que desplazarse, como por ejemplo pagar los servicios públicos, comprar el mercado, comprar tiquetes de avión, entre muchas otras (Finanzas Prácticas, 2023).

Este tipo de dinero no es otra cosa que el que se almacena en un medio electrónico o magnético (por ejemplo, en la tarjeta débito o crédito o el que tienes en la cuenta de banco) y el cual puedes utilizar para hacer transacciones a través de plataformas o mecanismos virtuales como aplicaciones de celular, páginas web, cajeros electrónicos o datáfonos, sin deber tenerlo físicamente. En este sentido, el dinero electrónico es una abstracción del dinero físico, ya que se cuenta con él, pero no se necesita verlo ni tenerlo en para hacer transacciones (Finanzas Prácticas, 2023).

El uso de este dinero electrónico en la economía mundial es utilizado desde hace algunas décadas en países con alto nivel de desarrollo como:

- En los Países Bajos se utiliza el Chipknip que se implementó en el año 1996, este sistema es manejado por una tarjeta inteligente proporcionada por los bancos en el que el usuario realiza una recarga de cualquier valor y puede efectuar múltiples transacciones de uso diario como son: aparcamiento, supermercados, bares etc.
- En Hong Kong, el sistema de pago electrónico se realiza con una tarjeta recargable llamada Octopus. Cuenta con un procesador incorporado, se introdujo en el mercado en septiembre de 1997, en un principio

se la utilizó como tarjeta de pago para el transporte público, en la actualidad la tarjeta Octopus se ha transformado en un sistema de pago de extenso uso en tiendas, supermercados, restaurantes y otro tipo de negocios. Se trata de un sistema de pago electrónico de gran acogida, con cerca de 17 millones de tarjetas en circulación (aproximadamente el doble de la población hongkonesa) en el que realizan alrededor de 8 millones de transacciones diarias.

Conforme al avance de la tecnología en el año 2013, se experimentó un gran movimiento de los llamados movilizadores de depósitos bancarios. La tecnología asociada a los movimientos de información permitió que las cámaras de compensación interbancaria o los movilizadores de fondos se beneficiaran paso a paso con los nuevos desarrollos, adaptándose formalmente a los mismos, aunque sin cambios en su esencia monetaria (Plaza, 2014).

Luego en el 2019, se experimentó un impulso exponencial con la llegada de la Covid-19 donde el aislamiento impuesto de forma internacional obligó al dinero electrónico a ser una parte de la realidad para muchos países, aunque desconocieran su concepto. Las tecnologías de información implementadas en los sistemas de pago han incrementado la oferta de servicios mediante medios móviles, con una adopción aún limitada siendo un momento de gran incertidumbre geopolítica (Xu & Kinky, 2023). La utilización de los medios de pago virtuales fueron adoptados por jóvenes millennials, los cuales fueron impulsores de la expansión en el uso del dinero electrónico, bancas móviles, las criptomonedas (Bermeo-Giraldo et al., 2019). Todo ello de suma importancia para los inversionistas, los administradores de cartera, los reguladores y los encargados de formular políticas, que están obligados a seguir el impacto dentro de los mercados en la dinámica de los efectos indirectos por el bien de las decisiones de inversión y la estabilidad financiera tomando en consideración su volatilidad (Apergis, 2023; Lee & Jeong, 2023).

En esta época de pandemia se ha incrementado el uso de las aplicaciones móviles financieras debido a que las personas se han acostumbrado con la cuarentena a realizar sus transacciones en casa desde sus teléfonos celulares inteligentes. Sin embargo, existen diferentes tipos de aplicaciones móviles financieras, que se pueden diferenciar principalmente en billeteras digitales y aplicaciones de banca móvil. La diferencia principal entre ellas es que las billeteras digitales tienen funcionalidades más simples y fáciles de usar, mientras que las aplicaciones de banca móvil tienen muchas más funcionalidades. Sin embargo, existen combinaciones entre ellas, así como diferentes funcionalidades. Las aplicaciones de los bancos se conocen como "Banca Móvil" y permiten hacer la mayoría de las funcionalidades que podría hacer en una agencia

o cajero automático, generalmente están asociadas a una tarjeta de débito vinculada a una cuenta de ahorro en el banco (Barragán, 2021).

El dinero electrónico en Ecuador

En el caso de Ecuador, el dinero electrónico es una realidad desde hace varios años previos a la Covid. En el año 2014 se lanzó Dinero Electrónico como un sistema de pago móvil desarrollado por el Banco Central del Ecuador que permitía a los ciudadanos transferir saldos en USD en tiempo real de persona a persona utilizando teléfonos celulares básicos. El producto "sistema de dinero electrónico", con acceso para todo el público y de manera especial la población socioeconómica media – baja fue cada vez reemplazado por transacciones realizadas por medios electrónicos. Todo ello promovido porque los consumidores comienzan a reconocer al dinero electrónico como algo que tiene valor como son las monedas fraccionarias emitidas por el Banco Central del Ecuador, las tarjetas de débito que emiten los bancos, los cheques o las transferencias electrónicas, pero con mayores ventajas y menos costos para el público (Arauz et al., 2021).

Como alternativa para la inclusión financiera ecuatoriana, aparecen entonces aplicaciones como BIMO (Billetera Móvil) en el 2019, de la cual aún hoy existe un desconocimiento (Quihui, 2021) y duda en la ciudadanía si estas nuevas herramientas son una alternativa segura que brinde un componente de confianza a los usuarios que se beneficiarán de este servicio financiero. Por lo que la presente investigación persigue como objetivo principal describir el estado del arte de los ecuatorianos y ecuatorianas en el uso de esta iniciativa.

Para el desarrollo del trabajo se pretende entonces:

1. Realizar una encuesta informativa sobre BIMO que aporte datos sobre el estado del arte respecto las billeteras móviles en Ecuador.
2. Determinar oportunidades de mejora para la elaboración de un plan con acciones para incentivar el uso de la aplicación.

MÉTODOS Y MATERIALES

El desarrollo de la presente investigación tuvo un alcance descriptivo con un enfoque modalidad mixta cuali-cuantitativa, puesto que se logró recolectar y analizar datos tanto cualitativos como cuantitativos, la tendencia fue al paradigma cualitativo, la investigación tuvo su punto de partida con la revisión bibliográfica puesto que permitió el acceso a conocimientos y posturas del tema en estudios realizados con anterioridad. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo porque intenta describir las

situaciones que se presentan en el sector, el tipo de diseño no experimental transeccional o transversal, analizar su incidencia en un momento dado, así como también permitió generar datos numéricos que permitieron la interpretación de la situación existente de los usuarios de Mutualista Pichincha con relación a la aceptación de BIMO como medio de pago.

Se llevó a cabo la recolección de datos primordiales para la investigación, mediante la técnica de la encuesta, a través de su instrumento el cuestionario, que fue previamente establecido en base a preguntas cerradas de elección única. Se utilizó herramientas digitales las encuestas fueron diseñadas y aplicadas mediante la facilidad de los Formularios de Google Drive, que se remitieron por medio de correos electrónicos, que estuvieron orientados a los usuarios de Mutualista Pichincha de Santo Domingo. Para determinar la muestra se aplicó el muestreo aleatorio simple, los clientes de la ciudad de Santo Domingo que constituyen la población fue de 16.300 usuarios, y aplicando la fórmula de población finita se obtiene una muestra de 376.

Fórmula de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * N * P * Q}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q} \quad (1)$$

Sustituyendo los indicadores en la ecuación 1, se tiene lo siguiente:

$$3,8416 * 16.300 * 0.5 * 0.5$$

$$0.05^2 * (16.300 - 1) + 3.8416 * 0.5 * 0.5$$

N= 376 clientes a encuestar como muestra para la presente investigación.

RESULTADOS.

Qué es y cómo funciona BIMO

La propuesta de BIMO surgió en 2017, tras la disposición del expresidente Lenin Moreno de pasar el proyecto de dinero electrónico, que estaba en manos del Banco Central del Ecuador (BCE), a entidades privadas. Durante el mandato del expresidente Rafael Correa, el proyecto de dinero electrónico fue cuestionado desde diferentes sectores por el temor de la implementación de un sistema de dinero paralelo al dólar. El sistema llegó a su fin el 31 de marzo de 2018 y la propuesta pasó a los bancos privados. Luego de más de un año, en octubre de 2019, las entidades financieras presentaron BIMO, bajo la operación de Banred, **la plataforma de cajeros** y transacciones de las entidades financieras privadas (Angulo, 2022).

Para su impulso se buscó alianzas en los pequeños negocios y taxistas. Cerca de 1000 taxistas dispusieron de este medio de pagos, el cual se implementó en 2020 para evitar el contacto con dinero físico para evitar los contagios de Covid-19. Pero la falta de comunicación y de información ha dado paso a que la gente lo deje a un lado. Por otra parte, apareció BICO (Billetera de las Cooperativas) como iniciativa de grandes cooperativas. No obstante, no se han logrado posicionar al día de hoy, lo que ha posibilitado el arranque de otras aplicaciones de índole similar como la de la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (Asobanca) (Angulo, 2022).

Su funcionamiento es básico a continuación, se ilustra (Quihui, 2021):

- La billetera móvil de cada usuario corresponde a su número celular y está asociada a una institución financiera en la que posea una cuenta, no obstante, si el usuario no dispone de la misma, puede abrir una cuenta básica desde la App BIMO.
- Existen ciertos requisitos que cada persona debe cumplir para hacer uso del servicio de BIMO, estos son:
 - Tener la cédula de identidad ecuatoriana
 - Poseer una cuenta en alguna institución financiera del país ya sean bancos, cooperativas o mutualistas que ofrezcan el servicio de billetera móvil BIMO.
 - Contar con una línea activa de celular en cualquier operadora móvil autorizada en Ecuador (Claro, CNT, Movistar, Tuenti)
 - Si el usuario dispone de una cuenta, sea básica, corriente o de ahorros en alguna institución financiera: banco, cooperativa o mutualista que cuenten con el servicio de billetera móvil de BIMO, entonces la persona interesada debe acercarse a los canales oficiales de su entidad financiera para activar el servicio y poder vincular su cuenta con su billetera móvil. Sin embargo, si no posee una cuenta en ninguna institución financiera, el interesado puede crearse una cuenta básica a través de la aplicación BIMO con 4 sencillos pasos.

Existen tres operaciones básicas que es posible efectuar a través de la App de BIMO, estas son:

- Pagos
- Cobros
- Retiros

Estado del arte en el uso de esta iniciativa

A partir de lo anterior se desarrolló una encuesta a aplicar entre 376 usuarios de Mutualista Pichincha de Santo Domingo de los Colorados. La encuesta formulada se aplicó obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 1. Pregunta 1- ¿Conoce usted qué es el dinero electrónico o BIMO?

Categorías	Porcentajes
SI	43.8%
NO	56.2%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Pregunta 2- ¿Estaría de acuerdo en pagar sus compras con dinero electrónico?

Categorías	Porcentajes
SI	23.8%
NO	45.0%
A VECES	31.2%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Pregunta 3- ¿Considera usted que el uso de BIMO como medio de pago tiene beneficios?

Categorías	Porcentajes
Pagos ágiles	30%
Pagos seguros	28%
Pago inmediato	18%
Seguridad personal	24%
Ningún beneficio	0%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Pregunta 4- ¿Cuál es su principal inconveniente al utilizar la banca electrónica?

Categorías	Porcentajes
No desea el servicio	23%
Desconocimiento de tecnología	15%
Problemas de internet	9%
No posee dispositivos electrónicos	2%
Tiene desconfianza	13%
Ningún impedimento	38%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Pregunta 5- ¿Considera usted que existe información suficiente para el uso del dinero electrónico?

Categorías	Porcentajes
SI	10%
NO	64%
MUY POCO	26%
TOTAL	100%

Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

Sobre el estado del arte del uso de BIMO por parte de usuarios encuestados, se puede decir que:

- El 30% de los usuarios manifiestan que este medio de pago permitirá realizar transacciones ágiles, mientras que el 28% de ellos creen que serán transacciones seguras. Por otra parte, se identificó que el 18% se encuentran atraídos porque los pagos son inmediatos no hay límite de tiempo de efectivizarían de pago, el 24% cree que esta inclusión los beneficiaría con seguridad personal ya que no tienen que llevar efectivo, y ningún encuestado manifiesta no tener beneficios al usar de BIMO.
- Tras el análisis de la aceptación que tienen los usuarios de Mutualista Pichincha sobre uso de BIMO como medio de pago, demuestran la importancia de utilizar el dinero electrónico o billetera móvil dentro de sus transaccionalidad diaria, sin embargo se aprecia que no están preparados aun para su uso constante como aspira la banca privada, ya que no se encuentran familiarizados ni capacitados adecuadamente para el uso de este nuevo producto, la cual se llevaría a efecto mediante la intervención de la tecnología utilizando plataformas virtuales desde la comodidad de su dispositivo móvil o pc y realizar una transacción sin necesidad de utilizar el intercambio de billetes o monedas.
- Tras la información obtenida de las personas encuestadas se determinó que el 64% de usuarios consideran que no existe información suficiente de lo que es BIMO ni sus beneficios, mientras que el 26% indica que es muy poca la información que la institución financiera brinda acerca del producto, y finalmente el 10% de encuestados manifiestan que si se han familiarizado con información existente del uso de dinero electrónico. Es importante que se promuevan las capacitaciones tecnológicas tanto a los dueños de restaurantes de segunda categoría como a la ciudadanía en general, para perder la desconfianza a su utilización y fortalecer los conocimientos con respecto a su seguridad, uso y beneficios económicos.

- El 24% de los usuarios manifiestan que si estarían dispuestos a realizar transacciones con este modo de pago, mientras que el 45% de ellos dice que no estarían dispuestos a utilizarlo, el 31% usuarios piensan que a veces podrían utilizar este medio de pago. La ley de Comercio Electrónico (2015) considera que es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos. Que se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura. Según ASOBANCA (2021) El avance en la banca.
- El número de transacciones realizadas a través del sistema bancario ecuatoriano en 2021 fue de 695 millones, este valor fue mayor en 39,1% (195 millones) frente a 2020 y 35,6% (182 millones) frente a 2019. Esto representa un monto transaccionado de USD 272.842 millones (10,4% más que en 2019). De esta forma, la banca ecuatoriana respondió a las exigencias del mercado mediante innovaciones y desarrollos de servicios y productos que se implementaron mucho antes de la crisis y se pusieron a prueba exitosamente durante el confinamiento, con una variedad de canales digitales que permitieron dar continuidad a la cadena de pagos de forma segura, inclusiva, eficiente y ágil.
- Los resultados reflejaron que el 38% de las personas no tienen motivos que les impida el uso de BIMO como medio de pago, mientras que el 23% de los encuestados manifiesta que no están interesados en el servicio, el 15% de los usuarios indican que no tienen conocimiento sobre el uso de estos dispositivos, se identificó que el 13% de encuestados tienen desconfianza en el dinero electrónico, mientras que el 9% de usuarios tienen dificultad con el internet, y tan solo el 2% no cuentan con aparatos electrónicos, para realizar dichas.

Por tanto, atendiendo a estos resultados se puede decir que se necesita segmentar el mercado para BIMO, detallando acciones específicas en varios sectores de la población: jóvenes y adultos. A continuación, se proponen acciones específicas para cada sector y generales. Se debe tener en cuenta que, en el Ecuador, el 49% de la población está excluida del sistema financiero y no tiene una cuenta bancaria, pero, su vez, el 82% tiene un teléfono celular activo y el 53% de los hogares tienen acceso al internet, según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Quihui, 2021).

Para ello proponemos la siguiente estrategia:

Jóvenes

1. Para extender la aplicación BIMO entre los jóvenes en Ecuador, se pueden llevar a cabo las siguientes acciones:
2. Crear campañas publicitarias en redes sociales: Las redes sociales son una excelente manera de llegar a los jóvenes. Se pueden crear anuncios en Instagram, Facebook y TikTok para promocionar la aplicación BIMO y los beneficios que ofrece para los jóvenes.
3. Utilizar influencers: Los influencers son una forma efectiva de llegar a los jóvenes. Se pueden identificar a influencers locales que tengan una audiencia de jóvenes y trabajar con ellos para promocionar la aplicación BIMO.
4. Organizar eventos para jóvenes: Se pueden organizar eventos en universidades, colegios y otros lugares donde los jóvenes se reúnen. Estos eventos pueden ser patrocinados por la aplicación BIMO y se pueden ofrecer promociones y descuentos especiales para los asistentes.
5. Realizar colaboraciones con marcas juveniles: Se pueden establecer alianzas con marcas juveniles populares en Ecuador y realizar promociones cruzadas para llegar a los jóvenes. Por ejemplo, se puede ofrecer descuentos en BIMO para los clientes de estas marcas.
6. Ofrecer beneficios exclusivos para jóvenes: Se pueden ofrecer beneficios exclusivos para los jóvenes que utilicen la aplicación BIMO, como descuentos en compras o productos gratuitos. Esto puede motivar a los jóvenes a utilizar la aplicación y a recomendarla a sus amigos.
7. Establecer una presencia en las universidades: Las universidades son un lugar donde los jóvenes pasan mucho tiempo. Se puede establecer una presencia en las universidades, por ejemplo, ofreciendo descuentos especiales para los estudiantes o patrocinando eventos estudiantiles.
8. Implementar una estrategia de gamificación: Los jóvenes son a menudo atraídos por juegos y aplicaciones que ofrecen experiencias de juego. Se puede implementar una estrategia de gamificación en la aplicación BIMO para hacerla más atractiva para los jóvenes.

Adultos mayores:

- Colaborar con organizaciones y centros de atención para personas mayores: Se podría establecer alianzas con organizaciones y centros que trabajen con adultos mayores, como hogares de ancianos, centros de día, y asociaciones de jubilados, para promocionar la aplicación y brindar información sobre cómo usarla.

También se podría ofrecer capacitaciones y talleres en línea o presenciales para los adultos mayores y sus cuidadores sobre cómo usar la aplicación.

- Hacer publicidad en plataformas digitales populares entre los adultos mayores: Muchos adultos mayores en Ecuador utilizan redes sociales como Facebook y WhatsApp. Se podría invertir en publicidad en estas plataformas para dar a conocer la aplicación a este público. La publicidad podría incluir demostraciones de cómo usar la aplicación y los beneficios que puede ofrecer.
- Incentivar el uso de la aplicación entre cuidadores y familiares: Los cuidadores y familiares de los adultos mayores también podrían beneficiarse del uso de Bimo. Se podría incentivar el uso de la aplicación entre este grupo, ya que les permitiría monitorear el bienestar emocional de los adultos mayores a su cuidado y brindarles apoyo cuando lo necesiten.

En el caso de los adultos rurales se puede:

- Publicidad en medios locales y en línea: Considerar la posibilidad de anunciarse en periódicos o emisoras de radio locales. Estos medios pueden llegar a un público más específico y pueden tener más impacto en las comunidades rurales. También se puede considerar la posibilidad de publicar anuncios en sitios web populares de la región.
- Ferias y eventos locales: Asistir a ferias y eventos en áreas rurales para promocionar la banca móvil en persona. Podrías establecer un stand donde puedas ofrecer demostraciones de la aplicación y responder preguntas.
- Colaboraciones con negocios locales: Trabajar con negocios locales como tiendas de abarrotes o cooperativas agrícolas para promocionar la banca móvil. Podría ofrecerse incentivos para que los clientes descarguen la aplicación o realicen su primer depósito.
- Volantes y carteles: Distribuir volantes y colocar carteles en lugares públicos como tiendas, paradas de autobuses y oficinas gubernamentales. Asegurarse de que los carteles tengan un diseño atractivo y que ofrezcan información clara sobre los beneficios de la banca móvil.

Otras propuestas generales:

- Políticas de incentivos
- Crear confianza y seguridad: Es importante que los clientes se sientan seguros al utilizar la banca móvil BIMO. Se debe asegurar que la aplicación cumpla con los estándares de seguridad y protección de datos, y que se proporcione información clara y transparente sobre las políticas de privacidad y seguridad de la aplicación.

- Publicidad en redes sociales: se puede crear anuncios en Facebook, Instagram y Twitter para llegar al público objetivo. Se deben utilizar imágenes y mensajes que resalten los beneficios de la aplicación.
- Influencers: se puede trabajar con influencers ecuatorianos para que promuevan la aplicación en sus redes sociales. Se deben elegir personas con una audiencia que se ajuste al público objetivo de BIMO.
- Eventos: se pueden organizar eventos para dar a conocer la aplicación. Se pueden realizar en universidades o centros comerciales para llegar al público objetivo. En estos eventos se pueden ofrecer descuentos especiales o promociones exclusivas para los usuarios de BIMO.
- Marketing de contenidos: se pueden crear videos y artículos para explicar cómo funciona la aplicación y resaltar sus beneficios. Se deben publicar en la página web y en las redes sociales de BIMO.

CONCLUSIONES

A pesar de que el proyecto es reciente y existía diversas inseguridades, la administración de la Billetera Móvil por parte de la banca privada; es un aspecto muy fundamental, ya que esto creará más confianza en el mercado y tendrá mayor aceptación, además forzar a los negocios a que cada vez tenga mayor aceptación de esta forma de pago. Es importante que se promuevan las capacitaciones tecnológicas a los usuarios, para perder la desconfianza a su utilización y fortalecer los conocimientos con respecto a su seguridad, uso y beneficios económicos.

Los usuarios muestran interés puesto a que los beneficios que otorga el dinero electrónico, sin embargo, existe la incertidumbre ante este medio de pago y no dejan de lado el temor que implica la bancarización, o sea acceder a un servicio bancario e innovar en algo tradicional diferente a lo habitual, y esto se debe a la limitada difusión que brindan la entidad bancaria.

Así mismo es importante señalar que tanto usuarios como proveedores de este servicio, tienen muchos beneficios en el aspecto del tiempo, comodidad, rapidez y seguridad garantizada, siempre que se utilice de manera adecuada el aplicativo en el dispositivo móvil o fijo que se encuentre instalado, la capacitación en el uso racional e inteligente de las tecnologías de la información y comunicación, los usuarios, necesitan conocer los más elementales procesos informáticos, debido a que la aplicación así lo exige y de esta manera perder la fobia innata sobre el uso de recursos tecnológicos.

Entre las ventajas de la billetera móvil se puede evidenciar mayor seguridad, dado el creciente número de robos en la ciudad, resulta mucho más seguro contar con una

plataforma electrónica que llevar dinero en efectivo en la billetera. Rapidez, las transacciones por medio de esta plataforma tardarán solo unos segundos. No hay restricciones, debido a la interoperabilidad, no se restringirá el operador o la empresa financiera a la cual esté afiliado el usuario para realizar los envíos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Angulo, S. (2022). La billetera móvil no despegó ni en manos del sector privado. (Sitio web Expreso). Disponible en: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/billetera-movil-despego-manos-sector-privado-121055.html>
- Apergis, N. (2023). Realized higher-order moments spillovers across cryptocurrencies. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 85, 101763. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.intfin.2023.101763>
- Arauz, A., Garratt, R., & Ramos Flor, D. F. (2021). Dinero Electrónico: The rise and fall of Ecuador's central bank digital currency. *Latin American Journal of Central Banking*, 2, 100030. <https://doi.org/10.1016/j.latab.2021.100030>
- Barragán Scavino, L. (2021). ¿Sabes la diferencia entre una billetera digital y una aplicación bancaria? (sitio web Alerta Económica). Disponible en: <https://alertaeconomica.com/sabes-la-diferencia-entre-una-billetera-digital-y-una-aplicacion-bancaria/>
- Bermeo-Giraldo, M. C., Valencia-Arias, A., Duque García, B., Garcés-Giraldo, L. F., & Luna-Ramírez, T. (2019). Factores de uso de los medios de pago móviles en millennials y centennials. *Semestre Económico*, 22(53), 77-102. <https://revistas.udem.edu.co/index.php/economico/article/view/3055>
- Figueroa, J. G., & Martínez, F. V. (2014). Impacto de los medios electrónicos de pago sobre la demanda. *Investigación Económica*, 37(104), 93-124. <https://doi.org/10.1016/j.inveco.2016.03.003>
- Finanzas Prácticas. (2023). Del dinero físico al digital. (Sitio web Educación Financiera para Todos) Disponible en: <https://www.finanzaspracticas.com.co/planificar/servicios-bancarios/el-dinero/del-dinero-fisico-al-digital>
- Lee, K., & Jeong, D. (2023). Too much is too bad: The effect of media coverage on the price volatility of cryptocurrencies. *Journal of International Money and Finance*, 133, 102823. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2023.102823>

Plaza Martínez, R. (2014). Multiplicador monetario y dinero electrónico. Creación de dinero a partir de depósitos y efectivo electrónico. Cuadernos de Economía, 37(104), 125-130. <https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2013.07.002>

Quihuiri Simbaña, J. P. (2021). BIMO (Billetera Móvil), un medio de pago-cobro como alternativa para promover la inclusión financiera en el Ecuador [Disertación previa a la obtención de título de Economista, FACULTAD DE ECONOMÍA. PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR.]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/19240?show=full>

Xu, L., & Kinkyo, T. (2023). Hedging effectiveness of bitcoin and gold: Evidence from G7 stock markets. Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, 85(abril), 101764. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.intfin.2023.101764>