

Estudio de mercado:

Identificación de la disponibilidad e intención para uso de sistemas de Transferencia digital y dinero móvil por productores agropecuarios en las Provincias de Tocache, Mariscal Cáceres y Huallaga”.

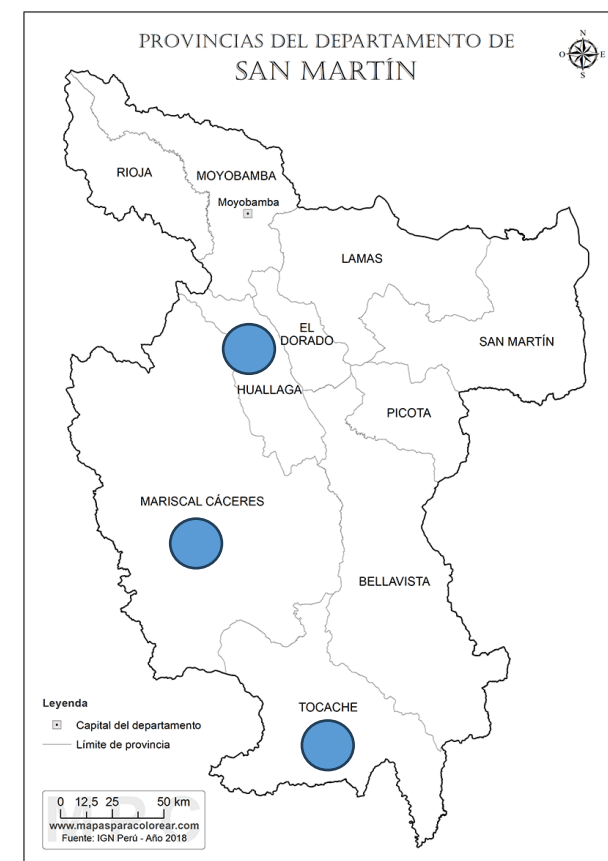
Estudio realizado por:



Objetivos

Objetivo General:

Analizar la **disponibilidad, intención y condiciones** para la adopción y el uso de **sistemas de transferencia digital y dinero móvil** por parte de los **productores agropecuarios** en las provincias de Tocache, Mariscal Cáceres y Huallaga, con el fin de identificar estrategias que faciliten su inclusión financiera y promuevan transacciones seguras, eficientes y trazables



Conceptos

Vehículo

Sistemas de transferencia digital:

Se refiere a la infraestructura y canales electrónicos que permiten mover dinero de una cuenta a otra sin necesidad de usar efectivo físico

Dinero Móvil

Se trata de dinero electrónico que no necesariamente requiere que el usuario tenga una cuenta tradicional en un banco. El valor se almacena en un "monedero" vinculado al número de celular

Pasajero

Apps de los Bancos



Transferencias interbancarias

Billeteras electrónicas



Metodología | Ficha Técnica



METODOLOGIA

Cualitativa mediante entrevistas a profundidad y grupos focales y cuantitativa mediante encuestas presenciales y telefónicas



ÁMBITO GEOGRAFICO

El estudio se desarrolla en las Provincias de Tarma, mariscal Cáceres y Huallaga en el Departamento de San Martín.



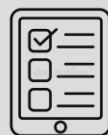
GRUPO OBJETIVO

Productores agropecuarios con actividades productivas en el ámbito geográfico



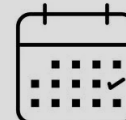
MUESTRA

- 390 encuestas bajo nivel de confianza de 95% y margen de error de +/- 5.0% a nivel total.
- 21 entrevistas a profundidad actores clave y 03 grupos focales



INSTRUMENTOS

Guía de indagación - Encuestas.
Guía de entrevista a profundidad
Pauta de Focus Group



FECHA DE CAMPO

El campo se desarrolló entre noviembre y diciembre 2025



¿Qué porcentaje de la población de las Provincias de Tocache, Mariscal Cáceres y Huallaga, ¿crees que hace uso de transferencias digitales para sus **necesidades familiares**?



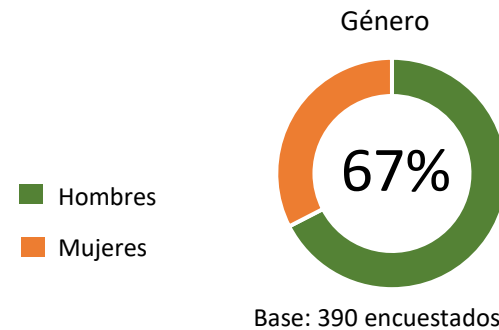
¿Qué porcentaje de la población de las Provincias de Tocache, Mariscal Cáceres y Huallaga, ¿crees que hace uso de transferencias digitales para sus **necesidades comerciales**?

Hallazgos y resultados

Caracterización Sociodemográfica

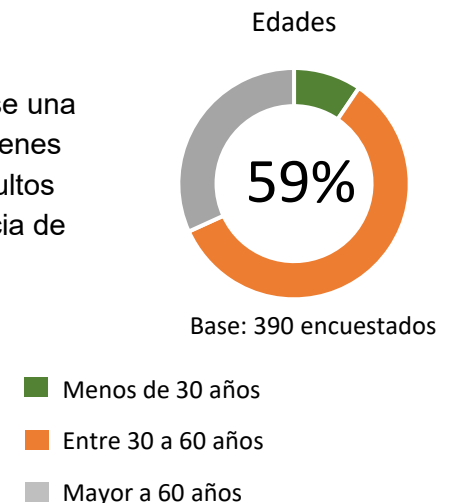


El encuestado típico es un productor agrícola (principalmente cacaotero), mayoritariamente hombre, de mediana edad (46 años), con educación básica e ingresos anuales entre S/ 5,001–15,000, residente en Tocache/Mariscal Cáceres/Huallaga, que suele contar con celular pero mantiene baja adopción digital y realiza sus transacciones principalmente en efectivo.



Aunque la muestra es mayoritariamente masculina (67.5%), el 32.5% de mujeres desempeña un rol crítico en la administración económica del hogar y las ventas menores, lo que hace indispensable integrar un enfoque de género en la estrategia de inclusión financiera.

Predomina el segmento de 30 a 59 años (58.7%), evidenciándose una marcada brecha generacional: mientras el reducido grupo de jóvenes (9.5%) lidera la adopción digital (63.2% con smartphone), los adultos mayores (31.8%) presentan menor acceso y una alta dependencia de terceros (41.5%) para operar sus dispositivos.

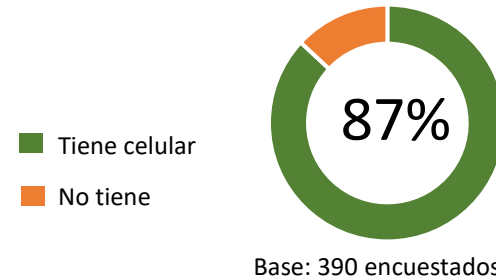


Adopción y uso de billeteras digitales



Son productores con edad promedio de 46 años, el uso de smartphone y de billeteras digitales muestra un claro gradiente etario: los grupos 18–29 y 30–44 concentran la mayor adopción (smartphone 63% y 57%; billeteras 35% y 42%), mientras que en 60+ desciende de forma marcada (smartphone 43%; billeteras 20%)..

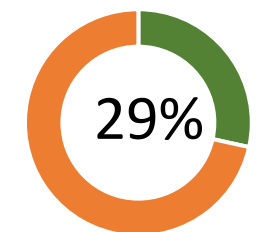
Cuenta con equipo celular



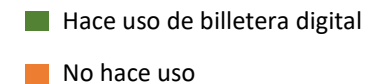
El 86.9% de los productores reporta contar con teléfono celular. Entre quienes tienen celular, el 66.1% dispone de smartphone (57.4% del total de la muestra), mientras que el resto utiliza equipos básicos o no cuenta con teléfono. En consecuencia, la disponibilidad de dispositivos es una condición parcialmente cumplida, pero aún no universal.

Un tercio de la muestra (28.5%) declara usar alguna billetera digital. Entre quienes usan billetera, Yape es, por amplio margen, la herramienta más utilizada (90.1%), seguida a distancia por Plin (13.1%)..

Billetera digital



Base: 390 encuestados





¿Porqué crees que aún 2 de
cada 3 agricultores de la zona
no hace uso del dinero
electrónico para sus **negocios
comerciales?**

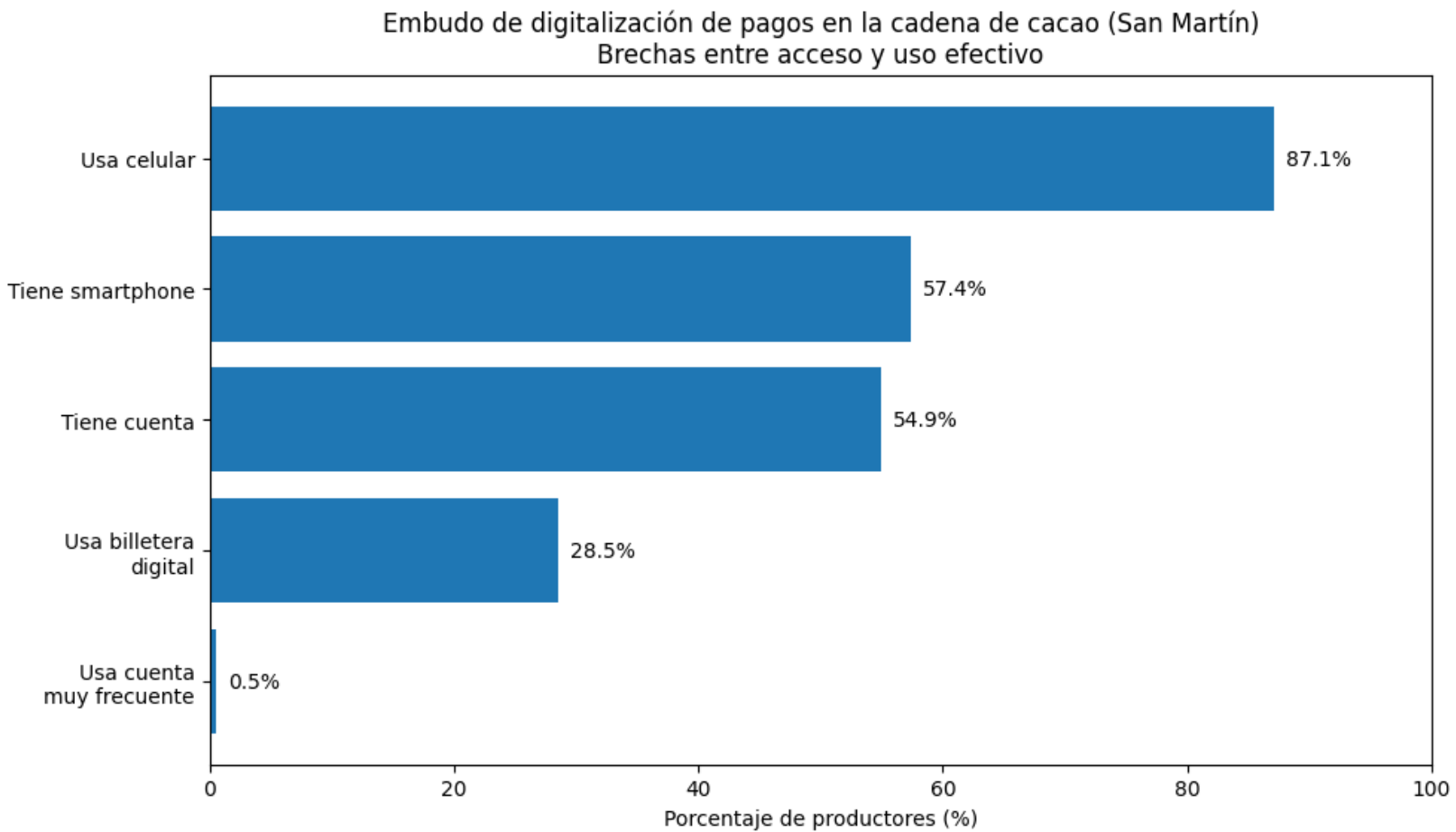
Barreras y limitantes



La evidencia de campo muestra un productor que, aunque usa celular (87.1%) y más de la mitad tiene cuenta (54.9%), enfrenta una brecha crítica de adopción digital porque solo 57.4% cuenta con smartphone, apenas 28.5% usa billetera digital y el uso frecuente de la cuenta es prácticamente nulo (0.5%), en un contexto donde la conectividad buena alcanza solo 39.5% (y el acceso a agente/cajero a <15 min es 40.3%), pese a existir alta disposición a capacitarse (81.8%).

Dimensión	Hallazgos Principales (Evidencia de Campo)
Infraestructura	<p>Lejanía de Agentes: En la provincia de Huallaga y distritos rurales de Tocache, la falta de agentes corresponsales cercanos ("<i>No hay agente cercano</i>") impide convertir el dinero digital en efectivo, desincentivando su aceptación.</p> <p>Conectividad: La intermitencia de la señal de internet en el punto de transacción genera incertidumbre ("<i>¿Llegó o no llegó el pago?</i>").</p>
Cultural / Cognitiva	<p>Brecha de Capacidades: Un segmento importante, especialmente mayores de 50 años, indica "<i>No saber usar</i>" la aplicación o depender de hijos/terceros.</p> <p>Desconfianza: Existe un temor latente a "<i>apretar mal un botón</i>" y perder el dinero, o ser víctima de estafas digitales/fraudes o a seguimientos tributarios que son percibidos como riesgos altos.</p>
Oferta Financiera	<p>Límites Transaccionales: Los montos de venta de cacao en campaña superan frecuentemente los límites diarios de billeteras básicas (S/ 500 o S/ 950), obligando a fraccionar pagos o volver al sistema bancario tradicional.</p>

Conclusiones



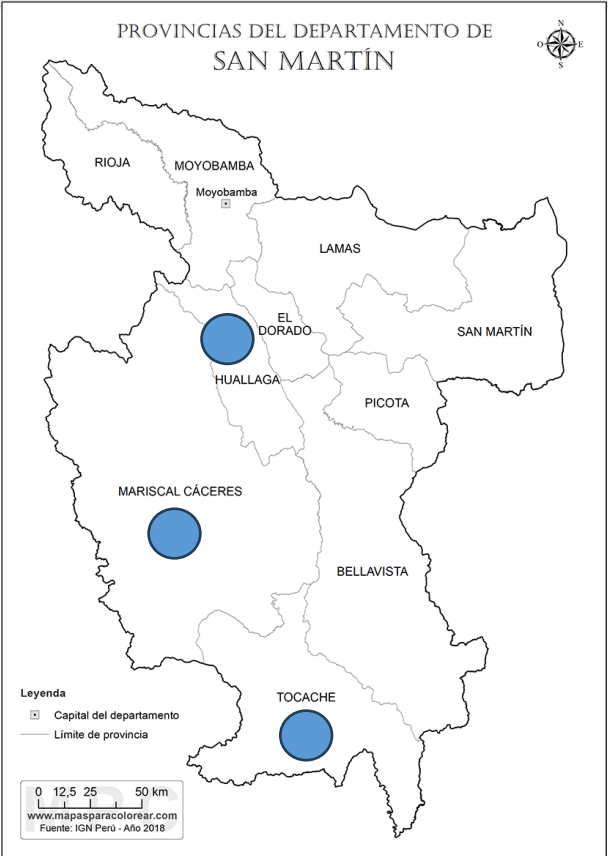
- La Paradoja de la "Bancarización Pasiva"
- Brecha de Infraestructura "Operativa" vs. "Nominal"
- El Factor Confianza supera al Factor Tecnológico
- La Cooperativa como Nodo de Digitalización
- Alineamiento con el Momento País



¿Consideras que el uso de las transferencias y billeteras electrónicas es igual entre los agricultores de las Provincias de Tocache, Mariscal Cáceres y Huallaga?

Análisis Comparativo Territorial de Brechas Digitales

Indicador (KPI)	Huallaga (N=82)	M. Cáceres (N=135)	Tocache (N=173)	Interpretación Estratégica
Tenencia de Smartphone	62.2%	45.2%	64.7%	Base tecnológica sólida en Tocache y Huallaga. Tocache lidera la tenencia de equipos modernos (64.7%), lo que valida la estrategia de "Digitalización Acelerada". La brecha de hardware es crítica en Mariscal Cáceres (solo 45.2%), requiriendo soluciones vía SMS o USSD.
Conectividad Percibida ("Buena")	41.5%	40.0%	38.2%	El dolor compartido. Aunque Tocache tiene más infraestructura, la dispersión rural fragmenta la calidad de la señal (38.2%). La estrategia debe priorizar aplicaciones "ligeras" o con modo <i>offline</i> en todas las provincias.
Tenencia de Cuenta Bancaria	58.5%	44.4%	61.3%	Inclusión nominal alta, uso bajo. Tocache lidera la bancarización (61.3%). Mariscal Cáceres muestra un acceso del 44.4%, lo que indica que el desafío no es abrir cuentas nuevas, sino enseñar a usar las existentes.
Uso de Billetera Digital (Sí)	29.3%	23.7%	31.8%	Adopción incipiente. El uso real es bajo (nadie supera el 32%). Existe una brecha de ~30 puntos entre tener Smartphone y usar Billetera en Tocache, explicada por la desconfianza y no por falta de equipo.
Acceso a Agente (<15 min)	45.1%	44.4%	34.7%	La Paradoja de Tocache. A pesar de ser el hub comercial, sus productores reportan la mayor lejanía a puntos de retiro (solo 34.7% tiene uno cerca). La estrategia debe enfocarse en <i>pagos digitales en comercios</i> para evitar la necesidad de retirar efectivo.
Intención de Capacitación	82.9%	71.9%	89.0%	Demanda Latente. Existe una disposición masiva a aprender, especialmente en Tocache (89%). El productor quiere digitalizarse, pero necesita acompañamiento "paso a paso" para superar el miedo.



Los productores encuestados cuentan con conectividad buena similar (38–42%), la brecha clave es de habilitación y uso: Tocache lidera (smartphone 64.7%, billetera 31.8%, capacitación 89.0%), Huallaga es intermedio (smartphone 62.2%, billetera 29.3%), y Mariscal Cáceres queda rezagado (smartphone 45.2%, billetera 23.7%), mientras el uso efectivo de cuenta es casi nulo en todos (0–1.16%).



¿Crees que la edad influye en
el uso o no de dinero
electrónico?

Intención de uso: segmentación del productor

Los "Pioneros Conectados" (20%)

Perfil:

Productores mayoritariamente de Tocache y Juanjuí (zonas urbanas/periurbanas), con educación secundaria o superior y edad promedio < a 40 años.

Comportamiento Digital:

Ya usan Yape o Plin para su economía personal (recargas, pagos menores) y tienen cuenta en BCP o Banco de la Nación u otros

Actitud:

Valoran la "Rapidez" y marcan altos puntajes (4 o 5) en confianza tecnológica.

Estrategia:

Están listos para el "Salto Comercial". El reto no es enseñarles a usar la app, sino incentivar que cobren su cosecha por este medio.

Los "Pragmáticos Desatendidos" (50%)

Perfil:

Productores de zonas intermedias (ejemplo: Pólvora, Campanilla), socios de cooperativas.

Comportamiento Digital:

Tienen Smartphone pero usan poco los datos móviles. Su principal barrera no es el miedo, sino la infraestructura. Indican explícitamente en la encuesta: "Usaría más si hubiera señal" o "No hay agente cercano".

Actitud:

Tienen alta intención de adopción ("Sí, presencial" en capacitación) porque desean evitar los costos de viaje a la ciudad para cobrar.

Estrategia:

Requieren "Infraestructura Híbrida". Soluciones que funcionen con señal débil y una red de corresponsales expandida en sus centros poblados.

Los "Tradicionales Resistentes" (30%)

Perfil:

Productores de mayor edad (+55 años), ubicados en zonas alejadas de Huallaga o independientes que venden a acopiadores informales.

Comportamiento Digital:

Prefieren el efectivo ("Prefiero efectivo" es una respuesta recurrente en las encuestas y entrevistas). Ven el celular solo para llamadas.

Actitud:

Marcan puntajes bajos (1-2) en seguridad. Su principal freno es el miedo al error ("Miedo a machucar mal") o a estafas.

Estrategia:

Necesitan "Acompañamiento Humano". No adoptarán la tecnología solos; requieren que un familiar joven o un técnico de la cooperativa realice la transacción por ellos inicialmente.



¿Por qué es importante este estudio?

Estrategias sugeridas

Barreras Identificadas y Respuesta Estratégica

Dimensión	Barrera Identificada (Diagnóstico)	Provincia Crítica	Respuesta Estratégica Propuesta
Infraestructura	"No hay agente cercano" (Solo 35% en Tocache tiene acceso rápido a cash-out).	Tocache (Rural) y Huallaga	Expansión de Red Híbrida: Alianza con cooperativas (ejemplo Coop. San Martín de Porres o Caja Piura) y bodegas líderes para instalar agentes corresponsales en zonas de acopio, no solo en plazas de armas.
Conectividad	Intermitencia de Señal (Más del 60% no reporta señal "Buena" consistente).	Todas (Focos en Pólvora y Huallaga)	Digitalización "Offline-First": Promover el uso de funcionalidades que no requieren datos altos (ejemplo: códigos QR estáticos impresos) y validación por SMS/comprobante diferido.
Cultural / Confiianza	Miedo al Fraude / Error (Principal barrera de no uso: "No confío" 49% - 64%).	Mariscal Cáceres	Programa "Agentes de Inclusión": Formación de hijos de socios y técnicos de campo como "facilitadores de confianza" que acompañen las primeras transacciones presencialmente.
Oferta Financiera	Límites Transaccionales (Pagos de campaña > S/ 500 exceden límites de Yape/Plin).	Tocache (Productores grandes)	Modelo de Pagos Mixtos: Uso de "Yape Empresa" / "Plin Negocio" (límites hasta S/ 5,000 diarios) y combinación de transferencia inmediata parcial + saldo programado.
Normativa / Fiscal	Temor a SUNAT (Percepción de fiscalización al digitalizar ingresos).	Transversal	Módulo de "Tranquilidad Tributaria": Campaña informativa aclarando que el productor primario está exonerado o en regímenes simplificados, desmitificando el cobro automático de impuestos.



En conjunto, el perfil del productor refleja bancarización mayormente pasiva y baja adopción digital (smartphone 57.4%, billetera 28.5%, uso frecuente de cuenta 0–1.16%), donde la brecha se explica por habilitación desigual (especialmente en Mariscal Cáceres), confianza/capacidades limitadas y restricciones de liquidez y acceso (más críticas en Tocache), pese a una alta disposición a capacitarse (81.8%).

Estrategia de inclusión financiera digital

Estrategias generales

Se plantea impulsar pagos digitales con perfiles “Negocio” y pago híbrido, reforzando confianza (claridad tributaria) y seguridad (protocolo mínimo).

Estrategia para Gestión de Límites Transaccionales

Dado que el ticket de venta de cacao en campaña (S/ 1,000–3,000) supera los límites de billeteras gratuitas (S/ 500–950), se plantea escalar perfiles a “Negocio” (Yape/Plin) para ampliar topes (recibir hasta S/ 5,000; enviar hasta S/ 3,000, con comisión menor al costo/riesgo del efectivo) y aplicar un pago híbrido, combinando una parte inmediata por billetera para liquidez y el saldo por transferencia bancaria (CCI) diferida.

Estrategia de Sensibilización Fiscal (Plan Anti-Miedo SUNAT)

Para reducir el temor a la fiscalización, se propone incorporar en las capacitaciones el módulo “Lo Tuyo es Tuyo: Formalización sin Miedo”, con el mensaje clave “el productor agrario primario no paga IGV”, apoyado en cartillas simples tipo semáforo que expliquen que recibir dinero en cuenta no implica impuestos automáticamente si se está dentro de los límites del RUS o del régimen agrario vigente, y complementado con charlas de cultura tributaria preventiva en alianza con la Cámara de Comercio local.

Protocolo de Ciberseguridad "Candado Digital"

Ante los altos niveles de desconfianza (50% en Tocache y 64% en Mariscal), se recomienda estandarizar en las cooperativas un protocolo mínimo de seguridad que incluya PIN/bloqueo de SIM, alertas por movimiento (SMS/email) y claves diferenciadas entre el desbloqueo del teléfono y la billetera digital.

Estrategia de inclusión financiera digital

Estrategias y Hoja de Ruta Diferenciada por Territorio

Se plantean tres rutas:
digitalización comercial
acelerada, habilitación de
liquidez y activación de
cuentas para construir
confianza, y alfabetización e
inclusión híbrida con foco en
seguridad y apoyo
intergeneracional

RUTA TOCACHE: "Digitalización Comercial Acelerada"

En Tocache, por su mayor habilitación e intención de uso, la ruta de "digitalización comercial acelerada" prioriza un piloto de pagos 100% digitales en acopio (con perfiles "Yape Empresa" para montos de campaña) y la creación de un ecosistema local de gasto afiliando tiendas de agroinsumos para pagos QR, reduciendo viajes y dependencia de efectivo

RUTA HUALLAGA: "Infraestructura y Confianza"

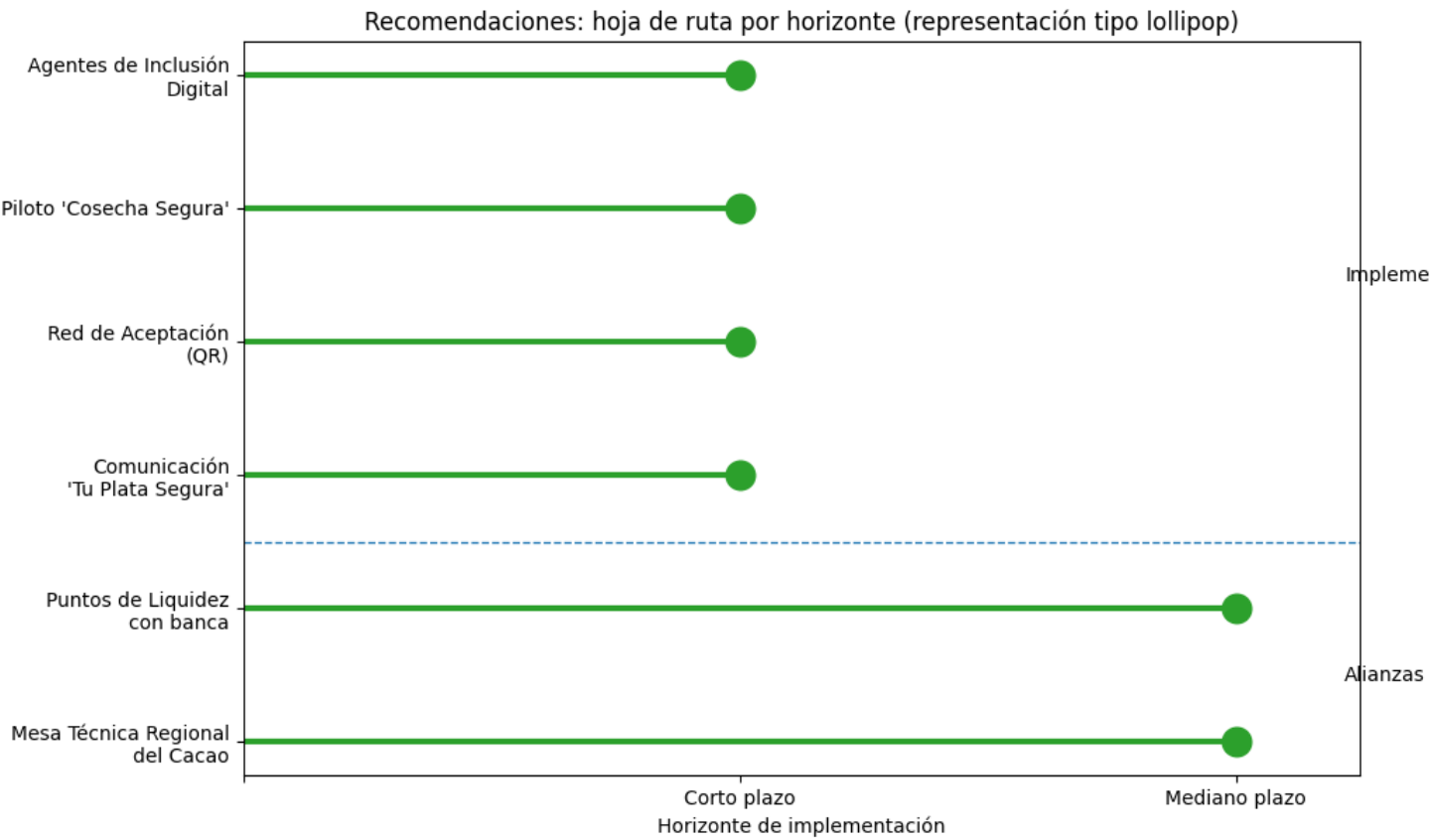
En Huallaga, donde predominan la conectividad limitada y la bancarización pasiva, la ruta de "infraestructura y confianza" se centra en crear puntos de liquidez y activar cuentas existentes, mediante una alianza con la agencia de Saposoa como nodo de capacitación y cash-out preferente, y campañas "Conoce tu Cuenta" para vincular cuentas del Banco de la Nación a billeteras para usos de bajo monto.

RUTA MARISCAL CÁCERES: "Alfabetización e Inclusión Híbrida"

En Mariscal Cáceres, por su menor inclusión y menor disposición a capacitarse, la ruta de "alfabetización e inclusión híbrida" prioriza educación financiera y seguridad, mediante el programa "Hijo Digital" (jóvenes apoyando la gestión de cuentas familiares) y una adopción de billeteras enfocada en "seguridad ante robos", aplicando el protocolo mínimo de ciberseguridad desde el inicio.

Conclusiones y recomendaciones

Recomendaciones



Estrategia de Implementación (Corto Plazo)

1. Implementar el Programa de "Agentes de Inclusión Digital"
2. Lanzar el Piloto "Cosecha Segura" en Huallaga y Tocache
3. Fomentar la Red de Aceptación (El ecosistema de gasto)
4. Campaña de Comunicación "Tu Plata Segura"

Gestión de alianzas (Mediano Plazo)

1. Negociación de "Puntos de Liquidez" con la Banca
2. Articulación con la Mesa Técnica Regional del Cacao

Estudio de mercado:

Identificación de la disponibilidad e intención para uso de sistemas de Transferencia digital y dinero móvil por productores agropecuarios en las Provincias de Tocache, Mariscal Cáceres y Huallaga”.

Estudio realizado por:



Gracias