

Universidad de Lima

Facultad de Ciencias Empresariales y Económicas

Carrera de Negocios Internacionales



# **FACTORES DE LA INTENCIÓN DE USO DE LAS BILLETAS DIGITALES EN CONSUMIDORES DE PERÚ Y CHILE**

Tesis para optar el título profesional de licenciado en Negocios Internacionales

**Paola del Pilar Perez Mori**

**20181447**

**Asesor**

**Oscar Eduardo Melo-Vega Angeles**

Lima – Perú

Febrero del 2024





**FACTORS OF THE INTENTION TO USE  
DIGITAL WALLETS AMONG CONSUMERS  
IN PERU AND CHILE**

# TABLA DE CONTENIDO

<b>RESUMEN .....</b>	<b>XIII</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XIV</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>4</b>
1.1 Situación problemática .....	4
1.1.1 Visión Mundial.....	5
1.1.2 Visión Latinoamérica .....	9
1.1.3 Situación de las billeteras digitales en Perú .....	11
1.1.4 Situación de las billeteras digitales en Chile.....	13
1.1.5 Regulaciones de las billeteras digitales en Perú.....	15
1.1.6 Regulaciones de las billeteras digitales en Chile .....	16
1.1.7 Situación Económica y Financiera de Perú.....	16
1.1.8 Situación Económica y Financiera de Chile .....	18
1.2 Formulación del Problema.....	20
1.2.1 Pregunta general.....	21
1.2.2 Preguntas específicas .....	21
<b>CAPÍTULO II: ANTECEDENTES .....</b>	<b>22</b>
2.1 Influencia Social .....	23
2.2 Los Beneficios .....	25
2.3 Los Riesgos Percibidos .....	29
2.4 La Confianza Percibida.....	31
<b>CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Justificación Teórica .....	35
3.2 Justificación Metodológica .....	36
3.3 Justificación Práctica .....	37
3.3.1 Justificación Económica.....	38
3.3.2 Justificación Ambiental.....	38
3.3.3 Justificación Social.....	39
3.3.4 Justificación Tecnológica.....	40

3.4	Viabilidad de la Investigación .....	40
3.5	Limitaciones de la Investigación .....	41
<b>CAPÍTULO IV: OBJETIVOS.....</b>		<b>42</b>
4.1	Objetivo General.....	42
4.2	Objetivos Específicos .....	42
<b>CAPÍTULO V: HIPÓTESIS.....</b>		<b>43</b>
5.1	Hipótesis General.....	43
5.2	Hipótesis Específicas .....	43
<b>CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS .....</b>		<b>45</b>
6.1	Marco Teórico.....	45
6.1.1	Influencia social y la intención de uso de billeteras digitales .....	47
6.1.2	Beneficios y la intención de uso de billeteras digitales.....	51
6.1.3	Riesgos percibidos y la intención de uso de billeteras digitales .....	53
6.1.4	Confianza percibida y la intención de uso de billeteras digitales .....	56
6.2	Marco conceptual.....	58
6.2.1	Historia de las Fintech.....	58
6.2.2	Características de una Fintech.....	60
6.2.3	Entidades regulatorias del sistema financiero peruano .....	63
6.2.4	Entidades regulatorias del sistema financiero chileno .....	64
6.2.5	Aplicativos de Pago Inmediato como Medio de Transferencia .....	66
6.2.6	Riesgos que afecta la confianza percibida hacia las billeteras digitales .....	67
6.2.7	Factores que influyen en la confianza percibida hacia las billeteras digitales ....	68
6.2.8	Beneficios que influyen en la intención de uso hacia las billeteras digitales.....	69
6.3	Matriz de operacionalización de variables.....	69
6.4	Matriz de consistencia .....	71
<b>CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>		<b>73</b>
7.1	Tipo de investigación.....	73
7.1.1	Según la orientación .....	73
7.1.2	Según el alcance de la investigación .....	73
7.1.3	Según el diseño de la investigación .....	74
7.1.4	Según la direccionalidad de la investigación .....	74
7.1.5	Según el tipo de fuente de recolección de datos.....	74
7.2	Población, Muestra y Muestreo .....	74

7.2.1	Población.....	75
7.2.2	Muestra.....	76
7.3	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	76
7.3.1	Técnicas.....	76
7.3.2	Instrumentos .....	77
7.3.3	Proceso de recolección de datos.....	77
7.4	Técnicas de análisis de datos .....	78
<b>CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS CUANTITATIVOS.....</b>		<b>80</b>
8.1	Presentación de resultados .....	80
8.1.1	Influencia social, confianza percibida, beneficios y riesgos percibidos en la intención de uso .....	81
8.1.2	Influencia social e intención de uso .....	82
8.1.3	Beneficio e intención de uso .....	83
8.1.4	Riesgos percibidos e intención de uso .....	85
8.1.5	Confianza percibida e intención de uso.....	86
8.1.6	Riesgos percibidos y la confianza de los usuarios .....	88
8.1.7	Influencia Social (INF) .....	89
8.1.8	Beneficios (BEN) .....	90
8.1.9	Riesgos Percibidos (RIP) .....	92
8.1.10	Confianza Percibida (COP).....	93
8.1.11	Intención de Uso (INT) .....	94
8.1.12	Método PLS-SEM.....	95
8.2	Análisis de resultados .....	96
8.2.1	Influencia social e intención de uso .....	96
8.2.2	Beneficio e intención de uso .....	98
8.2.3	Riesgos percibidos e intención de uso .....	100
8.2.4	Confianza percibida e intención de uso.....	102
8.2.5	Riesgos percibidos y la confianza de los usuarios .....	103
8.2.6	Método PLS-SEM.....	105
<b>CONCLUSIONES .....</b>		<b>107</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>		<b>110</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>		<b>113</b>

<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>119</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>120</b>



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1 Billeteras digitales registradas en la circular N° 003-2020-BCR.....	15
Tabla 2.1 Resumen de los antecedentes.....	22
Tabla 6.1 Matriz de operacionalización de variables.....	69
Tabla 6.2 Matriz de consistencia .....	71
Tabla 8.1 Distribución de la muestra .....	80
Tabla 8.2 Alfa de Cronbach.....	81
Tabla 8.3 Cargas factoriales del modelo propuesto.....	95

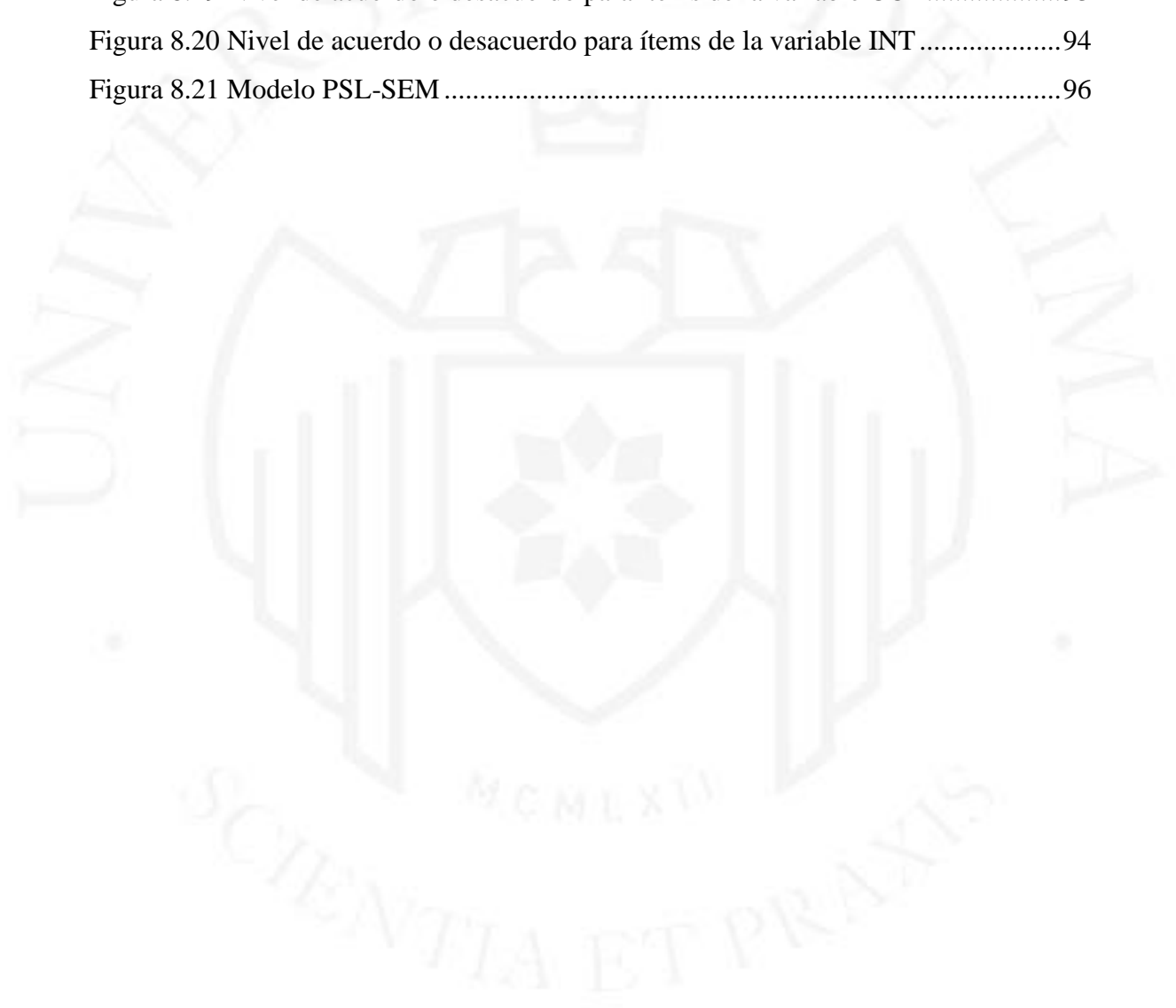


## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Evolución del uso de servicios Fintech del 2005 al 2015 .....	5
Figura 1.2 Número de startups Fintech en todo el mundo desde 2018 hasta noviembre de 2021, por región .....	6
Figura 1.3 Movimiento de dinero a través del comercio digital desde el 2020 con proyecciones al 2025 .....	7
Figura 1.4 Proporción de clientes de aplicativos de pago inmediato por desarrollo económico en el 2020 .....	8
Figura 1.5 Principales obstáculos para la inclusión financiera en Latinoamérica en 2019 .....	9
Figura 1.6 Distribución de las inversiones Fintech en América Latina a junio del 2021, por segmento de negocio .....	10
Figura 1.7 Número de usuarios de los principales bancos y billeteras digitales de Latinoamérica en el 2020 (en millones) .....	11
Figura 1.8 Volumen de transacciones bancarias en línea en Latinoamérica en el 2019 (en billones de dólares) .....	12
Figura 1.9 Número de usuarios registrados en Yape del Q1 2019 al Q4 del 2020.....	13
Figura 1.10 Número de usuarios Fintech en Chile en el 2025.....	14
Figura 1.11 Producto bruto interno del Perú en (Miles de millones de dólares) .....	17
Figura 1.12 Inflación anual del Perú 2019-2021 .....	18
Figura 1.13 Producto bruto interno de Chile en (Miles de millones de dólares).....	19
Figura 5.1 Modelo Estructural .....	44
Figura 6.1 Resultados de las pruebas de hipótesis.....	47
Figura 6.2 Comparación de países de Hofstede, Perú – Chile 2022.....	49
Figura 6.3 Modelo que establece relación entre la influencia social y la intención de uso de billeteras digitales .....	50
Figura 6.4 Modelo que establece relación entre los beneficios y la intención de uso de billeteras digitales .....	52
Figura 6.5 Modelo que establece relación entre los riesgos percibidos y la intención de uso de billeteras digitales .....	55

Figura 6.6 Modelo que establece relación entre los riesgos y la confianza percibida de los usuarios .....	56
Figura 6.7 Modelo que establece relación entre la confianza percibida y la intención de uso de billeteras digitales .....	57
Figura 6.8 Número de startups Fintech en América Latina en marzo de 2021, por segmento de negocio.....	62
Figura 6.9 Entidades que regulan y supervisan el sistema financiero peruano .....	64
Figura 6.10 Entidades que regulan y supervisan el sistema financiero chileno .....	65
Figura 7.1 Flujograma de recolección de datos .....	78
Figura 8.1 Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 1: Influencia social e intención de uso .....	82
Figura 8.2 Correlación bilateral de la hipótesis 1: Influencia social e intención de uso. ....	82
Figura 8.3 Correlación unilateral de la hipótesis 1: Influencia social e intención de uso .....	83
Figura 8.4 Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 2: Beneficios e intención de uso .....	83
Figura 8.5 Correlación bilateral de la hipótesis 2: Beneficios e intención de uso .....	84
Figura 8.6 Correlación unilateral de la hipótesis 2: Beneficios e intención de uso .....	84
Figura 8.7 Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 3: Riesgos percibidos e intención de uso .....	85
Figura 8.8 Correlación bilateral de la hipótesis 3: Riesgos percibidos e intención de uso .....	85
Figura 8.9 Correlación unilateral de la hipótesis 3: Riesgos percibidos e intención de uso .....	86
Figura 8.10 Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 4: Confianza percibida e intención de uso .....	86
Figura 8.11 Correlación bilateral de la hipótesis 4: Confianza percibida e intención de uso .....	87
Figura 8.12 Correlación unilateral de la hipótesis 4: Confianza percibida e intención de uso .....	87
Figura 8.13 Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 5: Riesgos percibidos y confianza de los usuarios .....	88

Figura 8.14 Correlación bilateral de la hipótesis 5: Riesgos percibidos y confianza de los usuarios .....	88
Figura 8.15 Correlación unilateral de la hipótesis 5: Riesgos percibidos y confianza de los usuarios .....	89
Figura 8.16 Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable INF .....	90
Figura 8.17 Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable BEN.....	91
Figura 8.18 Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable RIP .....	92
Figura 8.19 Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable COP.....	93
Figura 8.20 Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable INT .....	94
Figura 8.21 Modelo PSL-SEM .....	96



## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario .....	121
Anexo 2: Pensamiento de las personas más importantes respecto a uso de billeteras digitales (INF1).....	125
Anexo 3: Pensamiento de las personas influyentes en el comportamiento sobre el uso de billeteras digitales (INF2) .....	125
Anexo 4: Pensamiento de las personas cuyas opiniones son valoradas sobre el uso de billeteras digitales (INF3) .....	126
Anexo 5: Percepción de las ventajas de las billeteras digitales (BEN1) .....	126
Anexo 6: Percepción de la facilidad y rapidez de las billeteras digitales (BEN2) .....	127
Anexo 7: Percepción de la utilidad de las billeteras digitales (BEN3).....	127
Anexo 8: Percepción del rendimiento de las billeteras digitales (BEN4).....	128
Anexo 9: Asociación de alto nivel de riesgo en el uso de billeteras digitales (RIP1).....	128
Anexo 10: Percepción del nivel de incertidumbre al utilizar las billeteras digitales (RIP2).....	129
Anexo 11: Percepción del bajo beneficio de las billeteras digitales en comparación con entidades financieras tradicionales (RIP3) .....	129
Anexo 12: Percepción de la seguridad en los sistemas de las billeteras digitales (COP1).....	130
Anexo 13: Confianza percibida de los sistemas de las billeteras digitales (COP2) .....	130
Anexo 14: Intención de adopción de uso a futuro (INT1).....	131
Anexo 15: Percepción de la frecuencia de uso de las billeteras digitales a futuro (INT2).....	131
Anexo 16: Nivel de recomendación de uso de las billeteras digitales (INT3).....	132

## RESUMEN

Las billeteras digitales, categorizadas como Fintech de pago inmediato, son aplicaciones móviles que permiten transferir dinero y realizar pagos de una manera mucho más rápida y segura a través de un dispositivo móvil.

El estudio se planteó con la finalidad de identificar los principales factores que influyen en la intención de uso de las billeteras digitales entre los consumidores de Perú y Chile. Por lo tanto, el principal objetivo de esta investigación es analizar y determinar el efecto de la influencia social, los beneficios, la confianza y los riesgos percibidos en la intención de uso de dichos aplicativos por parte de los usuarios de ambos países. La metodología aplicada consistió en una encuesta a 385 personas de nacionalidad peruana y chilena, cuyos datos fueron analizados posteriormente por el modelo de ecuaciones estructurales de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM) y el programa estadístico SPSS para entender la complejidad de la influencia entre la intención de uso de una billetera digital y los factores mencionados anteriormente.

Entre los principales resultados se evidenció la existencia de una relación directamente proporcional entre las variables del modelo propuesto, dado que existe una correlación factorial positiva que supera el valor mínimo de 0.7. Asimismo, se encontró que la edad es determinante en la intención de uso de las billeteras digitales, pues se evidenció que los usuarios más susceptibles a factores externos son el público más maduro, especialmente los mayores de 50 años. Se recomienda de cara al campo científico desarrollar el modelo sobre la base del contexto actual e indagar con mayor detalle en los nuevos avances tecnológicos que presentan estos aplicativos móviles y su influencia en los usuarios de Perú y Chile.

**Línea de investigación:** 5306 -3.c11

**Palabras clave:** Billetera digital, intención de uso, influencia social, riesgos percibidos, confianza percibida.

## ABSTRACT

Digital wallets, categorized as Immediate payment Fintech, are mobile applications that allow transferring money and making payments in a much faster and safer way through a mobile device.

The study was conducted with the aim of identifying the main factors that influence the intention to use digital wallets among consumers in Peru and Chile. Therefore, the primary objective of this research is to analyze and determine the effects of social influence, perceived benefits, trust, and perceived risks on the intention to use these applications by users in both countries. The methodology applied consisted of a survey of 385 Peruvian and Chilean nationals, whose data were subsequently analyzed by partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) and the SPSS statistical program to understand the complexity of the influence between the intention to use a digital wallet and the aforementioned factors.

Among the main results, the existence of a directly proportional relationship between the variables of the proposed model was evidenced, given that there is a positive factorial correlation that exceeds the minimum value of 0.7. Likewise, it was found that age is a determining factor in the intention to use digital wallets, since it was evidenced that the users most susceptible to external factors are the more mature public, especially those over 50 years of age. It is recommended for the scientific field to develop the model based on the current context and to investigate in greater detail the new technological advances presented by these mobile applications and their influence on users in Peru and Chile.

**Line of research:** 5306 -3.c11

**Keywords:** Digital wallet, intention to use, social influence, perceived risks, perceived trust

# INTRODUCCIÓN

Esta investigación estudia el papel del uso de aplicaciones conocidas como billeteras digitales en la construcción de la economía actual y globalizada mediante el examen empírico de los factores que afectan la intención de los ciudadanos peruanos y chilenos de usar este tipo de aplicaciones Fintech. El presente estudio se plantea como muestra poblacional, clientes de Perú y Chile, esto debido a que ambos países se ubican geográficamente en el continente sudamericano, donde la industria de tecnologías financieras viene desarrollándose de manera creciente. La importancia de esta investigación radica en las contribuciones que puede generar tanto en el ámbito empresarial de las financieras como en la comunidad académica, ya que con este estudio se busca la profundización del conocimiento existente con respecto a las variables de influencia en el comportamiento de los usuarios a la hora de decidir utilizar una billetera digital.

Con la globalización se generan mayores avances tecnológicos en diversas variedades de industrias, incluida la industria financiera, la cual utiliza estos avances para mejorar sus servicios bancarios, haciéndolos cada vez más descentralizados a niveles mundiales. Debido a esto, y a las nuevas necesidades de los clientes actuales, es que surge la industria de las Fintech, la cual busca satisfacer estas nuevas demandas fusionando los servicios financieros tradicionales con la tecnología para volverlos más sencillos, eficientes y reducir costos tanto para las empresas como para los usuarios, generando una inclusión financiera en zonas con limitada bancarización. Dentro de esta industria se encuentran las empresas que ofrecen aplicativos para realizar pagos o transferencias de forma inmediata. Este tipo de aplicaciones son atractivas, ya que facilita la forma de realizar transacciones de dinero y se pueden hacer de manera rápida, un claro ejemplo de estos aplicativos es YAPE en Perú, el cual actualmente cuenta con más de 16 millones de usuarios activos mensuales, según la página oficial de YAPE (2024).

Para el desarrollo de este estudio, se desarrollaron 8 capítulos que detallan y demuestran la relevancia de los factores previamente mencionados y su impacto sobre la intención de uso de billeteras digitales.

El capítulo 1 discute el planteamiento de la problemática que da el contexto a la investigación, empezando desde un contexto general, para luego aterrizarlo en la problemática específica.

En el capítulo 2, se presenta fuentes de literatura previa y los antecedentes teóricos por variables a estudiar.

El capítulo 3 busca justificar las razones de elaboración del estudio, partiendo desde la relevancia de la investigación, para luego analizar la viabilidad y las limitaciones que se presentan.

En el capítulo 4, se definen cuáles son los objetivos, tanto el general como los específicos.

El capítulo 5 muestra las hipótesis planteadas, las cuales se encuentran relacionadas con las preguntas elaboradas en el estudio.

En el capítulo 6, se fundamenta de manera teórica las bases de la investigación, las cuales se encuentran respaldadas en el marco teórico y conceptual de la investigación.

El capítulo 7 detalla el modelo de investigación, según la metodología de investigación, seguida de los resultados y el análisis estadístico.

En el capítulo 8, se presentan los resultados de las encuestas, y se analiza de manera minuciosa los hallazgos, para negar o afirmar las hipótesis planteadas en capítulos anteriores.

Finalmente, se exponen las conclusiones y se proponen recomendaciones para futuras direcciones de investigación.

Según el diseño que se plantea en el estudio, la metodología que se empleó para el desarrollo de esta investigación es de tipo cuantitativa no experimental, mediante el uso de la encuesta con un muestreo no probabilístico, que fue de utilidad para la recolección de información sobre las variables encontradas en el modelo planteado. El trabajo de campo se desarrolló un cuestionario de forma online, donde las respuestas que se obtuvieron fueron codificadas mediante Microsoft Excel y procesadas a través de las herramientas Smart PLS y SPSS.

Por último, entre algunos resultados que se obtuvieron después de realizado el trabajo de campo y la codificación y procesamiento de datos, fueron que 4 de nuestras 5

hipótesis se confirmaron, mientras que la hipótesis que planteaba el impacto negativo y significativo de los riesgos percibidos en los consumidores sobre su intención de usar estos aplicativos de pago inmediato, fue rechazada, ya que el 56% de la población total de ambos países se encontraba en desacuerdo con la afirmación de que las Billeteras digitales presentaban un alto nivel de incertidumbre, mientras que, en contraste, el 95% del público entrevistado del total de países, afirma que el utilizar Billeteras digitales presenta muchas ventajas, siendo la variable beneficios la que cuenta con mayor influencia en la intención de uso de los consumidores de estos aplicativos.



# **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Las investigaciones expuestas en el siguiente capítulo muestran diversos factores que tienen un grado de influencia en la decisión de uso de los clientes en servicios de billeteras digitales, y cómo este tipo de servicios ha revolucionado el sector en el que se desenvuelve. Las nuevas tendencias e innovaciones en el rubro financiero han facilitado el hecho de que muchas empresas y personas que anteriormente no eran consideradas aptas para desenvolverse en el sector bancario, puedan adquirir y realizar pagos de manera más accesible, rápida y segura. Sin embargo, los beneficios que traen consigo los servicios de billeteras digitales no son los únicos factores que influyen en la elección de uso del cliente de estas aplicaciones de pago inmediato, también influye los riesgos percibidos, la confianza percibida y la influencia social en las decisiones del cliente. Por ende, esto lleva a determinar el problema a abordar en el presente capítulo.

## **1.1 Situación problemática**

A lo largo de las décadas, los servicios financieros han tenido que irse adaptando a un mundo más globalizado, moderno e innovador, en donde constantemente las diferentes tendencias del mercado se enfocan en la posibilidad de poder brindar mayor acceso a estos servicios digitales a muchas personas y empresas a través de los avances tecnológicos. Como consecuencia de las actuales necesidades y tendencias, se da la aparición de las billeteras digitales, un modelo de Startups, donde grandes empresas financieras se vuelven tecnológicas y bancos digitales como nuevos competidores en el sistema financiero, según Murinde et al. (2022).

Uno de los grandes problemas de las transferencias en la banca tradicional, es el tiempo que tarda en moverse el dinero de una cuenta bancaria a otra. Por lo tanto, se crean nuevas herramientas en el sector financiero como las Billeteras digitales. Estas billeteras digitales son aplicativos móviles que permiten que el movimiento de cantidades de dinero limitadas entre cuentas bancarias tanto de personas naturales como de personas jurídicas sean inmediatas o al instante. Además, eliminan la necesidad de llevar efectivo o tarjetas

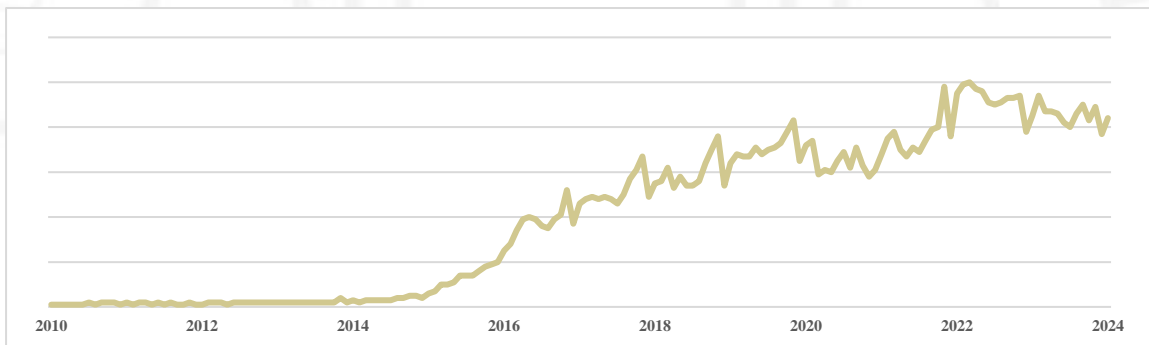
de crédito y débito, ofreciendo una solución más ágil y virtual para la gestión y traslado de dinero.

### 1.1.1 Visión mundial

Para mostrar la evolución del uso del sector Fintech, primero hay que remontarse al origen de estos servicios. Según Arner (2016), el origen del término Fintech, data de principios de la década de 1990 en el “Consortio de Tecnología de Servicios Financieros”, un proyecto que Citigroup inició con el fin de poder facilitar la cooperación tecnológica. Sin embargo, no es, sino a partir del 2014 que el sector de servicios Fintech comenzó a atraer mayor atención de los consumidores, reguladores e inversores, como se puede observar en la figura 1.1.

**Figura 1.1**

*Evolución del uso de servicios Fintech del 2010 al 2024*



*Nota.* Adaptado de *Fintech: Evolution and Regulation*, por S. Zavialova, 2016

[https://law.unimelb.edu.au/data/assets/pdf\\_file/0011/1978256/D-Arner-Fintech-Evolution-Melbourne-June-2016.pdf](https://law.unimelb.edu.au/data/assets/pdf_file/0011/1978256/D-Arner-Fintech-Evolution-Melbourne-June-2016.pdf)

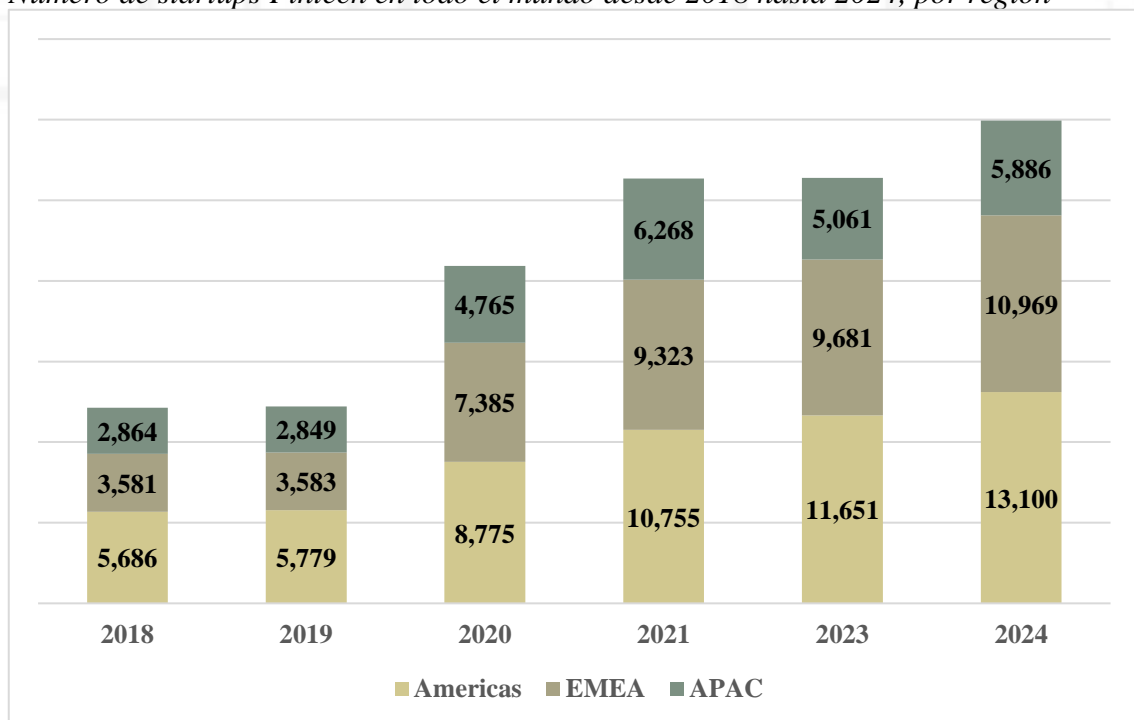
Continuando con la evolución de estos servicios financieros, en la figura 1.2, proporcionada por Statista (2024), se observa con mayor detenimiento el crecimiento en estos últimos años del número de startups Fintech por el mundo. Si se hace un análisis más profundo de la figura, se puede observar que del 2018 al 2019, los números de Fintech alrededor del mundo no variaron en gran proporción, es decir, que solo se crearon 80 nuevas Fintech, que ofrecían distintos tipos de servicios financieros en el mundo. Ahora bien, si se aborda el análisis del periodo 2019 al 2020, se puede observar el crecimiento abismal en el número de Fintech en el mundo. Esto quiere decir que, en el

transcurso de solo un año, se pasó de crear 80 Fintech a 8,714 alrededor del mundo. Esto último se pudo deber a la pandemia del COVID-19, ya que esta se esparce a través de los países, generando un aislamiento social, que, a su vez, obliga a las personas a volverse consumidores en línea, es decir, que todos los productos o servicios que deseasen consumir lo debían de hacer de manera online, ya que así se evitaba el contagio y era más seguro.

Ahora bien, debido al auge de estos servicios Fintech a causa de la pandemia, el número de empresas que decidía optar por un servicio más digital en el sector financiero solo ha ido en aumento, como se puede observar en el periodo del 2020 al 2021 en la misma figura mencionada en el párrafo anterior. Otro análisis de valor que se puede extraer de esta figura es que el continente que tiene el mayor número de Fintech creadas, es el americano. Adicionalmente, del 2018 al 2024 se observa un crecimiento significativo en el número de Fintech creadas, duplicándose en solo seis años.

**Figura 1.2**

*Número de startups Fintech en todo el mundo desde 2018 hasta 2024, por región*



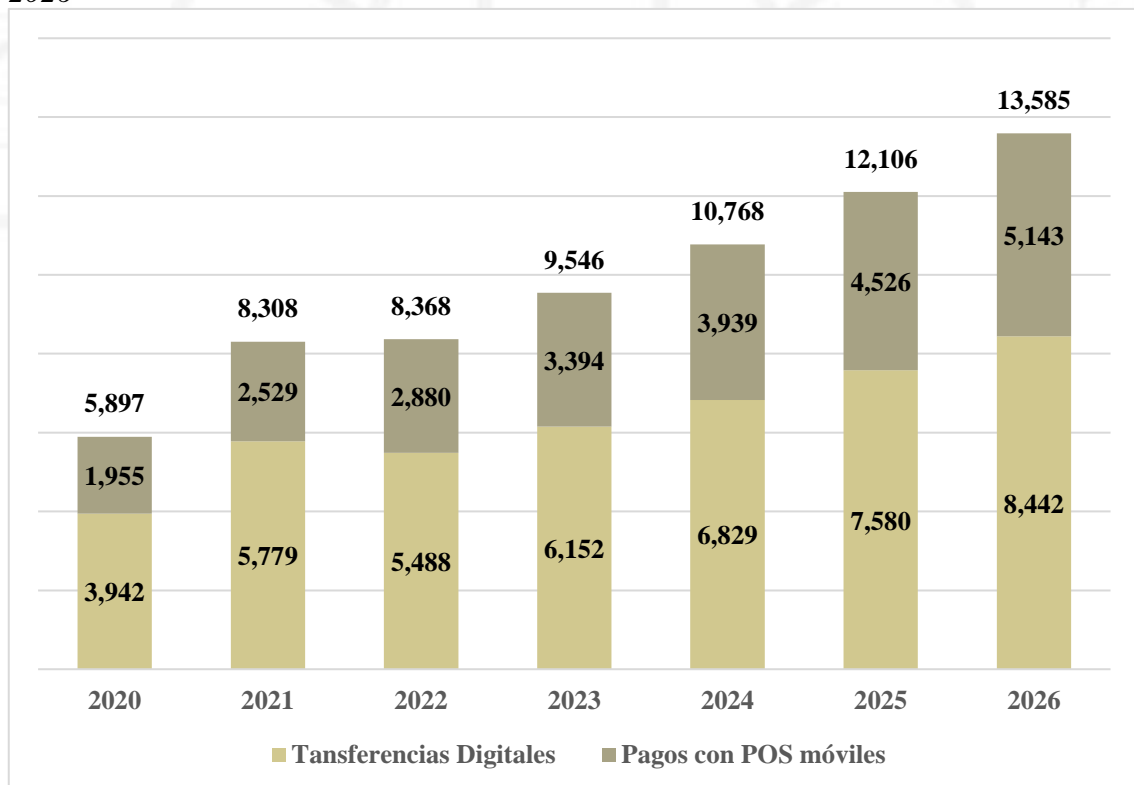
*Nota.* Adaptado de *Number of Fintech startups worldwide from 2018 to November 2024, by region*, por Statista, 2024 (<https://www-statista-com./statistics/893954/number-fintech-startups-by-region/>)

Después de haber analizado el crecimiento del sector, toca analizar cuánto dinero se mueve actualmente por medio de los servicios Fintech en el comercio digital. Según Statista (2024), solo en el 2020, el comercio digital mundial movió en total una cantidad de US\$5,897 mil millones, cabe destacar que el pago del comercio electrónico se hace a través de Billeteras digitales, ya sea por transferencias digitales o pagos con POS móviles.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es que según la misma fuente, las proyecciones que se tienen hasta el año 2026 de transacciones digitales, solo van en aumento, es decir, que el sector Fintech estará moviendo más dinero a través de sus servicios alrededor del mundo, tomando mayor protagonismo que las transferencias o pagos de manera física, y dejando de lado al efectivo y a la banca tradicional.

**Figura 1.3**

*Movimiento de dinero a través del comercio digital desde el 2020 con proyecciones al 2026*



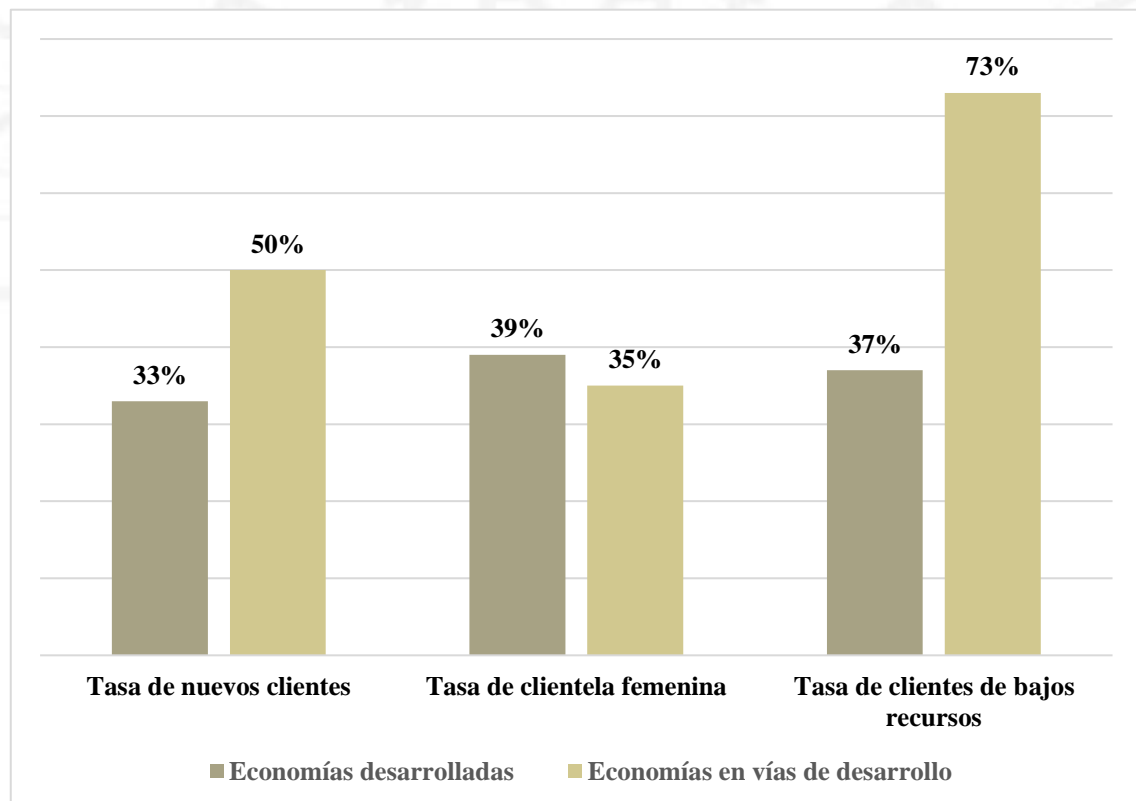
Nota. Adaptado De FinTech - In-depth Market Insights & Data Analysis por Statista, 2024 (<https://www-statista-com./study/45600/in-depth-report-fintech/>)

Dada la pandemia causada por el COVID-19, muchos sectores tuvieron que reinventarse. En el caso del sector financiero, se motivó a las personas a utilizar los

métodos de pago sin contacto, es decir, evitando el manejo de efectivo para reducir los contagios a nivel mundial. Por ende, las billeteras digitales aumentaron exponencialmente. Según el reporte del Centro de Financiamiento Alternativo de la Universidad de Cambridge (2022), las personas de bajos recursos de países en vía de desarrollo fueron las más beneficiadas. Mientras que los ciudadanos de economías más avanzadas ya habían adoptado este método de pago años atrás porque en el 2020 solo tuvo un 33% más de nuevos clientes, mientras que las demás economías tuvieron 50% de nuevos clientes.

**Figura 1.4**

*Proporción de clientes de aplicativos de pago inmediato por desarrollo económico en el 2020*



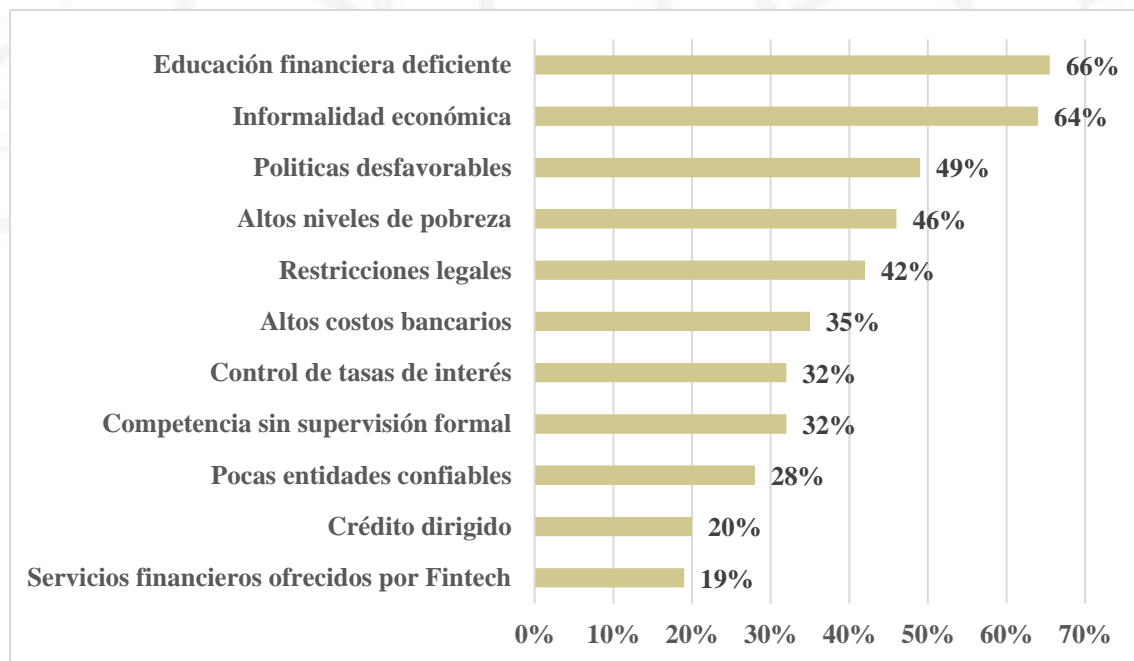
*Nota.* Adaptado de *The Global COVID-19 Fintech market impact and industry resilience study*, por la Universidad de Cambridge, 2022 (<https://www.jbs.cam.ac.uk/wp-content/uploads/2022/06/2022-global-covid19-Fintech-market-study.pdf>)

### 1.1.2 Visión Latinoamérica

En Latinoamérica, existen brechas financieras que no permiten el acceso a servicios bancarios a muchos ciudadanos, como se mencionó en los antecedentes, esto puede ser causado por la centralización de los servicios financieros en el mismo lugar que los tecnológicos, trayendo como consecuencia la desigualdad de oportunidades (Ioannou y Wójcik, 2021). Sin embargo, estudios confirman que esa no es la única causa de las brechas financieras existentes en Latinoamérica. Statista (2021a), realizó un estudio teniendo como herramienta una encuesta, en donde se resalta que los mayores obstáculos que causan la brecha financiera en Latinoamérica son la pobre educación de esta misma rama y la economía informal.

**Figura 1.5**

*Principales obstáculos para la inclusión financiera en Latinoamérica en 2019*



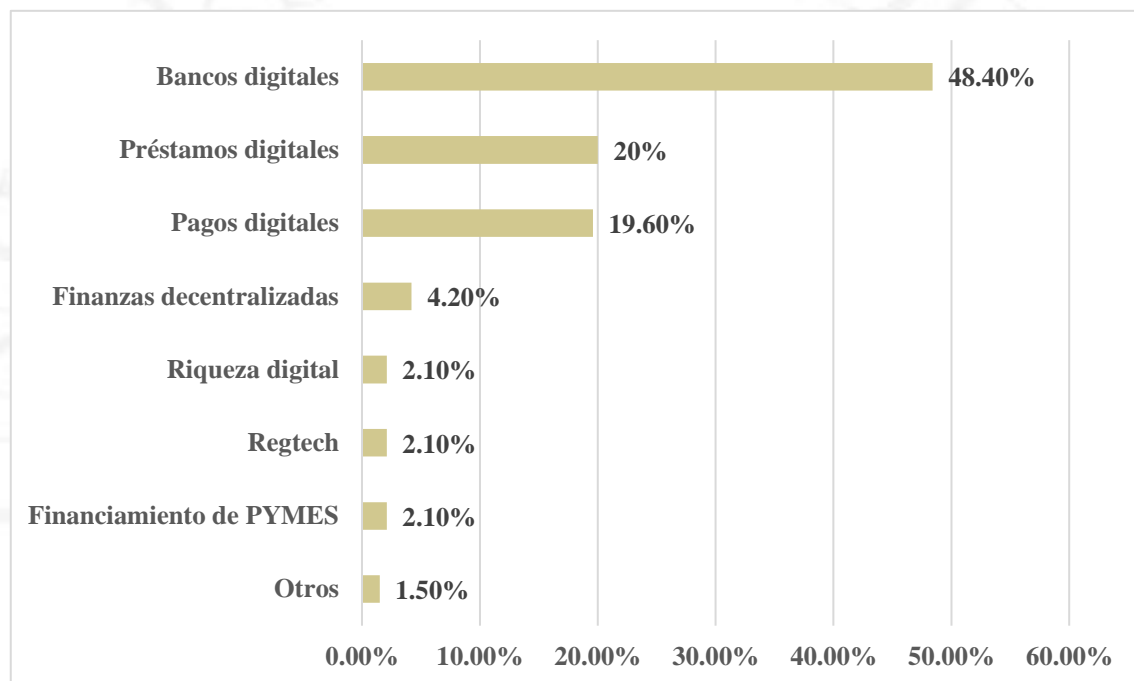
*Nota.* Adaptado de *Financial Inclusion in Latin America*, por Statista, 2021 (<https://www-statista-com/study/67094/finacial-inclusion-in-latin-america/>)

La inclusión financiera en Latinoamérica es una necesidad urgente para lograr el desarrollo económico y social en la región. Sin embargo, la brecha entre los bancarizados y los no bancarizados sigue siendo un desafío importante para los países de la región. En este contexto, las empresas Fintech se han convertido en una herramienta clave para mejorar la inclusión financiera en la región, gracias a su capacidad para ofrecer soluciones

innovadoras y accesibles a través de plataformas digitales. Aunque la distribución de las inversiones Fintech en América Latina no es uniforme, las empresas de este sector han logrado aumentar su presencia en la región y están contribuyendo significativamente a mejorar la inclusión financiera en algunos países.

**Figura 1.6**

*Distribución de las inversiones Fintech en América Latina a junio del 2021, por segmento de negocio*



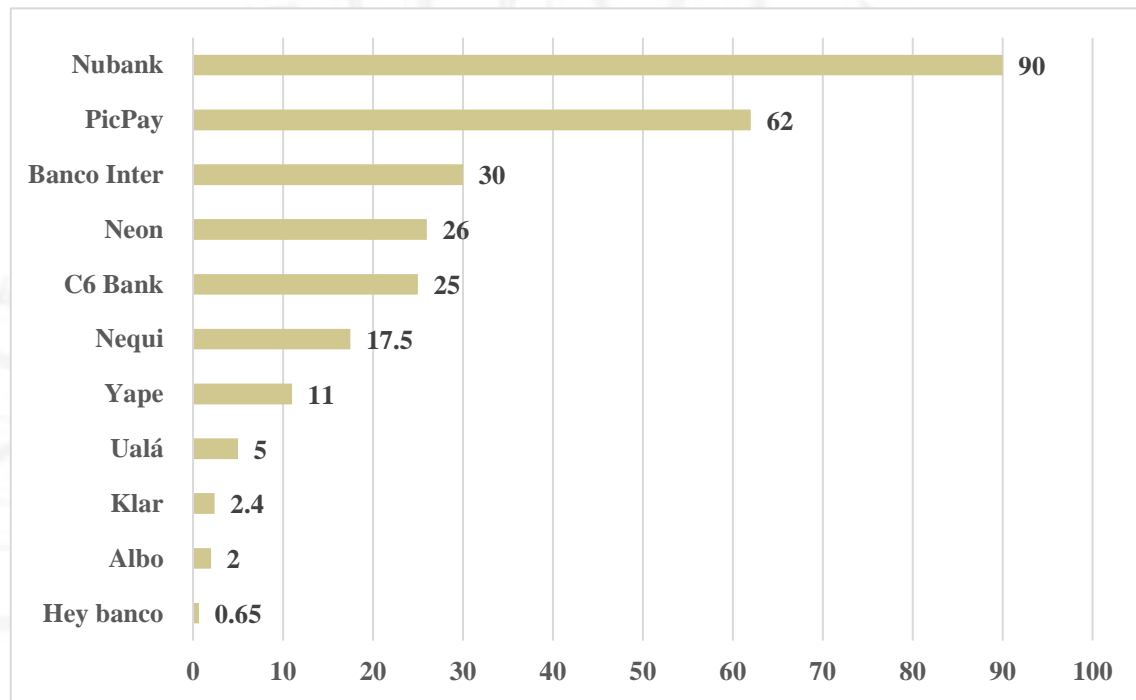
*Nota.* Adaptado de *Fintech in Latin America*, por Statista, 2021 (<https://www-statista-com./study/56664/Fintech-in-latin-america/>)

La distribución de las inversiones Fintech en América Latina ha sido un tema de gran interés en los últimos años, ya que las empresas de este sector han logrado posicionarse como una alternativa atractiva para los usuarios de servicios financieros. A pesar de que la distribución de las inversiones no es uniforme en toda la región, se ha observado un crecimiento significativo en el número de usuarios de los principales bancos y billeteras digitales de Latinoamérica. Esto se debe en parte a la proliferación de soluciones tecnológicas que facilitan el acceso a servicios financieros y a una mayor confianza de los consumidores en la seguridad de las transacciones digitales. Si bien aún existen desafíos para lograr una inclusión financiera total en la región, el creciente

número de usuarios de los principales bancos y billeteras digitales de Latinoamérica es un indicador relevante del avance que está teniendo la tecnología financiera en la región.

**Figura 1.7**

*Número de usuarios de los principales bancos y billeteras digitales de Latinoamérica en el 2023 (en millones)*



*Nota.* Adaptado de *Fintech in Latin America*, por Statista, 2024 (<https://www-statista-com.study/56664/fintech-in-latin-america/>)

### 1.1.3 Situación de las billeteras digitales en Perú

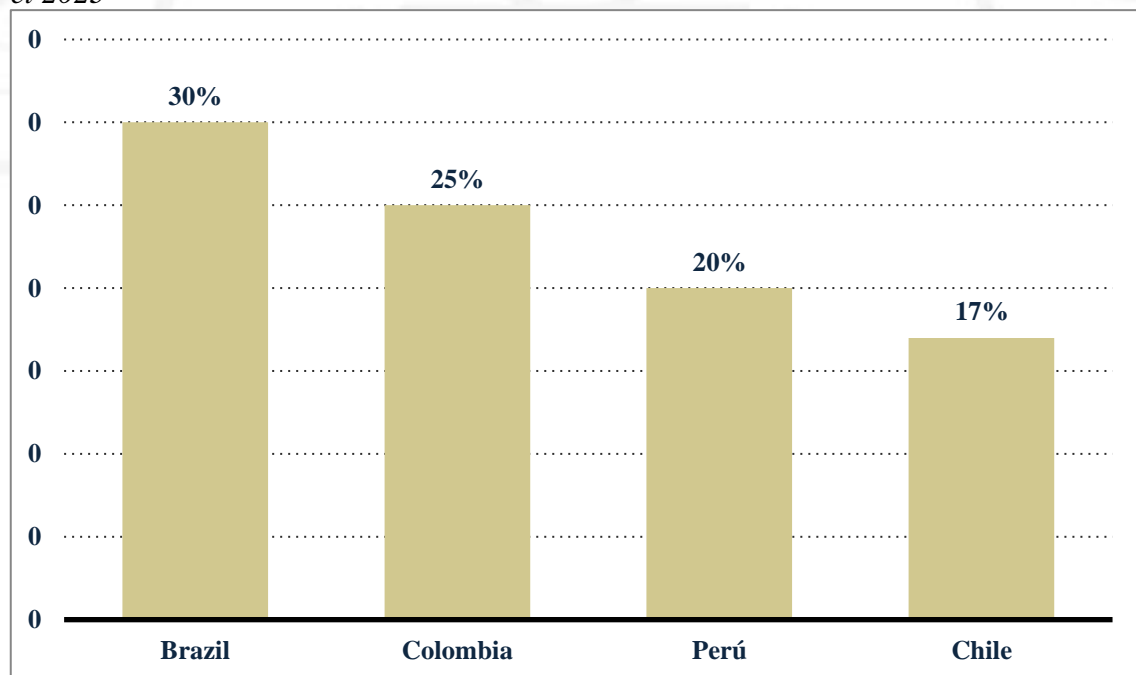
Esto se relaciona con la actual situación de la economía peruana, según el Instituto Peruano de Economía (2023), la tasa de informalidad ascendió a 75.7% en el 2022, dando como resultado el ingreso de aproximadamente 800 mil trabajadores al sector informal. Por su parte, la economía chilena también cuenta con un porcentaje de informalidad, pero en menor escala, representada por un 33,4% en el último trimestre del 2023, según el Instituto Nacional de Estadística (2024). La educación financiera también es un factor clave para aspirar a diversos productos y servicios financieros, Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2024), el Perú se encuentra en el undécimo puesto como país con una buena capacidad financiera digital en la región, contando, según la misma fuente,

con un 46% de habitantes con conocimiento medio en lo que respecta a la educación financiera y un 13% con un nivel considerado adecuado. Esto indica que más de la mitad de los ciudadanos económicamente activos no cuentan con el conocimiento necesario para poder crear un historial crediticio atractivo, como tampoco para utilizar diversos productos financieros de banca tradicional y no tradicional los cuales les podrían ser muy útiles para su desempeño laboral y personal.

Sin embargo, el Perú se encuentra dentro de los principales países en Latinoamérica que utiliza en gran cantidad las transacciones bancarias en línea, las cuales están relacionadas con las aplicaciones de pago inmediato, y según Statista (2024), se estima que en 2027 el país se convierta en el segundo en compartir la mayor cuota de mercado (31%) en Latinoamérica.

**Figura 1.8**

*Cuota de mercado de transacciones bancarias nacionales en línea en Latinoamérica en el 2023*



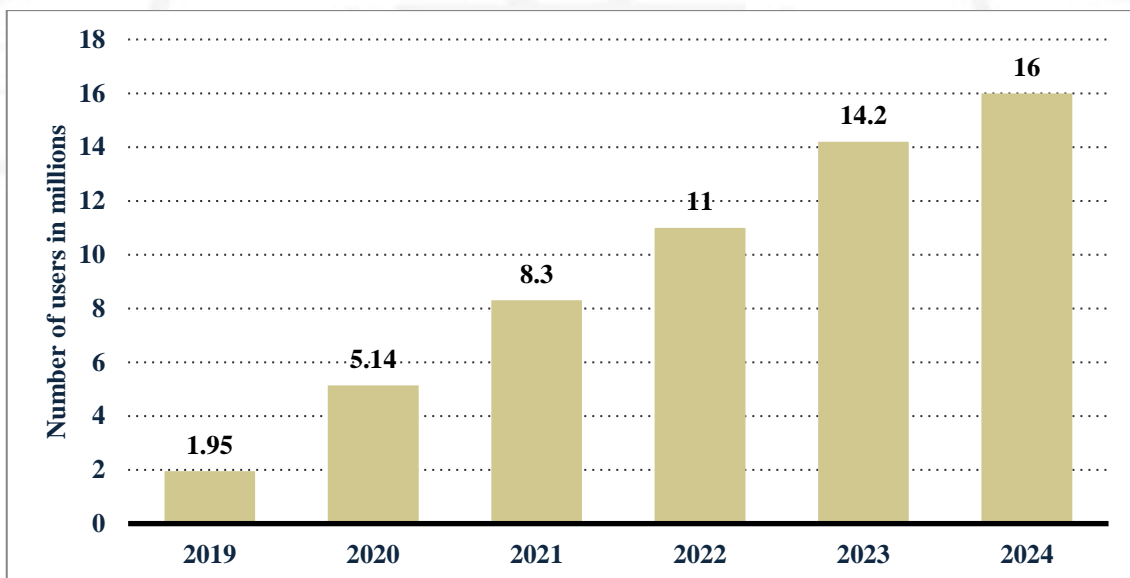
*Nota.* Adaptado de *Market share of account-to-account (A2A) payments in domestic e-commerce payments in 6 countries and territories in Latin America from 2016 to 2023, with a forecast for 2027*, por Statista, 2024 (<https://www-statista-com/statistics/1419970/latin-america-a2a-payments-market-share-by-country/>)

Esto se debe al crecimiento de la aplicación de pagos móviles más utilizada en el Perú, la cual fue desarrollada por el Banco de Crédito del Perú (BCP) denominada Yape.

Esta plataforma permite vincular el número de celular con alguna cuenta bancaria del BCP y otras entidades financieras, en su mayoría cajas municipales, para realizar transferencias de bajos montos de dinero. El uso de este aplicativo fue incrementándose exponencialmente a raíz de la pandemia mediante el incentivo de utilizar medios de pago sin contacto. Por ejemplo, a inicios del 2020 Yape contaba con 2.38 millones de usuarios registrados y a fin de año alcanzó 5.14 millones de usuarios registrados, teniendo un crecimiento de más de 100%. Actualmente, según la página web, la plataforma cuenta con más de 16 millones de usuarios activos, Yape (2024). Cabe resaltar que, a raíz de las nuevas tendencias, el banco Scotiabank, BBVA y BIF han creado un aplicativo similar a Yape, el cual tiene como principal ventaja realizar transacciones interbancarias inmediatas sin costos adicionales.

**Figura 1.9**

*Número de usuarios registrados en Yape del Q1 2019 al Q4 del 2021*



Nota. Adaptado de *Fintech in Peru*, por Statista, 2024 (<https://www-statista-com/study/85367/Fintech-in-peru/>)

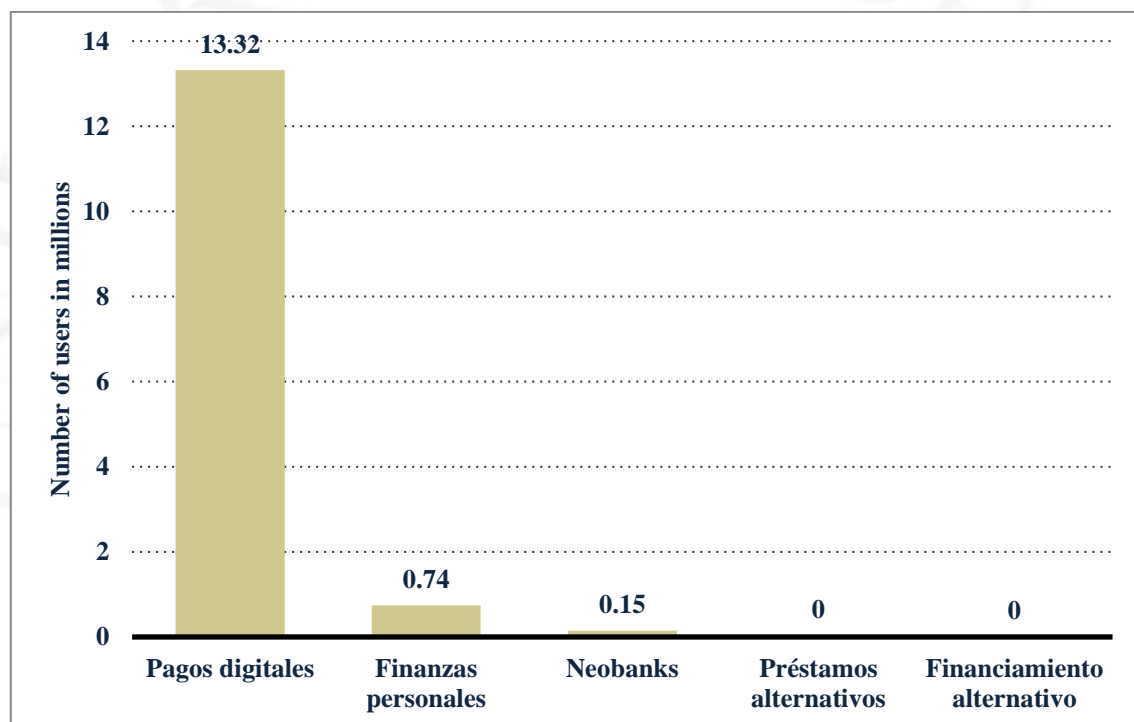
#### **1.1.4 Situación de las billeteras digitales en Chile**

En el caso de Chile existen aplicativos similares a Yape y Plin, por su parte el aplicativo chileno más utilizado en Chile es el F Pay, el cual es un aplicativo móvil creado por el Grupo Falabella, esta herramienta permite cargar tarjetas de crédito y débito de cualquier banco emitidas en Chile para poder hacer pagos por código QR en establecimientos

afiliados y transferir dinero a contactos registrados en la plataforma. Según Statista (2022), debido a la excelente acogida de las Fintech de pagos digitales, se estima que para el 2025 el número de usuarios registrados en billeteras digitales sea 13.32 millones, mientras que las demás Fintech no llegarán al millón de usuarios registrados porque el modelo de su negocio no es tan masivo y requiere mayores condiciones para utilizarlo.

**Figura 1.10**

*Número de usuarios Fintech en Chile en el 2025*



Nota. Adaptado de *Fintech in Chile*, por Statista, 2020 (<https://www-statista/study/59225/Fintech-in-chile/>)

A raíz de la pandemia y las nuevas tendencias digitales, las Fintech de pagos digitales están siendo más utilizadas en Perú y Chile, siendo uno de sus principales atributos la seguridad porque evita que las personas anden con efectivo, lo cual cada vez se hace más inusual en la población más joven. Sin embargo, dada la poca educación financiera y la centralización de los servicios financieros, existen riesgos que deben ser considerados al momento de utilizar estos aplicativos para poder evitar la pérdida parcial o total del efectivo que se disponga en estas herramientas.

### 1.1.5 Regulaciones de las billeteras digitales en Perú

El Banco Central de Reserva del Perú (BCRP) estableció la Ley 29985, la cual se encarga de regular las características básicas del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera en el Perú. Dicha ley establece las siguientes características al dinero electrónico:

- Almacenamiento en soporte electrónico.
- Aceptado como medio de pago.
- Emitido igual por los fondos recibidos.
- Convertible en efectivo según el valor monetario.
- No constituye depósito o genera intereses.

Asimismo, el BCRP en febrero del 2020 estableció la circular N° 003-2020-BCR, la cual es un conjunto de normas que tiene como objetivo promover la interoperabilidad de los códigos QR en los medios de pago inmediato. Las billeteras digitales registradas en mayo del 2022 se presentan en la siguiente tabla 1.1.

**Tabla 1.1**

*Billeteras digitales registradas en la circular N° 003-2020-BCR.*

Nombre comercial	Empresa bancaria propietaria
Ligo	EEDE tarjetas Peruanas Prepago
FPay	Falabella S.A.
Mercado Pago	-----
Yape	Banco de Crédito del Perú
Tunki	Interbank

*Nota.* Adaptado de *Sistema de Pagos en el Perú*, por Banco Central de Reserva del Perú, 2022 (<https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-189/moneda-189-03.pdf>)

Por su parte la SBS, se encuentra preparando una regulación para reforzar uno de los principales aspectos vitales para el uso de los aplicativos de pago inmediato. Esta

regulación estará centrada en aspectos asociados a la identificación y autenticación digital (SBS, 2022).

### **1.1.6 Regulaciones de las billeteras digitales en Chile**

Por su parte, desde el 2016 Chile estableció una ley que autoriza la emisión y operación de medios de pago por entidades no bancarias (Ley 20950). Tiene como objetivo aprobar la emisión y operación de medios de pago con provisión de fondos o cualquier otro sistema similar por parte de empresas no bancarias, en la medida que dichos sistemas importen que el emisor u operador contraiga habitualmente obligaciones de dinero para con el público en general o ciertos sectores o grupos específicos de él. Para fines de esta ley, se entenderá por empresa no bancaria a los emisores u operadores distintos de las empresas bancarias, sus filiales o empresas de apoyo al giro (BCN, 2016).

Además, el Congreso General de Chile emitió su aprobación a la Ley 21234, la cual limita la responsabilidad de los titulares o usuarios de tarjetas de pago y transacciones electrónicas en caso de pérdida, robo y fraude.

### **1.1.7 Situación Económica y Financiera de Perú**

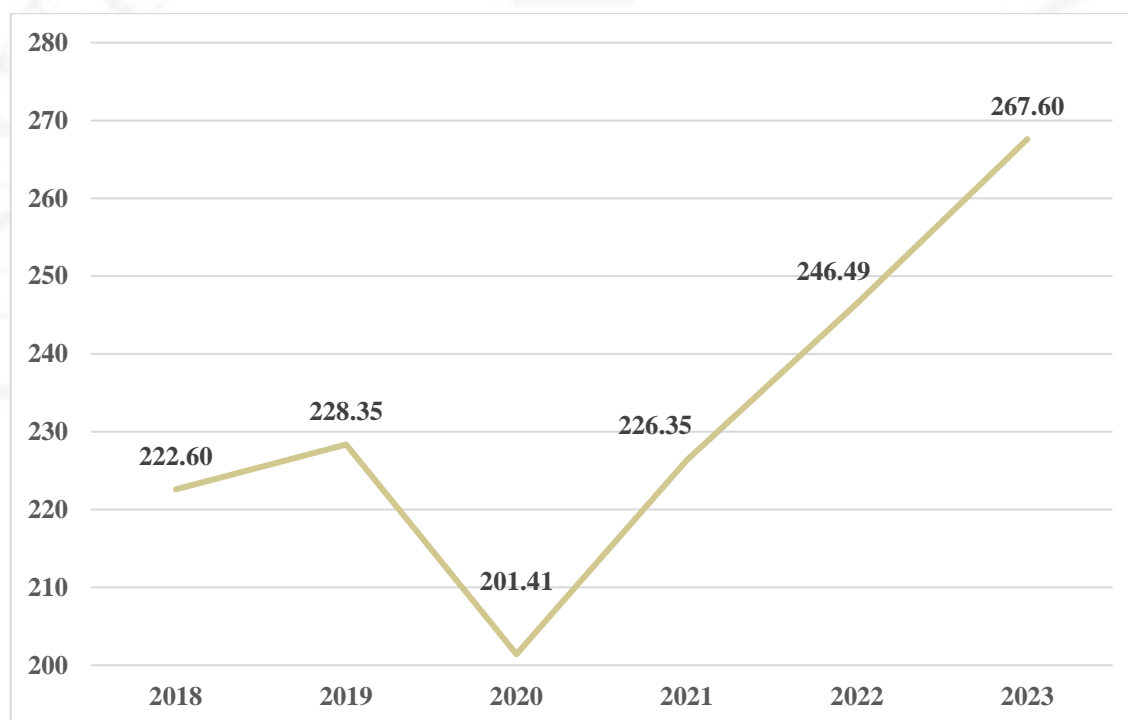
La situación económica de un país hacer referencia al desarrollo y conjunto de diferentes métricas macroeconómicas que permiten determinar cómo se está desarrollando la economía de un país en un determinado periodo de tiempo.

En el caso de Perú, según el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2021), la situación económica del país como en el mundo en general se vio negativamente afectada en el 2020 a causa de la pandemia del COVID-19. Por ello, el principal indicador macroeconómico, el PBI nacional, registró una disminución del 10.9% frente a lo acumulado en el año 2019. Asimismo, las actividades económicas que fueron mayormente afectadas fueron algunas como alojamiento y restaurantes, servicios prestados a las empresas; mientras que, en cambio, crecieron otras actividades como servicios financieros, seguros y pensiones, telecomunicaciones y otros servicios de información.

Cabe resaltar que el PIB ha venido presentando mejoras después de la pandemia. Como se observa en la figura 1.11, el PIB de 2023 incrementó en 267.6 miles de millones de dólares. En 2022, se esperaba que la actividad económica se viera favorecida por un incremento de las exportaciones mineras, pero también se preveía una desaceleración gradual de la demanda interna. Es previsible que la inversión privada se paralice debido a la baja confianza comercial ocasionada por la inestabilidad política e institucional (Banco Mundial, 2022).

**Figura 1.11**

*Producto bruto interno del Perú en (Miles de millones de dólares)*



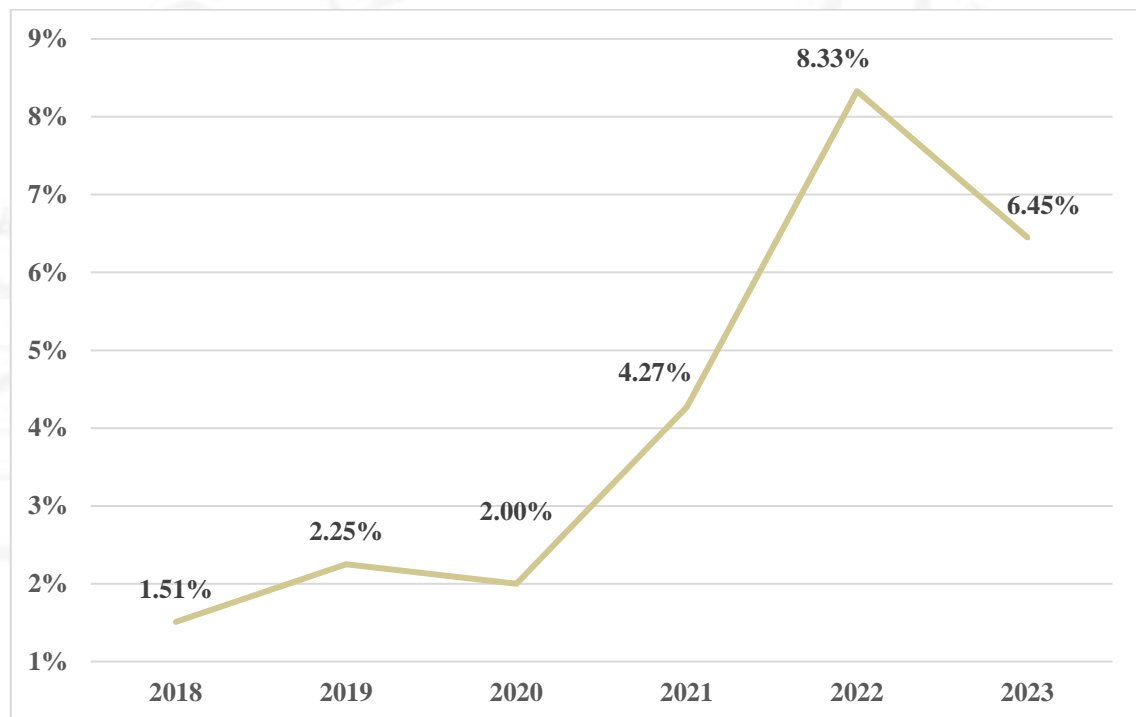
Nota. Adaptado de *Indicadores de desarrollo mundial*, por Banco Mundial, 2024 (<https://data.worldbank.org>)

La inflación en el 2021 se incrementó respecto del año previo, como consecuencia del aumento mundial de los precios de los productos básicos y al estímulo a la demanda interna mediante bonos por parte del gobierno para apoyar la recuperación después de la crisis de la COVID-19. Cabe resaltar que el Banco Central endureció su política monetaria para tratar de frenar la inflación. Dando como consecuencia que la moneda local (Nuevo Sol) se colocara como la divisa latinoamericana de mejor desempeño frente

al dólar desplazando al real brasileño, es decir, el Nuevo Sol es la divisa que menos se ha devaluado en toda la región latinoamericana (Bloomberg Línea, 2022). En 2023, se pudieron observar los frutos de la política monetaria, ya que la inflación disminuyó después de dos años de continuo incremento. En la figura 1.12 se observa esta tendencia.

**Figura 1.12**

*Inflación anual del Perú 2018-2023*



*Nota.* Adaptado de *Indicadores de desarrollo mundial*, por Banco Mundial, 2024 (<https://databank.worldbank.org>)

### **1.1.8 Situación Económica y Financiera de Chile**

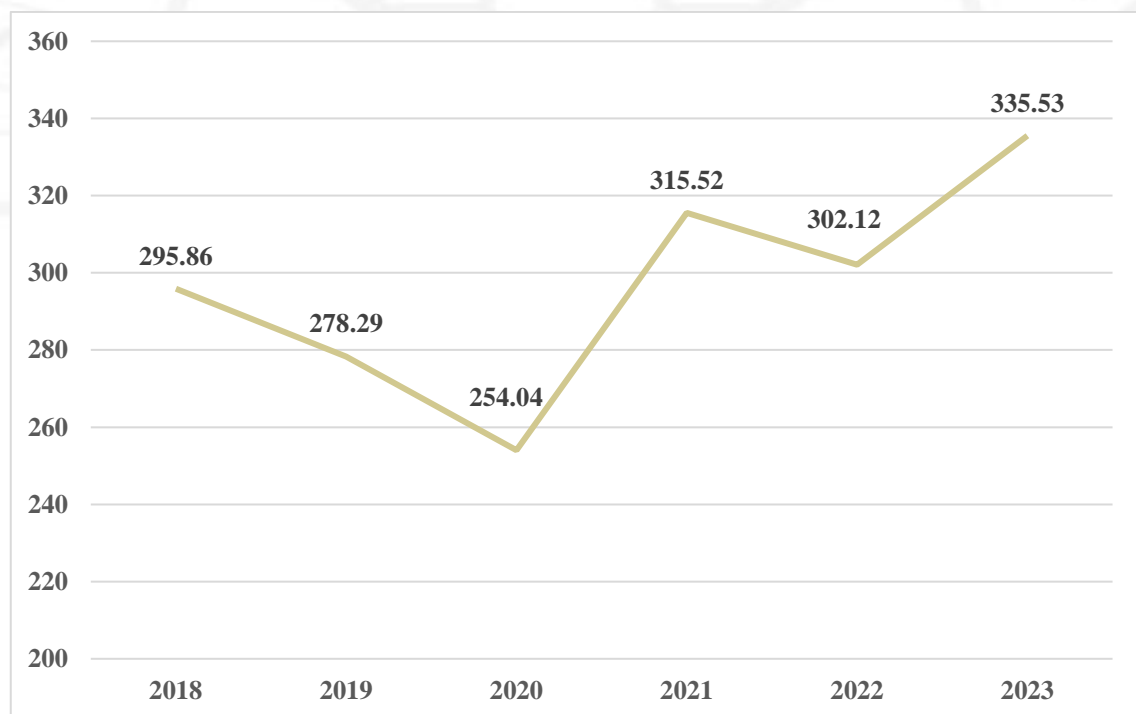
Chile es considerado tradicionalmente como un modelo en América Latina en términos de transparencia política y financiera. También ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en América Latina en la última década, lo que ha permitido al país reducir relevantemente la pobreza. Chile es uno de los países más industrializados de América Latina, y algunos de sus sectores de actividad más relevantes incluyen la minería, productos manufacturados y la agricultura. Siendo la minería uno de los cimientos de la economía chilena, principalmente por las cuantiosas reservas de cobre,

que coloca a Chile como el mayor productor de cobre del mundo, encargado de más de la tercera parte de producción de cobre a nivel mundial (Banco Santander, 2022).

Como todos los países, Chile también se vio afectado por la pandemia del COVID-19, estancando muchos proyectos en todos los sectores económicos del país. Sin embargo, la fuerte respuesta fiscal impulsó que el PIB de Chile creciera un 11,3 % en 2021, siendo una de las recuperaciones más rápidas del mundo. El crecimiento fue impulsado por el consumo, fomentado por retiros de fondos de pensiones y apoyo fiscal directo, que alcanzó 9 por ciento del PIB. Cabe resaltar que la rápida normalización de las actividades económicas fue consecuencia de una de las tasas de vacunación más rápidas del mundo (Banco Mundial, 2023).

**Figura 1.13**

*Producto bruto interno de Chile en (Miles de millones de dólares)*



*Nota.* Adaptado de *Indicadores de desarrollo mundial*, por Banco Mundial, 2024 (<https://databank.worldbank.org>)

Se proyectaba que el incremento del PIB real se disminuyera al 1,9 % en 2022 producto de la reversión de las políticas de estímulo, en tanto que las condiciones

financieras más estrictas y la persistente incertidumbre política pondrá en aprietos la inversión (Banco Mundial, 2022).

Cabe resaltar que la inflación, el indicador que mide el precio promedio de los productos y servicios, se aceleró en febrero del 2022 en 7.8% interanual. Esto se debe a la fuerte presión de la demanda a nivel mundial, los aumentos en los precios de las materias primas, interrupciones en los suministros y la depreciación del peso frente al dólar americano (Banco Mundial, 2022).

## **1.2 Formulación del Problema**

De acuerdo con la situación anteriormente planteada, se destaca que las nuevas tendencias del sector financiero buscan generar operaciones más ágiles y automatizadas para que se faciliten los procesos de transferencia y recepción de efectivo, tanto para personas naturales como para personas jurídicas. Por esto, la gran mayoría de negocios y clientes de banca tradicional se encuentran consumiendo los servicios de Fintech, un nuevo sector que se caracteriza por el uso de la tecnología e innovación para mejorar y agilizar los servicios financieros. En el caso del pago inmediato, es un tipo de Fintech que permite transferir efectivo o pagar productos y/o servicios a través de aplicativos que realizan las operaciones de transferencias de manera inmediata. Estos pagos o transferencias son ágiles y seguras a comparación de las transferencias tradicionales que son ofrecidas por bancos, cajas municipales y financieras. Aunque aún se perciben ciertas brechas como la informalidad o la falta de educación financiera, que generan en los consumidores y futuros clientes, un sentimiento de incertidumbre a la hora de querer utilizar este tipo de sistemas financieros. Según esto, existen ciertos factores que pueden influir en la elección de uso de los clientes de estas aplicaciones conocidas como billeteras digitales, los cuales son, los beneficios, los riesgos percibidos que este modelo representa, la confianza que se puede percibir en este tipo de modelos y la influencia del exterior o social. Es por esta razón que las preguntas que se desarrollaron en las líneas de abajo tienen como principal objetivo analizar cuál es el efecto que tiene cada uno de los factores anteriormente mencionados en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en los países elegidos para este estudio.

### **1.2.1 Pregunta general**

¿Cuál es el efecto de la influencia social, la confianza percibida, los beneficios y los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?

### **1.2.2 Preguntas específicas**

1. ¿Cuál es el efecto de la influencia social en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?
2. ¿Cuál es el efecto de los beneficios en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?
3. ¿Cuál es el efecto de los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?
4. ¿Cuál es el efecto de la confianza percibida en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?
5. ¿Cuál es el efecto de los riesgos percibidos en la confianza de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?

## CAPÍTULO II: ANTECEDENTES

En el segundo capítulo del trabajo de investigación se realizó una búsqueda en la cual se encontraron 20 investigaciones extraídas de revistas indexadas, para obtener un panorama más amplio y preciso sobre lo que está sucediendo actualmente en el sector de servicios financieros o de banca tanto tradicionales como no tradicionales y entender las nuevas tendencias en las que se están enfocando. Todas estas fuentes enfocan sus temas de investigación en las finanzas, la demografía y la tecnología, los cuales fueron de gran apoyo e importancia para el desarrollo y avance del presente trabajo de investigación.

En la tabla 2.1 se muestra un resumen de los antecedentes que serán utilizados para la investigación. Estos se encuentran agrupados según su categoría, el o los autores junto con el año de publicación y el país en el cual se llevó a cabo el estudio.

**Tabla 2.1**

*Resumen de los antecedentes*

Categoría	Autor (Año)	País en el cual se hizo el estudio
Influencia Social	Al nawayseh (2020)	Jordania
	Mejía-Escobar et al. (2020)	Colombia
	Ioannou y Wójcik (2021)	Reino Unido
	Nguyen (2022)	Vietnam
	Vilcanqui et al. (2022)	Perú
Los beneficios	Chen et al. (2019)	Estados Unidos
	Rentería et al. (2022)	Colombia
	Murinde et al. (2022)	Reino Unido
	Ye et al. (2022)	China
	Ilieva et al. (2023)	Bulgaria
Los riesgos percibidos	Cheng y Qu. (2020)	China
	Asante-Offei y Yaokumah (2021)	Ghana
	Gao (2022)	China
	Carbó-Valverde et al. (2022)	España
La confianza percibida	Barcia (2021)	Perú
	Rojas-Torres et al. (2021)	Indonesia
	Barbu et al. (2021)	Rumania
	Dimitrova et al. (2021)	Suecia
	Windasari et al. (2022)	Indonesia
	Bu, Wei y Zhang (2022)	China

## 2.1 Influencia Social

Al nawayseh (2020) estudió el rol de las Fintech durante el periodo inicial de la pandemia causada por el COVID-19. Su objetivo fue determinar los factores influyentes en la decisión de uso de aplicativos Fintech en los ciudadanos de Jordania. La herramienta de investigación fue un cuestionario a 500 potenciales usuarios Fintech en Jordania, un país de medio oriente situado en la orilla del río Jordán, que en la gran mayoría de casos fueron personas naturales. Adicionalmente a ello, se desarrollaron cinco hipótesis, las cuales fueron validadas mediante el modelo PLS-SEM. Los resultados indicaron que un gran número de usuarios se ven influenciados por factores del contexto como la confianza y los riesgos percibidos, y la influencia social. Por ende, se concluyó que la decisión de los usuarios está influenciada por los hábitos de las personas que los rodean y el *feedback* que reciben por parte de los mismos.

Dicha investigación cuenta con un gran aporte porque demuestra que, en el caso de las aplicaciones móviles de pago inmediato, la influencia social es determinante porque mientras más personas sigan adoptando las mismas herramientas tecnológicas aplicadas dentro de su entorno más cercano como familiar, laboral y comercial, mayor será el número de usuarios. Por lo tanto, las recomendaciones muchas veces pueden ser más determinantes que el valor atribuido a la tecnología que respalda el aplicativo.

Mejía-Escobar et al. (2020) analizaron las tendencias y características de los productos financieros sostenibles en Latinoamérica. Se desarrolló una metodología basada en la recolección de datos de reportes financieros de los principales bancos latinoamericanos. Los resultados indicaron que los productos financieros sostenibles enfocados en asuntos sociales, ambientales y de gobierno se han incrementado con el paso del tiempo en países de Latinoamérica debido a las reformas políticas favorables para su desarrollo en un ecosistema Fintech.

La relevancia de esta investigación se encuentra en la población de estudio, la cual está enfocada en el sector bancario de los principales países latinoamericanos. Por ello, este estudio permite tener un claro contexto del ambiente en donde se desarrollan las billeteras digitales en Perú y Chile y el principal motivo del crecimiento del mercado Fintech en dichos países como consecuencia de las nuevas regulaciones favorables y apoyo de los gobiernos a favor de los productos financieros sostenibles.

Ioannou y Wójcik (2021) estudiaron la geografía financiera de Latinoamérica, poniendo énfasis en Brasil, México y Argentina y el rol que cumplen las Fintech en dichos países. Para ello, se realizó una investigación cuantitativa por el estudio de la data financiera, como también cualitativa por las 34 entrevistas a expertos en el sector Fintech y entidades regulatorias, teniendo como objetivo lograr identificar los factores que influyen en el desarrollo de Fintech en Latinoamérica y cómo se relaciona con la concentración espacial del sector financiero, cabe resaltar que el estudio mantuvo en anonimato a los expertos entrevistados. Como resultado, las Fintech demostraron tener un gran potencial de crecimiento en Latinoamérica debido a las favorables regulaciones y altos costos de intervención bancaria. Sin embargo, se concluyó que este nuevo modelo de negocio no tiene un impacto en la descentralización de servicios financieros en Latinoamérica por la relación comercial con muchos bancos, fuentes de capital y porque los principales centros tecnológicos de Latinoamérica están ubicados en el mismo lugar que los financieros.

Este estudio es de suma importancia porque muestra que la desigualdad social en Latinoamérica ha ido disminuyendo con el paso del tiempo, mientras que las largas distancias entre ciudades siguen teniendo un impacto negativo en los habitantes dada la centralización de muchos servicios financieros. La aparición de las Fintech daba posibilidad a una descentralización de los servicios financieros, pero que aún no se ha podido concretar por la fuerte relación entre estas mismas y los bancos tradicionales.

Nguyen (2022) buscó en su investigación analizar los determinantes del conocimiento financiero y su efecto en el uso de las Fintech. El objetivo que se planteó en esta investigación era indagar qué tan relevante era el poseer conocimientos sobre el sector financiero a la hora de utilizar los servicios Fintech. La herramienta de investigación utilizada fue un cuestionario aplicado a una muestra relevante de 527 personas pertenecientes a la región sureste de Vietnam, considerada como una economía emergente, y adicional a este instrumento, se utilizó la estimación 2SLS. Los resultados obtenidos indicaron que el género femenino tiene un nivel más bajo tanto de conocimiento financiero percibido como de conocimiento financiero real que el género masculino. Además, también se obtuvo que la población más juvenil tiene un mayor uso de Fintech en comparación con la población adulta, enfatizando que el conocimiento

financiero real no afecta el uso de los servicios Fintech, pero el conocimiento percibido sí lo hace.

Este estudio muestra valor para la investigación, ya que demuestra que las personas o clientes de servicios Fintech no basan su consumo de los mismos, en su grado de conocimiento real sobre el sector financiero, ya que si no, las personas adultas con mayor experiencia en consumo y conocimiento de la banca tradicional, tendrían mayores niveles de consumo en Fintech, pero se da todo lo contrario, ya que son las personas más joven quienes demuestran mayor uso de estos servicios financieros, porque cuentan con mayor interés por lo tecnológico, debido a la influencia y el avance de la sociedad.

Velazquez et al. (2022) compararon el impacto de la inclusión financiera de Fintech extranjeras en sus propios países y la aplicación de ciertas medidas que promuevan la inclusión financiera en el Perú. Las Fintech tomadas en este estudio eran oriundas de Kenya, Brasil y Filipinas. Se realizó una investigación exploratoria - descriptiva aplicando el método de la correlación de Pearson. Como resultado, se encontró que el poco crecimiento de inclusión financiera en el Perú se debe a la desigualdad de oportunidades e ingresos económicos de las personas que viven en Lima y las que viven en la sierra o selva, poca descentralización de los servicios bancarios tradicionales y la falta de acceso a tecnología en ciertos casos. Se concluyó que las entidades regulatorias deben jugar un papel importante dentro del mercado para incentivar a las Fintech y, por ende se logre una inclusión financiera.

Esta investigación se considera relevante dado los puntos de comparación que puede generar el impacto de una Fintech en su país de origen aplicados al Perú. Con ello, es posible analizar las carencias que tiene el sistema financiero peruano tradicional y no tradicional. Además, enfatiza la estrecha relación que actualmente tienen los bancos y las Fintech peruanas.

## **2.2 Los Beneficios**

Chen et al. (2019) buscaron examinar qué tan valiosa puede llegar a ser la innovación de la industria financiera en Fintech. El objetivo que poseía este trabajo fue determinar cuál era el efecto de las Fintech en el sistema financiero. Para la realización de este estudio se usó el aprendizaje automático y también el análisis de datos, estimando el valor de una

solicitud de patente para una o más compañías que cotizan en bolsa, para así, poder identificar y clasificar las innovaciones. Se concluye el estudio, con el hallazgo de que las innovaciones en tecnologías financiera son un potencial para modificar los servicios de la industria, produciendo beneficios como: transacciones que generan menores costos, son más eficientes, seguras y convenientes, Por ende, los resultados arrojaron que las innovaciones que presenta una Fintech son de valor sustancial para los actores presentes en la industria financiera, siendo el Blockchain una de la innovación más valiosa. El valor de las Fintech es tan evidente, que la financiación externa para su desarrollo ha venido aumentando de manera veloz en los últimos años.

Se considera esta investigación de relevancia para el trabajo, ya que en ella se demuestra que las innovaciones que se generan por las Fintech son de valor tanto los oferentes de estos servicios como los consumidores o clientes de los mismos. Además, el estudio presenta algunos beneficios que las Fintech producen para el consumidor en la innovación de los servicios financieros.

En adición, Rentería et al. (2022) realizaron un estudio basado en las oportunidades o ventajas y la utilidad que genera una Fintech y sus principales impactos sobre la banca tradicional. El objetivo de esta investigación fue comparar las nuevas oportunidades de las Fintech con el sistema tradicional de banca. La metodología usada en esta investigación fue con el enfoque deductivo bajo un enfoque cualitativo, con alcance exploratorio en base una revisión sistemática de literatura publicada sobre el tema de relevancia en los últimos 5 años, la búsqueda en internet arrojó 124 artículos de revistas indexadas del tema, seleccionándose solo los 12 más relevantes. El análisis obtuvo como resultado el hallazgo de nuevas y mayores ventajas para los clientes pertenecientes a las nuevas generaciones, ya que estos son los más conocedores de la tecnología, la cual es el cimiento de la industria Fintech, además el principal impacto que se genera en el sistema financiero, es la digitalización de bienes y servicios y el cambio en el modelo de negocio de las entidades financieras. Una ventaja adicional, presente en el estudio, es que esta herramienta tecnológica impulsa a que se intente diseñar productos y/o servicios financieros personalizados, inteligentes, flexibles y rentables, para mejorar la atención del cliente.

Esta investigación es de relevancia para el trabajo, ya que en él se menciona y resalta algunas de las oportunidades que los clientes más jóvenes pueden encontrar en la

implementación de las tecnologías Fintech. Se habla de clientes juveniles, ya que estos se adaptan con mayor rapidez a esta modalidad de servicios financieros a través de la tecnología.

Por otra parte, Murinde et al. (2022) evaluaron las oportunidades y riesgos que tienen los bancos en cuanto al cambiante panorama en la era Fintech. Se utilizaron datos bancarios de 115 países de los últimos 15 años. Se deja en claro que las Fintech no van a reemplazar a los bancos, más bien guardarán relación, ya que muchas de ellas necesitan de ellos para operar, así mismo ciertos bancos están implementando sus propias plataformas Fintech o trabajan con ciertas Startups. Además, se analiza en contexto y las principales causas que han moldeado el sistema bancario tradicional. Finalmente, se detallan las nuevas tendencias que están direccionando el futuro de los bancos y demás servicios financieros debido a los avances tecnológicos y la pandemia causada por el COVID-19.

Esta investigación es de mucho apoyo porque muestra la perspectiva que tienen los bancos frente a las nuevas empresas tecnológicas-financieras, también llamadas Fintech. Se resalta la adaptación de los bancos a este nuevo ecosistema tecnológico financiero al desarrollar sus propias Fintech, siendo las más comunes las de pago o transferencia inmediata. Además, se analiza el futuro del sistema bancario en algunos años y la convivencia que tendrán los diferentes actores del sector bancario, tales como bancos, Fintech startups, regulaciones estatales y lo más importante, las personas.

En la investigación realizada por Ye et al. (2022) se buscó analizar los efectos de la tecnología en el sector financiero en la pobreza de diferentes provincias de China. El objetivo que se buscaba alcanzar en este estudio era descubrir si la tecnología Fintech influía o no en la reducción de la pobreza en las provincias del país asiático. Para alcanzar este objetivo, utilizaron una muestra de 31 provincias con tecnología de rastreo web y análisis de frecuencias. Con este análisis se midió el desarrollo de las Fintech en cada provincia de la muestra en 3 variables: la utilización de finanzas digitales, el nivel de tecnología y el nivel de digitalización, para obtener un índice Fintech. Después del análisis, se concluyó que existe una desigualdad en el desarrollo entre las provincias de China y, adicionalmente, se encontró la relación de que, mientras más alto era el índice Fintech, menor era el porcentaje de índice de pobreza en una provincia.

Este artículo es de valor en la investigación porque demuestra una relación directa entre la disminución del índice de pobreza y el crecimiento de las Fintech. Por ende, esta relación positiva demuestra que la implementación de servicios Fintech genera beneficios en los pobladores que a su vez producen un incentivo para consumir estos servicios del sector financiero.

De igual manera, Ilieva et al. (2023) buscó con su investigación, generar recomendaciones específicas a las partes interesadas en la cadena de valor del procesamiento de pagos, identificando los factores que influyen en la actitud del cliente y la intención de utilizar carteras digitales durante y después de la pandemia de COVID-19. Para esto, se utilizó un cuestionario con un total de 257 respuestas correctamente completadas en línea, evaluadas a través del Modelado de Ecuaciones Estructurales (SEM) para revelar las dependencias entre las variables desde la perspectiva de los usuarios búlgaros. Como resultado, se encontró que la pandemia cambió el comportamiento del consumo al crear hábitos de los clientes para las compras en línea y fortaleció aún más el papel de la satisfacción del cliente en los servicios de cartera electrónica. Adicionalmente, el análisis reveló que la mayoría (72%) presentaba una actitud positiva hacia las billeteras electrónicas como una herramienta conveniente para transacciones sin efectivo. Por lo tanto, se concluyó que este nuevo sistema de pagos en línea puede ser aprovechado por diversos actores comerciales para ofrecer al consumidor una experiencia optimizada, ya que la intención del usuario por utilizar estas billeteras digitales se ve impulsada por los beneficios que estos han percibido en experiencias anteriores, como la facilidad de uso, los cuales refuerzan su intención de continuar usando estos aplicativos.

Este estudio cuenta con información conveniente para la investigación porque muestra que adicional a los beneficios, la influencia social, las condiciones de facilitación, la compatibilidad con el estilo de vida y la confianza percibida, son aspectos que influyen también en la intención de los consumidores, en utilizar las billeteras digitales.

### 2.3 Los Riesgos Percibidos

Cheng y Qu (2020) buscaron explorar los efectos de la innovación de Fintech en el riesgo crediticio en China. El objetivo de este estudio fue examinar cómo los servicios de Fintech bancarias afectan a la disminución del nivel de riesgo de crédito. Para lograr su objetivo de investigación utilizaron el análisis de datos y la tecnología de rastreo web, logrando resultados que demuestran que el desarrollo que presentan las Fintech bancarias es más rápido que el de la banca tradicional, además, los principales componentes que hacen que este desarrollo sea mayor son, la generación de inteligencia artificial, la tecnología de la nube, tecnología de *blockchain* y la tecnología del *big data*. Debido a esto, se concluyó que las Fintech reducen de manera significativa el riesgo de crédito en los bancos comerciales de China, también se puede observar, que los efectos negativos del banco Fintech en el riesgo de crédito son débiles entre los grandes bancos, los que cotizan en bolsa y los estatales.

Esta investigación es de valor para el estudio a realizar, ya que demuestra que uno de los principales riesgos que afecta a los bancos en el mundo es mitigado por el uso de la innovación que propone una Fintech, y las herramientas que vienen en el servicio, esto quiere decir que, el riesgo de impago es menor cuando los clientes utilizan estos servicios, por ende, el servicio Fintech ofrece mayores facilidades para que los clientes no presenten mora.

Por su parte, Asante-Offei y Yaokumah (2021) analizaron cómo el miedo a sufrir robo de identidad cibernética se ha convertido en un gran impedimento para el rápido y eficaz uso de los servicios de tecnología financiera que ofrecen las Fintech. Basándose en la teoría sobre evitación de las amenazas tecnológicas, se tuvo como objetivo, indagar qué tan dispuestos estaban los usuarios de Ghana a usar los servicios financieros de una Fintech a pesar del crecimiento de la tasa de hurto de identidad. Además, para un análisis más detallado, se buscó examinar el vínculo que existe entre los constructos de miedo al daño de reputación, miedo a la pérdida financiera, intención de uso y utilización real de servicios Fintech. Para llevar a cabo el análisis, se utilizó como herramienta de investigación, los modelos de correlación de Pearson y la regresión lineal múltiple, llegando a la conclusión de que el miedo al daño reputacional y la pérdida financiera no tienen una relación estadísticamente significativa con la intención de uso y el uso real de

las Fintech. En adición, la investigación indica que el miedo o riesgo al robo de identidad no disuade en gran proporción a los usuarios de usar los servicios Fintech.

Este estudio es excelente como fuente de investigación, ya que en él se puede visualizar el vínculo que existe entre un riesgo relacionado con los servicios Fintech, el cual es el hurto de identidad, con la decisión de uso de los clientes. Cabe mencionar que el tema y resultado de esta investigación demuestran que, a pesar de existir un miedo a la pérdida financiera y daño a la reputación, estos no afectan de manera significativa a la intención de uso de los clientes.

Adicionalmente, Gao (2022) buscó analizar los efectos negativos que trajo consigo la pandemia en las PYMES, ya que estas se enfrentaron a la amenaza de supervivencia por el alto a sus actividades económicas y el escaso financiamiento debido a la disminución de oportunidades de préstamo para la reducción del riesgo bancario. El objetivo de la investigación era determinar el rol o efecto que causaron las Fintech y la pandemia en la creación de pequeñas y medianas empresas. Para este estudio se utilizó la evidencia empírica y el modelo de conteo para poder estimar el efecto, primero se obtuvo data de registro de empresas de China de SAMR y sobre el desarrollo de Fintech del Instituto de Finanzas Digitales de la Universidad de Pekín, para luego procesar la información a través de un modelo de conteo con una fórmula de estimación. Se recalca en la conclusión, que las Fintech han logrado inspirar a los emprendedores gracias a los avances técnicos y la reducción de gastos o costos, pero respecto a los tiempos de crisis, la industria Fintech no es un minimizador de shock, sino que, por lo contrario, este es un acentuador, ya que es mucho más sensible a la incertidumbre de la economía.

Este estudio es de relevancia para investigación, ya que ofrece datos sobre el impacto que genera los servicios financieros de Fintech en épocas de incertidumbre o crisis en las PYMES lo que, a su vez, le da una visión más clara tanto a los clientes como a los emprendedores cuando esta innovación genera oportunidades y amenazas, y además, aclara que esta clase de servicios financieros tecnológicos son muy susceptibles a la incertidumbre económica, lo que en países de Latinoamérica es muy fácil de suscitarse.

Por su parte, Carbó-Valverde et al. (2022) destacaron los principales factores de gestión, financieros e institucionales de las Fintech que logran que alcance un punto de equilibrio. El objetivo de realizar este estudio era descubrir qué dificultades debía pasar

una empresa Fintech antes de llegar a tener éxito. Para esto, se utilizó una muestra de 266 compañías Fintech localizadas en España, evaluadas a través de un modelo de probabilidad lineal para la estimación de la probabilidad de que una Startup Fintech sea rentable. Como resultado, se encontró que las empresas de servicio Fintech que son fundadas por una organización anteriormente establecida tienen una mayor probabilidad de lograr ser rentables y no hay ninguna relación de éxito si es que los bancos intervienen como inversionistas. Por lo tanto, se concluyó que, es necesario tener una visión del mercado Fintech antes de fundar alguna empresa, indiferentemente si es financiada por entidades del sector financiero tradicional.

Este estudio cuenta con información conveniente para la investigación porque muestra que aspectos institucionales, de gestión, y entre otros, que ayudan a que las Fintech puedan llegar a tener éxito. Por otro lado, señala que no es fácil para estas empresas encontrar o alcanzar una rentabilidad constante que les pueda permitir seguir realizando sus servicios, lo que genera, finalmente, incertidumbre en los clientes a la hora de tratar de establecer relaciones con billeteras digitales.

#### **2.4 La Confianza Percibida**

Por un lado, Barcia (2021) realizó una investigación sobre los nuevos enfoques para la regulación que se están dando a nivel internacional por el fenómeno de innovación de las Fintech. El objetivo de este estudio fue analizar si estos nuevos enfoques serían de valor para el Perú, sobre todo en los puntos que tratan la inclusión financiera en términos de promoción y facilidades para los emprendedores, clientes e inversionistas que desean ingresar o ya se encuentran en este nuevo rubro del sector financiero. La metodología utilizada en la investigación es documental descriptiva con carácter teleológico. Barcia llega a la conclusión de que las nuevas regulaciones y políticas públicas son mucho más flexibles que fomenten el crecimiento del sector financiero-tecnológico peruano, haciendo de las Fintech un servicio más seguro y prometedor para la industria.

Este estudio genera un gran aporte de valor para el desarrollo de nuestra investigación, ya que analiza el actual contexto de las Fintech en el Perú, como los servicios que estas empresas ofrecen y las distintas regulaciones y normas a las cual tiene que alinearse. Adicionalmente, el presente estudio tiene una visión enfocada más en los

incentivos que se ofrecen en este rubro y las políticas actuales que afectan los servicios de Fintech.

Rojas-Torres et al. (2021) exploraron los diferentes contextos del sistema financiero de países de Latinoamérica, tales como México, Brasil, Argentina, Colombia y Chile, mediante una investigación documental descriptiva. Se resalta que el mercado latinoamericano tiene una gran capacidad de crecimiento para las Fintech por la gran cantidad de desbancarización en las poblaciones y las convenientes regulaciones hacia ellas. Además, se identificaron las barreras de los métodos de financiamiento tradicionales, tales como las desfavorables condiciones geográficas, la ineficiente burocracia y el alto costo de financiamiento para personas y empresas desbancarizadas.

La importancia del presente radica en el mejor entendimiento del entorno en el que se encuentran los diversos factores que afectan en la situación financiera de muchas personas y empresas al no poder contar con diversos servicios financieros. Por otro lado, rescata los nuevos métodos que están aplicando las Fintech para mostrarse como una alternativa eficiente y valiosa de la población no bancarizada o con poco historial crediticio.

Por su parte, Barbu et al. (2021), buscaron analizar la experiencia de consumidor en el sector Fintech. El propósito de este estudio fue encontrar las dimensiones que son importantes para los clientes a la hora de evaluar su satisfacción en el consumo de los servicios Fintech. Para el logro de los objetivos y probar sus distintas hipótesis, los investigadores utilizaron el modelo de ecuaciones de mínimos cuadrados parciales (PLS-SEM). Los resultados encontrados mostraron el valor percibido se basa principalmente a la seguridad y otras dimensiones, las cuales son determinantes para la generación de una experiencia placentera en los clientes en Fintech, mientras que, mirando desde una perspectiva más general, se demuestra que las empresas de servicio Fintech deben integrar estas dimensiones en su modelo de negocio.

Este estudio genera valor en la investigación, ya que demuestra el valor e influencia que tiene el sentimiento de seguridad o confianza y otros estímulos percibidos, en la experiencia de los clientes de empresas Fintech. Los resultados también demuestran que es relevante considerar la experiencia del consumidor en el análisis del modelo, ya que esto impulsa a generar mayor uso y fidelización por parte del cliente.

Dimitrova et al. (2021) realizaron una investigación para analizar las causas de las principales barreras que tienen los clientes bancarios al momento de querer utilizar las plataformas de pagos digitales. Para ello se realizó una investigación cuantitativa, en donde se envió cuestionarios digitales a clientes de dos bancos distintos. Los resultados indicaron que los clientes suecos de la tercera edad prefieren realizar operaciones bancarias de manera presencial, también se mencionó que una estrategia de inclusión digital sería de gran ayuda para incentivar a los clientes. Cabe resaltar que la seguridad y la confianza no fueron factores relevantes al momento de decidir utilizar estas herramientas, Suecia cuenta con una baja tasa de clonación de tarjetas de crédito, además más del 60% de ciudadanos consideran que la población es sumamente confiable en cualquier aspecto.

Este estudio es útil para tener en cuenta que la preocupación de muchos usuarios latinoamericanos como es la seguridad, el manejo de datos e información y la confianza en estos aplicativos no es la principal barrera para su uso en países de economías desarrolladas como lo es Suecia, por ende, las barreras están enfocadas en la funcionalidad y sistema de estas herramientas.

Windasari et al. (2022) realizaron un estudio para analizar y recopilar las experiencias de usuarios pertenecientes a la generación Z e Y acerca de aplicaciones de banca digital. Para la presente investigación se realizó un método de estudio mixto, teniendo cortas entrevistas (cualitativo) y 402 encuestas a jóvenes entre 17-35 años. Se identificaron ocho factores durante la entrevista, resaltando la reducción de costo como principal valor agregado. Además, la facilidad de uso y la influencia del entorno social fueron catalogados como factores motivadores al uso de aplicaciones bancarias. No obstante, la reputación de la entidad bancaria está relacionada con la confianza y primer paso para el uso de estos aplicativos.

Esta investigación es sumamente enriquecedora para nuestro estudio porque se enfoca en los aplicativos de bancarios, resaltando las transferencias bancarias móviles como principal herramienta. Además, permite tener el feedback de la población con mayor interacción con estas nuevas herramientas. Así mismo, se resalta que en un futuro la competencia entre estas Fintech será muy reñida, por lo que se recomienda analizar el uso de diferentes tecnologías como la inteligencia artificial para facilitar los servicios financieros.

Bu et al. (2022) realizaron un estudio para determinar los factores que afectan la aceptación del dinero electrónico en China. Para ello, se desarrolló una investigación cuantitativa realizando encuestas a más de 4000 usuarios chinos. Los resultados dieron por conocer que el dinero electrónico es muy funcional, sin embargo, las personas aún mantienen un leve temor de realizar pagos mediante este método por ser nuevo en el mercado por lo que es necesario realizar campañas de marketing para la inclusión de esta herramienta en la vida cotidiana de los ciudadanos chinos.

Este estudio es de importancia porque analiza las principales barreras de las Fintech de pagos digitales en China, una de las principales economías mundiales. Con ello, se puede comparar la preocupación de los ciudadanos chinos y la de los latinoamericanos. Nuevamente, el miedo a la inseguridad cibernética no es una barrera para el mercado chino, mientras que en Latinoamérica es una de las principales amenazas.

## CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN

En este capítulo se justificó la relevancia que posee nuestro tema de investigación. En primer lugar, se presentó una justificación teórica sobre el grado de importancia que tiene el uso de nuevas tecnologías financieras; luego se dio la justificación metodológica, donde se precisó las contribuciones a nivel cognitivo; finalmente se pasó a la justificación práctica, donde se presentó a detalle para qué servirían los resultados de la investigación, esta sección se dividió en cuatro aspectos: justificación económica, ambiental, social y tecnológica. Adicionalmente, se detalló cuál es la viabilidad y las limitaciones de la investigación.

### 3.1 Justificación Teórica

El presente estudio se centra, como ya se mencionó con anterioridad, en los factores que influyen en la intención de uso de los usuarios de billeteras digitales en Perú y Chile, estos factores son principalmente 4: influencia social, los beneficios, los riesgos y la confianza percibidos, planteando también encontrar el grado de influencia de estos factores en la intención de uso. Se plantea este estudio, debido a la actual relevancia que está tomando esta innovación tecnológica en el sector financiero, ya que según Vargas (2019), las billeteras digitales están cobrando gran importancia en las actividades cotidianas y finanzas de las personas, tanto naturales como jurídicas. Esta innovación viene revolucionando la industria financiera, haciéndola más eficaz y de acceso rápido y fácil para los usuarios, satisfaciendo las necesidades de los consumidores.

Por consiguiente, el valor teórico en analizar y aportar en los conocimientos que están relacionados con el sector de las Fintech, y en específico las billeteras digitales, ya que según Fernández (2021) la revolución digital que están generando las empresas Fintech provee una mejora en los servicios del sector bancario, ya que busca centrarse en un área hacer que la experiencia del cliente sea más placentera gracias a la tecnología y reduce los costos de las transacciones lo que lo vuelve más atractivo para el usuario, que en este caso son de Perú y Chile.

Investigaciones como esta, ayudan al lector a entender que existen algunos factores como mayor influencia que otros en los usuarios, que los llevaran a utilizar o no estos tipos de servicios tecnológicos de pago inmediato, además, no hay evidencia de que exista alguna investigación académica que estudie las variables planteadas en este estudio y con la muestra elegida en el mismo. Por otro lado, el estudio se realizó en los países de Perú y Chile, donde el sector de las billeteras digitales está creciendo en número de usuarios, según Yape (2022), solo en el Perú la plataforma cuenta con más de 10 millones de usuarios activos. Esto les permitirá a las empresas de la industria financiera que actualmente ofrecen estos servicios tecnológicos puedan visualizar qué factores les ayudarán a atraer mayor clientela y cuáles deberían mejorar para mantener a sus usuarios felices.

### **3.2 Justificación Metodológica**

La contribución al conocimiento que se busca generar con el presente estudio radica en el entendimiento visto desde la perspectiva de los usuarios sobre los posibles factores que influyen en su decisión de uso de las billeteras digitales y cuál sería el grado de influencia que tienen estos factores. Investigaciones previas como la de Al nawayseh (2020), explican la relación de algunos factores en la decisión de uso de aplicaciones Fintech, pero no se centra específicamente en billeteras digitales, y su muestra se ubica en el territorio de Jordania, un país árabe indistinto a los que se analizaron en esta investigación.

Adicionalmente, para lograr los objetivos y responder las preguntas de investigación del estudio, este fue elaborado usando una metodología cuantitativa, que fue medida a través de una encuesta para la recopilación de la información. Esta herramienta de recolección de datos pudo proporcionar información sobre los factores de influencia, como los beneficios, la confianza percibida, la influencia social y los riesgos percibidos; y su grado de persuasión con el usuario, tanto de Perú como de Chile, de las billeteras digitales.

Se considera que la metodología usada es la idónea para afirmar o negar las hipótesis planteadas, ya que ayuda a mantener siempre una visión objetiva, y también se

creo que el uso del cuestionario es de utilidad para el estudio, ya que es un solo formulario de preguntas para ambos países, lo que permite hacer una comparación de resultados.

Por último, se planteó que el alcance del estudio sea primero en el Perú, ya que es el país de origen de la investigación, por ende, se tiene una muestra de fácil acceso, y en este país es donde uno de los investigadores presenta su experiencia en el sector, y, en segundo lugar, en Chile, ya que es un país próximo al país de origen, y que presenta algunos factores macroeconómicos similares al primer país elegido.

### **3.3 Justificación Práctica**

Los resultados de esta investigación sirven como base para que los usuarios puedan analizar qué tanto influyen ciertos factores en la decisión de uso de las billeteras digitales de Perú y Chile. Por lo que con los resultados obtenidos se busca promover las billeteras digitales, resaltando sus aspectos tanto positivos como negativos en ambos países.

Es sabido que el manejo del dinero puede llegar a convertirse, para algunos, en un constante dolor de cabeza. Sin embargo, su correcto uso puede ser la clave para alcanzar el éxito financiero desde temprana edad, que es lo que todos añoran poder hacer, pero no saben cómo. Como se menciona en Semana (2020), mientras un usuario de banca tradicional presencial invierte 260 minutos por mes en realizar transacciones y movimientos en los establecimientos físicos, un cliente digital gasta 60 minutos mensuales en promedio.

Por este motivo, los datos obtenidos mediante una encuesta logran ver qué factores influyen sobre las personas en el uso de esta nueva forma de pago y transferencia de dinero, sus ventajas y desventajas, bajo la premisa de que se transfiera dinero de manera mucho más rápida, segura y sencilla. Por lo que futuros investigadores del tema puedan emplear esta investigación como fuente secundaria de lo que se espera que será una industria que vaya en crecimiento y que se establezca en la vida cotidiana de las personas como una alternativa al sistema financiero tradicional.

Por último, con la investigación se espera poder generar una noción al conocimiento del tema a posibles usuarios para que les sirva de análisis si les es adecuado utilizar aplicativos de pago inmediato, los cuales permiten realizar transacciones bancarias de una forma más amigable y didáctica en cuestión de segundos.

### **3.3.1 Justificación Económica**

Una de las misiones más comunes dentro de las Fintech es la inclusión financiera, la cual se basa en la igualdad de oportunidades y herramientas financieras para todo tipo de persona o empresa. Además, se busca que las personas tengan acceso a estas herramientas sin muchos requerimientos de por medio para poder descentralizar los servicios financieros.

Las billeteras digitales forman parte de los atributos que influyen en el desempeño que han tenido las pequeñas y medianas empresas (PYMES) desde la pandemia causada por el COVID-19. En el Perú, Yape permite a los negocios afiliados la posibilidad de cobrar a sus clientes de forma segura, evitando el contacto con el efectivo y posibles robos porque el dinero ingresa inmediatamente a la cuenta, y sin ninguna comisión. Cabe resaltar que el principal atributo del Yape es el alcance que tiene en la sociedad peruana, contando con más de 10 millones de usuarios registrados en la plataforma (Yape, 2022). Lo cual permite que muchas microempresas como bodegas puedan ampliar su cartera de clientes por el hecho de contar con más de un medio de pago. Otro beneficio que dan los aplicativos de pago inmediato a las PYMES es la posibilidad de contar con un medio de pago que no genere un costo extra, como es en el caso de pagos con tarjetas de crédito o débito, las cuales cobran una comisión de 5% del valor de venta a las empresas que posteriormente, por decisión de muchas PYMES, es relevada al cliente final.

Por lo tanto, los aplicativos de pago inmediato tienen un impacto positivo en la economía de los consumidores como también en la de los negocios afiliados. De esta manera, los empresarios de cualquier sector podrán considerar implementar este medio de pago en sus operaciones.

### **3.3.2 Justificación Ambiental**

El impacto ambiental que tienen las Fintech en la sociedad es principalmente el incentivo del uso de herramientas tecnológicas en reemplazo de los trámites y gestiones presenciales en establecimientos de entidades financieras tradicionales. Cabe resaltar que las billeteras digitales tienen como principal característica el no contar con

establecimientos en donde se puedan realizar operaciones de forma física, todo es a través del aplicativo o página web que maneje la empresa.

Por lo tanto, las billeteras digitales facilitan las operaciones de transacción de dinero entre partes que se encuentran en el mismo o diferente lugar. Además, no es necesario acercarse a un agente o establecimiento para realizar esta gestión, lo cual hace que el consumidor ahorre tiempo, dinero y esfuerzo. Esto también conlleva una disminución en la huella de carbono de todo consumidor de los aplicativos de pago inmediato de Perú y Chile porque evitan la contaminación que puede generar el transporte, traslado a un establecimiento físico y también la disminución de entrega de constancias impresas que posteriormente serán desechadas.

Por ejemplo, según el Ministerio del Ambiente del Perú, durante todo el 2020 las actividades financieras y de seguro disminuyeron su huella de carbono en más de 14,000 toneladas de CO<sub>2</sub> en todo el Perú. Esto se debe principalmente al mayor uso de las herramientas digitales como aplicativos de pago inmediato y la banca por internet para evitar salir de casa y no protegerse del virus COVID-19 (Huella de Carbono, 2021).

### **3.3.3 Justificación Social**

El presente estudio tuvo como uno de los objetivos secundarios analizar la influencia social en la intención de uso de los usuarios de las billeteras digitales en Perú y Chile. Los aplicativos de pago inmediato incentivan la inclusión financiera de consumidores y empresas de uno de los principales servicios financieros, como son las transacciones bancarias e interbancarias. Esto tiene como consecuencia el fomento de la igualdad de oportunidades dentro de la sociedad peruana y chilena.

Además, un estudio de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP del Perú (SBS) indica que se observan mejoras en los niveles de educación financiera de los peruanos entre 2013 y 2019. Sin embargo, a pesar del progreso, aún se enfrentan desafíos, como eliminar la brecha en la tenencia de cuentas entre el ámbito rural y urbano, la cual se incrementó de 17% a 22% entre el 2020 y 2021 (SBS, 2021).

La presente investigación contribuye a la sociedad porque resalta el grado de influencia que tiene el factor social en el uso de aplicativos de pago inmediato y como

esta misma se relaciona que con las diferentes oportunidades que están al alcance de algunas personas debido a la educación e inclusión financiera de ambos países.

### **3.3.4 Justificación Tecnológica**

La presente investigación se basó en el mercado de billeteras digitales, en el cual se encuentran las empresas que utilizan la tecnología para descentralizar diferentes servicios financieros. Por ello, los avances tecnológicos permiten que diferentes servicios sean mucho más sencillos, rápidos e inclusivos dentro de la sociedad.

Según SBS (2021), el Perú ha mostrado grandes avances respecto a la inclusión financiera. El porcentaje de adultos con una cuenta en el sistema financiero al segundo trimestre de 2021 fue de 52%, superando en 10 puntos porcentuales lo reportado en el año 2020 (42%). Esta importante mejora está asociada principalmente con el crecimiento de las transacciones digitales.

Por lo tanto, el presente estudio permite que los usuarios reconozcan el impacto de los avances tecnológicos en su vida cotidiana y promueva su uso. Además, motiva a la consideración de nuevas propuestas tecnológicas que puedan facilitar otros servicios financieros como el Crowdfunding, etc.

### **3.4 Viabilidad de la Investigación**

Para la realización exitosa de este trabajo de investigación, el equipo de autores cuenta con una amplia gama de fuentes y recursos necesarios y útiles que facilitan el desarrollo eficiente de cada fase del estudio, y de esta manera, se puede lograr alcanzar los objetivos y corroborar o refutar las hipótesis planteadas de manera eficaz y sin mayores inconvenientes.

Por una parte, se conoce que el rubro de las billeteras digitales están ganando mucho público y popularidad después de la pandemia del COVID-19, es por esto que, diversos centros o actores financieros han decidido optar por la implementación de estos servicios, generando a su vez, que muchos autores basen sus investigaciones en este tipo de servicios, lo que genera mayores facilidades para los autores en su búsqueda de información que esté relacionada y que tenga relevancia para el estudio en proceso.

Por otro lado, se cuenta con acceso a herramientas de investigación otorgadas por la Universidad de Lima, como una base de datos, donde se puede obtener de manera libre una gran diversidad de fuentes de distintos autores, como libros, revistas y artículos científicos, que son un aporte confiable y de valor para la investigación.

Adicionalmente, el grupo de investigadores cuentan con experiencia en análisis del sector Fintech, y sumado a esto, uno de los miembros de la investigación, cuenta con experiencia laboral en el rubro, gracias a esto se tiene a disposición herramientas y una fuente de relevancia que permite que el estudio sea desarrollado de manera eficaz, tanto en la recopilación de información como para el análisis e interpretación de esta.

Para finalizar, también se cuenta con el asesoramiento constante por parte de profesores de la Universidad de Lima, quienes son profesionales de la carrera de Negocios Internacionales, los cuales realizan una revisión de manera constante a los avances del trabajo de investigación, lo que permite la reducción de errores.

### **3.5 Limitaciones de la Investigación**

El presente estudio no se encuentra absuelto de limitaciones. Como primera limitación encontrada se tienen las secuelas que dejó la pandemia tanto en el sistema educativo como en los recursos económicos, las cuales restringen de realizar el trabajo de campo de forma presencial, lo que permite obtener respuestas con el menor sesgo posible. Por lo contrario, se debe realizar este trabajo de campo con un cuestionario de forma virtual, donde se restringe la posibilidad de poder controlar los estímulos o influencias del exterior que puedan tener los encuestados.

Una segunda limitación considerada es, los territorios elegidos para la investigación, en específico, el país de Chile, ya que no es el país de origen del estudio, y, por lo contrario, es un territorio alejado al cual pertenece parte de la muestra, generando mayores inconvenientes al momento de la recopilación de información, por ende, se tiene que recurrir a personas o contactos que se encuentren en este país para solicitar su colaboración con la difusión del cuestionario o herramienta de investigación.

## **CAPÍTULO IV: OBJETIVOS**

Para lograr responder las preguntas de investigación planteadas en capítulos anteriores, en el presente capítulo, se plantearon objetivos, tanto el general como los específicos, con el fin de poder centrar la investigación del estudio.

### **4.1 Objetivo General**

Analizar el efecto de la influencia social, la confianza percibida, los beneficios y los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile.

### **4.2 Objetivos Específicos**

1. Determinar el efecto de la influencia social en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
2. Determinar el efecto de los beneficios en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
3. Determinar el efecto de los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
4. Determinar el efecto de la confianza percibida en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
5. Determinar el efecto de los riesgos percibidos en la confianza de los clientes de billeteras digitales en Perú y Chile

## CAPÍTULO V: HIPÓTESIS

En el presente capítulo, se plantearon las posibles respuestas a las preguntas de la investigación, por ende, hubo el mismo número de hipótesis como de preguntas. Se separó el capítulo en la hipótesis general y las específicas, tomando en consideración el nivel de dependencia de las cuatro variables escogidas en este estudio.

### 5.1 Hipótesis General

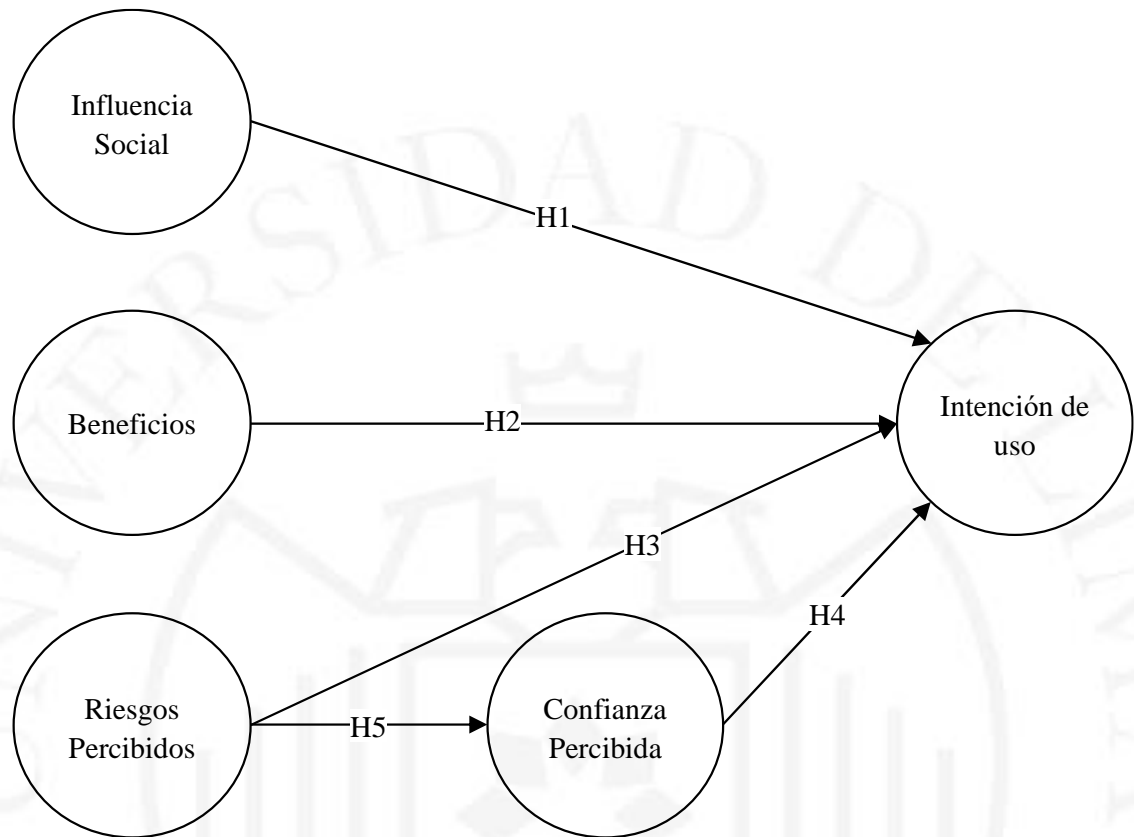
La influencia social, la confianza percibida, los beneficios y los riesgos percibidos que presenta tienen un efecto significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile.

### 5.2 Hipótesis Específicas

- H1. La influencia social tiene un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
- H2. Los beneficios tienen un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
- H3. Los riesgos percibidos tienen un efecto negativo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
- H4. La confianza percibida tiene un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile
- H5. Los riesgos percibidos tienen un efecto negativo y significativo en la confianza de los usuarios de billeteras digitales en Perú y Chile

**Figura 5.1**

*Modelo Estructural*



*Nota.* Adaptado de “Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers’ Choice of Fintech Applications?”, por Al nawayseh, M. K., 2020, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4) (<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>)

## CAPÍTULO VI: FUNDAMENTOS TEÓRICOS

En el presente capítulo se fundamentó el estudio utilizando una diversidad de insumos como libros, artículos, reportes y conocimientos sobre el tema de la investigación, dividiendo la fundamentación en dos partes principales. El primero es el marco o base teórica, punto de donde se analizó estudios, conocimientos y conjunto de experiencias previas para determinar las variables que afectaron al tema de la investigación, esto se realiza con la finalidad de aplicarlas y relacionarlas con base en los objetivos e hipótesis planteados. El siguiente punto que se tocó es el marco conceptual, en donde se explicó los principales aspectos de la investigación, conceptualizando los puntos más importantes de la investigación. Así es como se empezó con una visión general a la historia de las Fintech en el mundo y en los países seleccionados, y se finalizó presentando las regulaciones de ambos países seleccionados y así entender la coyuntura actual del tema de investigación propuesto en el trabajo.

### 6.1 Marco Teórico

Para comenzar a realizar la explicación del marco teórico del trabajo de la investigación, se necesitó realizar una revisión de diversas fuentes de información de artículos e informes científicos, entre otros, para encontrar teorías que sean consideradas de valor para el estudio. Adicionalmente, en este punto se buscó los factores mencionados a lo largo de la investigación, que influyen en la decisión de uso de los usuarios de aplicativos de billeteras digitales.

Para llegar a entender cómo funciona la relación entre las variables factores y la variable intención de uso de billeteras digitales, Al nawayseh (2020) presenta un modelo en la figura 5.1, el cual ilustra los cuatro factores que influyen directamente en la intención de uso de los usuarios de aplicativos de billeteras digitales.

Esta investigación generada por Al nawayseh (2020), se utilizó una metodología cuantitativa, la cual consistió en un cuestionario dividido en dos secciones: elementos de medición y datos demográficos de los encuestados, para la medición se usó la escala de Likert, luego de preparada la encuesta o cuestionario, esta se aplicó a una muestra de 500

ciudadanos de Jordania, un país árabe, que utilizaban este tipo de aplicaciones tecnológicas Fintech.

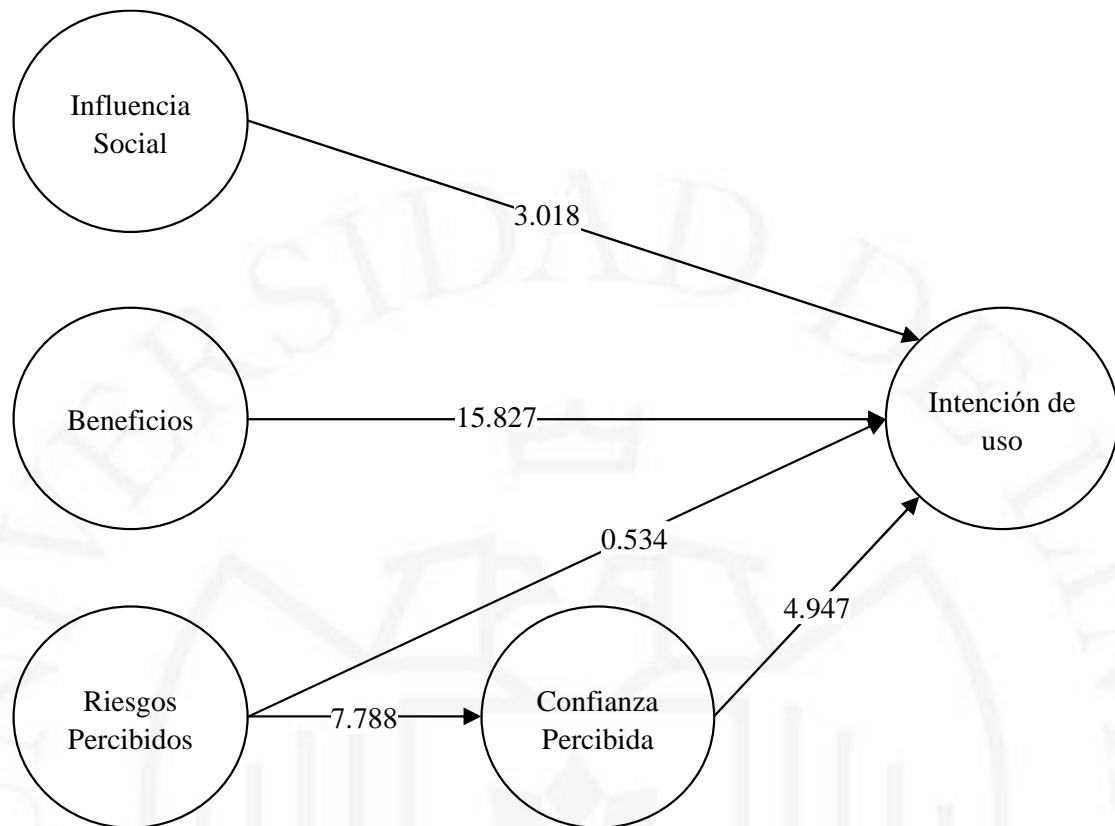
El estudio se compone básicamente de las siguientes variables de valor:

- La influencia Social. Se tomó en cuenta su importancia, influencia y valor.
- Los Beneficios. Medido sobre los indicadores de: utilidad, calidad, rapidez y facilidad.
- Los Riesgos Percibidos. Se mide su nivel, incertidumbre y falta de beneficios.
- La Confianza Percibida. Se empleó la creencia y la seguridad.

Los resultados hallados después de aplicar el cuestionario evidenciaron que los beneficios percibidos generaron un impacto directo y más significativo sobre la intención de los usuarios a utilizar las aplicaciones de servicios financieros Fintech, como billeteras digitales, durante las crisis del COVID-19. Un hallazgo sorprendente en esta investigación fue que, la percepción de los usuarios sobre los riesgos tecnológicos que implican este tipo de aplicativos no afectó su intención de usar los servicios de las Fintech, como se puede observar en la figura 6.1.

**Figura 6.1**

*Resultados de las pruebas de hipótesis*



*Nota.* Adaptado de “Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers’ Choice of Fintech Applications?”, por Al nawayseh, M. K., 2020, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4) (<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>)

### **6.1.1 Influencia social y la intención de uso de billeteras digitales**

De acuerdo con Rashotte (2007), la influencia social está definida como un cambio en los pensamientos, la actitud, los sentimientos o los comportamientos de las personas o individuos resultantes de las interacciones con otro grupo o individuo pertenecientes a la misma sociedad. Por su parte, Al nawayseh (2020) define a la influencia social como una imagen subjetiva, norma o medida donde un individuo percibe que personas que este considera importantes de su entorno creen que debería aplicar o adaptarse al nuevo sistema social.

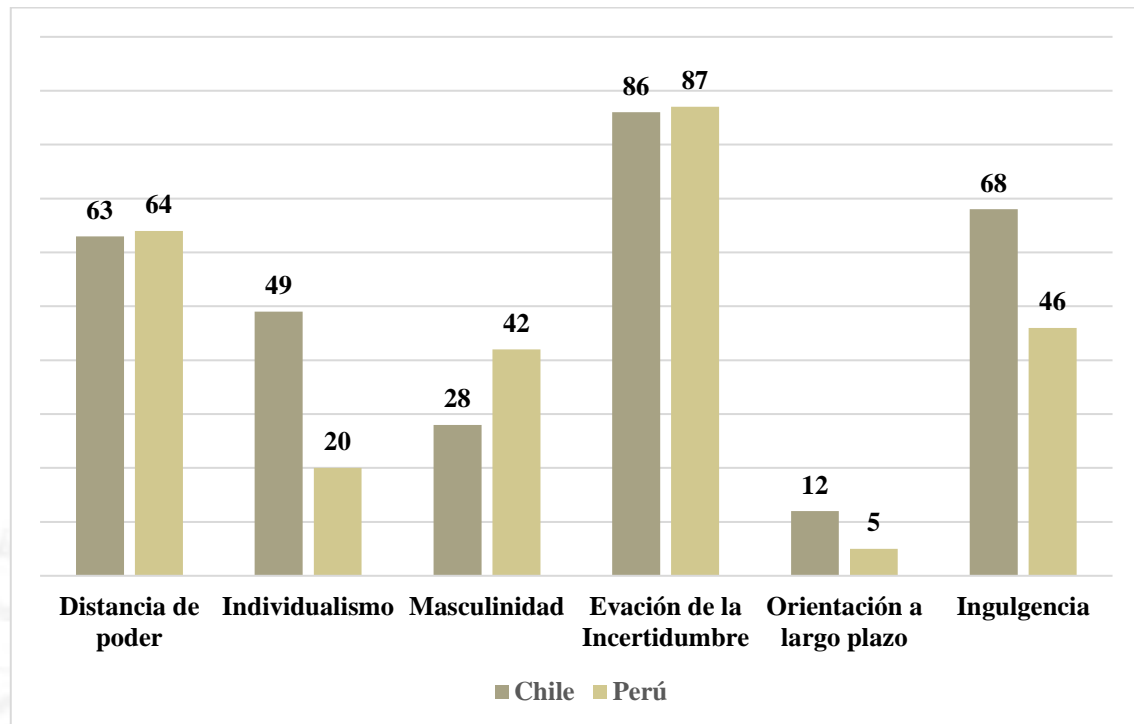
Para Al nawayseh (2020), las decisiones que toman los clientes para utilizar las nuevas alternativas tecnológicas en el sector financiero, en especial en esta era dominada por las redes sociales, está en gran parte, influenciada por las opiniones de otros

individuos o grupos que lo rodean, como: los amigos, los colegas, los compañeros y la familia; los cuales son considerados como fuentes positivas de recomendaciones sobre las nuevas tecnologías Fintech, que pueden llegar a convencer a los clientes de usarlas. Adicionalmente, las personas utilizan habitualmente este tipo de servicios en sus aparatos móviles en un contexto social donde se encuentran influenciados por los comportamientos de los que lo rodean. Esto genera un impacto significativo y positivo en las billeteras digitales. Uno de los puntos en la discusión de este artículo afirma que la cultura colectivista entre los jordanos explicaba el impacto significativo que tienen las normas sociales en su intención de usar aplicaciones de Fintech.

Otro punto clave en el punto de influencia social, como se observa en el párrafo anterior, es el grado de individualismo que presenta cada país, esto quiere decir, según Hofstede (2024), el grado de independencia que una sociedad mantiene entre los miembros de esta, lo que significa que, si un país tiene un alto grado de individualismo, los ciudadanos no son tan fáciles de ser persuadidos por las tendencias y actitudes predominantes de la sociedad, por lo contrario, si un país obtiene un bajo número en la variable de individualismo, eso significa que, es un país considerado colectivista, donde se tiene un pensamiento en común. De acuerdo con la herramienta de Hofstede (2024), se sabe que el Perú tiene un valor de 20% mientras que Chile, cuenta con un 49%, porcentajes muy bajos para esta variable, lo que quiere decir, es que ambos países son más colectivistas y se definen más en términos de “nosotros” que del “yo”, como se puede observar en la figura 6.2.

**Figura 6.2**

*Comparación de países de Hofstede, Perú – Chile 2024*



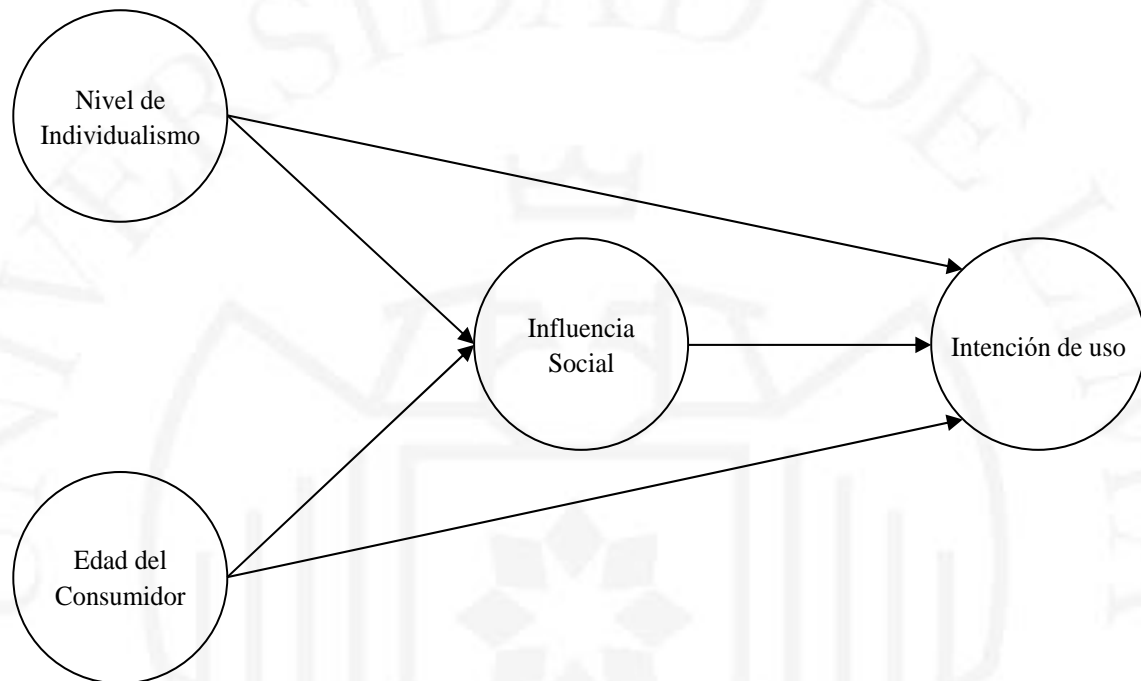
*Nota.* Adaptado de “Comparación de países, Perú - Chile”, por Hofstede., 2024, (<https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/chile.peru/>)

Nguyen (2022), afirmó en sus resultados de investigación, que otro factor de relevancia para la decisión de uso de esta clase de aplicativos por medio de la influencia social, es la edad del consumidor, ya que como él comenta, la población más juvenil tienen un mayor uso de servicios tecnológicos de Fintech en comparación con la población adulta, enfatizando que esta tendencia no necesariamente se da porque las generaciones más jóvenes poseen mayores conocimientos financieros reales que los impulsan a utilizar los servicios Fintech, pero el conocimiento percibido sí. Esto demuestra que el consumo de este tipo de servicios no está tan influenciado por los conocimientos empíricos de los usuarios sobre el sector financiero, ya que si fuese de ese modo, habría mayores personas adultas utilizando este tipo de servicios, sin embargo, según esta investigación, son los jóvenes quienes poseen mayor porcentaje de uso de las billeteras digitales, esto se debe porque cuentan con mayor interés por lo tecnológico, debido a la influencia de su entorno y el avance de la sociedad, cabe resaltar que las generaciones más jóvenes tienen un mayor contacto con su entorno debido a su gran uso de herramientas tecnológicas de socialización, por ende son más propensos de adaptarse

a conductas o tendencias actuales, esta interrelación de factores se puede visualizar con mayor detalle en la figura 6.3.

**Figura 6.3**

*Modelo que establece relación entre la influencia social y la intención de uso de billeteras digitales*



*Nota.* Adaptado de “Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers’ Choice of Fintech Applications?”, por Al nawayseh, M. K., 2020, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4) (<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>)

Las teorías anteriormente presentadas son relevantes para la investigación actual, ya que proponen y afirman, como Al nawayseh (2020), que el factor de influencia social, una variable de este estudio, si influyen sobre el comportamiento del consumidor y, por tanto, en su intención de uso de los aplicativos de billeteras digitales. Por otro lado, el reporte de Hofstede (2022) permite hipotetizar que el grado de colectivismo de un país puede demostrar que la influencia social es un factor de relevancia en la conducta y decisiones de las personas que conformen esta clase de sociedades, ya que presentan un pensamiento colectivo y consideran que la opinión de los otros participantes de la sociedad son de importancia y relevancia, lo que no ocurre en países individualistas, por otra parte, el reporte informa que ambos países pertenecientes a este estudio son de

naturaleza colectivista. Por último, Nguyen (2022), ofrece información relevante sobre un factor adicional que podría influir en la variable de influencia social, la cual es la edad de los usuarios, ya que según lo que él plantea, los jóvenes son los que presentan un mayor grado de influencia, por su nivel de conectividad y uso de la tecnología.

### **6.1.2 Beneficios y la intención de uso de billeteras digitales**

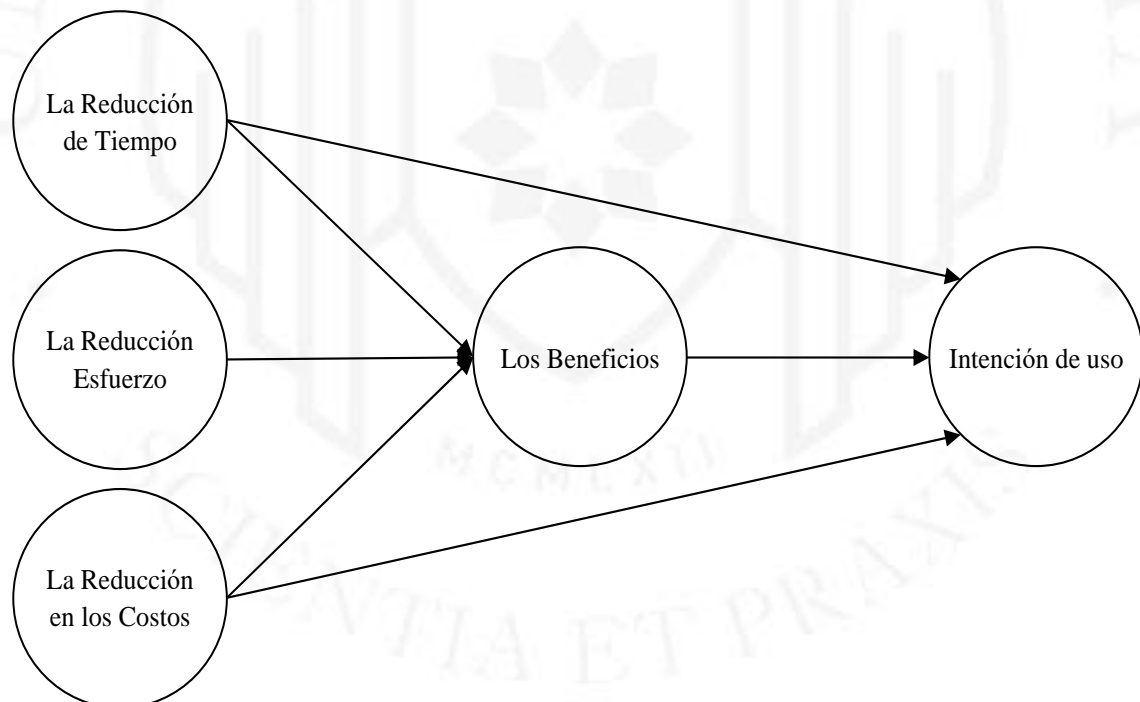
De acuerdo con Al nawayseh (2020), actualmente, las innovaciones en el sector de tecnología de la información y comunicación (TIC), vienen brindando a los consumidores una nueva variedad de servicios financieros a su alcance. Según recalca el autor, las innovaciones que ofrecen las Fintech pueden generar beneficios en todas las diversas transacciones financieras móviles haciéndolas más rentables, convenientes y transparentes, por lo tanto, los servicios Fintech brinda muchos beneficios a los clientes y usuarios de sus aplicativos, estos son principalmente la reducción de tiempo estimado por transacción, la reducción de esfuerzo a la hora de la realización de actividades en el sector financiero y la reducción en los costos que se incurre en la banca tradicional para realizar las mismas transacciones financieras que se pueden hacer a través de la tecnología de las Fintech.

Los beneficios percibidos se definen de acuerdo con el autor anteriormente mencionado, como la percepción que generan los usuarios del potencial de que el uso de billeteras digitales dará como resultado una interacción tecnológica positiva. Por ende, los beneficios percibidos por el consumidor pueden reflejar las utilidades derivadas de la utilización de billeteras digitales. Entre mayor sea el grado en que los clientes creen que estos sistemas tecnológicos del sector financiero son útiles, prácticos y fáciles de utilizar, mayor será la influencia en su intención de usar estos aplicativos. En consecuencia. Los hallazgos del estudio realizado por Al nawayseh (2020), revelaron que los beneficios percibidos generaron un impacto directo más significativo sobre la intención de los clientes de utilizar las aplicaciones Fintech durante las crisis, indicando que los beneficios percibidos pueden influir positivamente y en gran medida en la intención de las personas de utilizar aplicaciones de Fintech como el pago móvil inmediato y Bitcoin, esto se puede observar en la figura 6.4, el cual es el modelo que explica lo expuesto en este punto.

Por su parte, Rentería et al. (2022), hacen una comparación de las ventajas o beneficios que ofrecen las Fintech sobre los servicios de banca tradicional, comenzando por las reducciones de costos financieros por la baja carga de regulaciones, la implementación del servicio sin necesidad de la presencialidad, la desaparición de intermediarios financieros y la implementación de la Big data y el Blockchain, ya que como por ejemplo, el análisis de Big data puede hacer posible el diseño de productos y servicios a la medida de los usuarios y además, genera una mayor inclusión financiera. Estos beneficios permiten a las empresas Fintech enfocarse en mejorar sus tecnologías financieras para servir de manera más adecuada a sus clientes y así hacer que estos clientes prefieran escoger sus servicios tecnológicos sobre los que ofrece la banca tradicional.

**Figura 6.4**

*Modelo que establece relación entre los beneficios y la intención de uso de billeteras digitales*



*Nota.* Adaptado de “Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers’ Choice of Fintech Applications?”, por Al nawayseh, M. K., 2020, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4) (<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>)

Estas teorías son relevantes para el estudio actual, ya que exponen que los beneficios percibidos por los consumidores pueden influenciar su decisión de seguir utilizando las billeteras digitales. Por su parte, Al nawayseh (2020) expone que, mientras más percepciones positivas del potencial de estos servicios tengan los consumidores, mayores serán los números de interacciones que se generen con las tecnologías Fintech. Por otro lado, Rentería et al. (2022) mencionan cuáles serían las ventajas o beneficios que perciben algunos de los consumidores sobre las tecnologías Fintech sobre la banca tradicional que opera en el mercado financiero.

### **6.1.3 Riesgos percibidos y la intención de uso de billeteras digitales**

En el contexto de los servicios financieros, según Al nawayseh (2020), el riesgo percibido en los servicios financieros Fintech se puede definir como, la percepción que tienen los usuarios sobre la incertidumbre y las posibles consecuencias negativas que conlleva el uso de aplicativos Fintech. Las innovaciones tecnológicas siempre traen consigo un alto riesgo. Para el autor, los riesgos percibidos asociados con el uso de servicios tecnológicos de empresas que ofrecen servicios de billeteras digitales se pueden considerar una barrera para los usuarios de dicha tecnología.

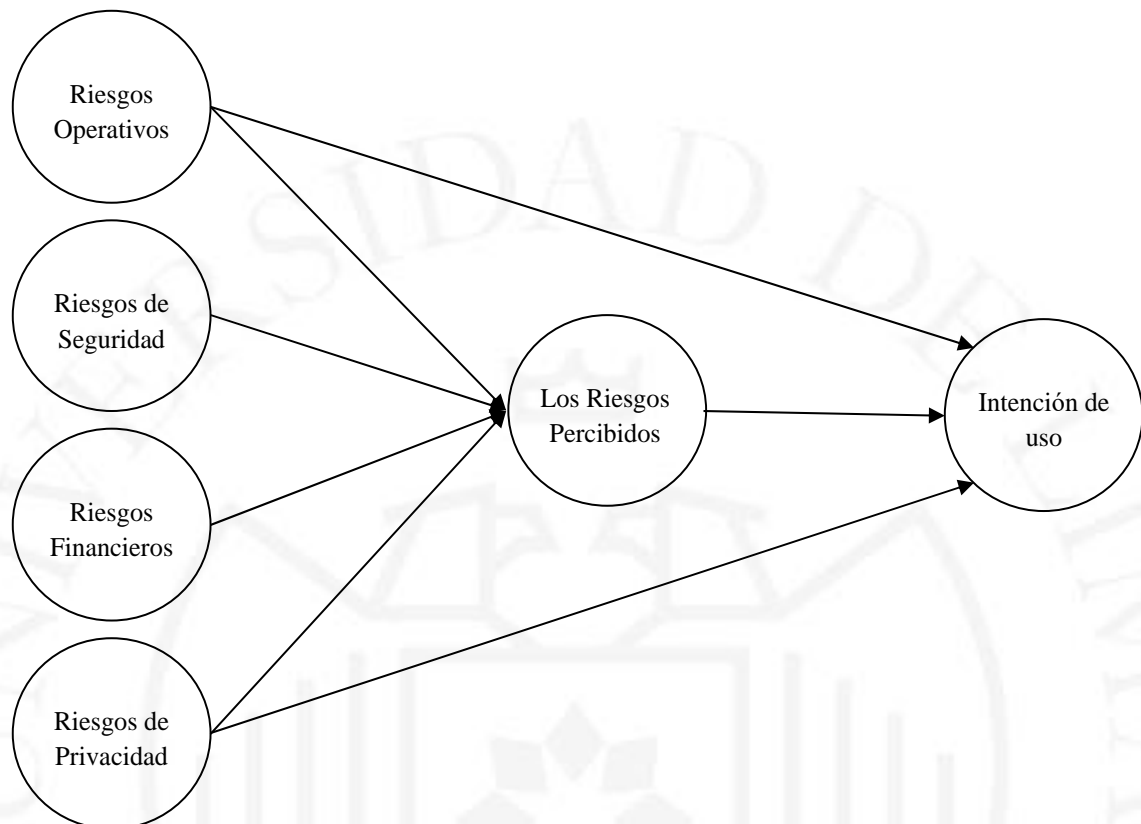
Según el mismo artículo, los riesgos percibidos que se pueden asociar con las aplicaciones de empresas Fintech se clasifican en preocupaciones de índoles operativas, de seguridad, financieras y de privacidad. Los riesgos operativos se pueden asociar a fallos en las aplicaciones que retrasen las transacciones; los riesgos de seguridad se perciben como amenazas a la ciberseguridad y pérdidas por fraudes, chantajes, entre otros; los riesgos financieros se asocian a la pérdida monetaria de los y usuarios; y por último los riesgos de privacidad hacen referencia a la divulgación o venta de información privada. Estos riesgos generan que los usuarios o clientes se vuelvan más reacios a utilizar los servicios que ofrecen las Fintech, lo que, por ende, reduce su intención de usar estas aplicaciones. Adicionalmente, debido a que esta clase de aplicativos tecnológicos son de carácter intangible, los riesgos percibidos más comunes de amenazas cibernéticas y pérdidas monetarias impiden o crean una barrera que no permite que los usuarios usen estos servicios.

Los resultados que toma en consideración la investigación de Al nawayseh (2020), demostraron que los riesgos percibidos están negativamente relacionados con la intención de usar aplicaciones Fintech. Otro factor importante encontrado en esta investigación, los riesgos y la confianza percibidos tienen una influencia recíproca y directa en la intención de comportamiento de Fintech de los usuarios, es decir, los riesgos percibidos incluyen en el grado de confianza que los usuarios tienen en los aplicativos ofrecidos por las empresas Fintech. A pesar de esta influencia, según la investigación antes mencionada, el grado de influencia de los riesgos tanto sobre la intención de uso como sobre la confianza de los usuarios, no es tan significativo con el de los beneficios percibidos, es decir, los usuarios son influenciados más por los beneficios que los riesgos presentes en las billeteras digitales, como se puede ver en la figura 6.6 presentada más adelante. Cabe resaltar que esta investigación sitúa su panorama de investigación, en la época del COVID-19, época en la cual las personas se vieron casi obligadas, por el aislamiento social, a hacer uso de la tecnología para realizar sus transacciones financieras.

Por otra parte, Rentería et al. (2022), en su comparación entre los servicios de las Fintech sobre los servicios de banca tradicional, resaltan que la banca tradicional tampoco está absuelta de contener riesgos o desventajas parecidas a los que se tienen en los servicios Fintech, un claro ejemplo de estos, son los riesgos operativos, ya que la banca tradicional aún posee un gran número de operarios financieros que deben intervenir en los procesos operativos, lo que hace aún más tedioso el realizar las operaciones financieras, otra desventaja adicional, son los locales presenciales que incurrir en pérdida de tiempo por traslado, haciendo el riesgo aún más evidente.

### Figura 6.5

Modelo que establece relación entre los riesgos percibidos y la intención de uso de billeteras digitales

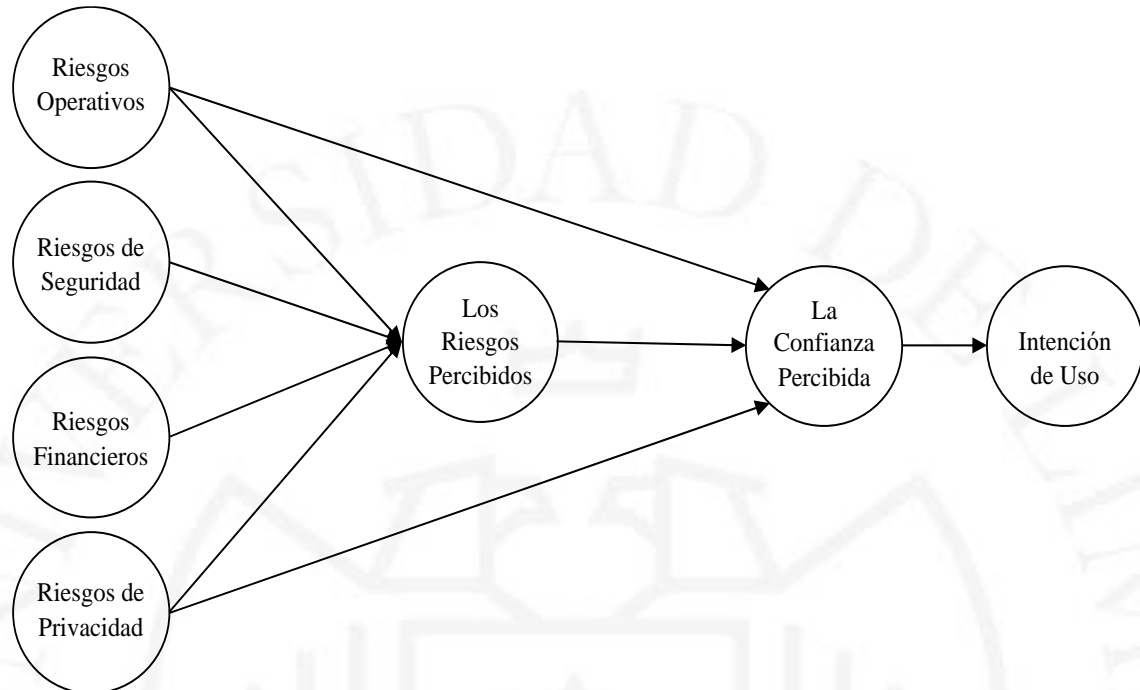


Nota. Adaptado de “Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers’ Choice of Fintech Applications?”, por Al nawayseh, M. K., 2020, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4) (<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>)

Finalmente, la relevancia de las teorías presentadas está en que presentan la hipótesis de la relación de los riesgos percibidos con la intención de usar tecnología Fintech, como en la investigación Al nawayseh (2020), quien expone que los riesgos operacionales y de seguridad hace que los consumidores desistan de utilizar las tecnologías Fintech y opten por la banca tradicional, más, sin embargo, estos riesgos no persuaden en gran medida a los usuarios. Por otro lado, Rentería et al. (2022) informan cuáles podrían ser los principales riesgos o amenazas que se pueden presentar a la hora de utilizar los servicios que ofrecen las Fintech como las billeteras digitales.

**Figura 6.6**

*Modelo que establece relación entre los riesgos y la confianza percibida de los usuarios*



*Nota.* Adaptado de "Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers' Choice of Fintech Applications?", por Al nawayseh, M. K., 2020, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4) (<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>)

Adicionalmente, la teoría de Al nawayseh (2020) demuestra mayor relevancia para el estudio, ya que también demuestra que, en su estudio, la hipótesis de la relación que puede existir entre los riesgos percibidos con la confianza percibida, hipótesis la cual también forma parte de la actual investigación.

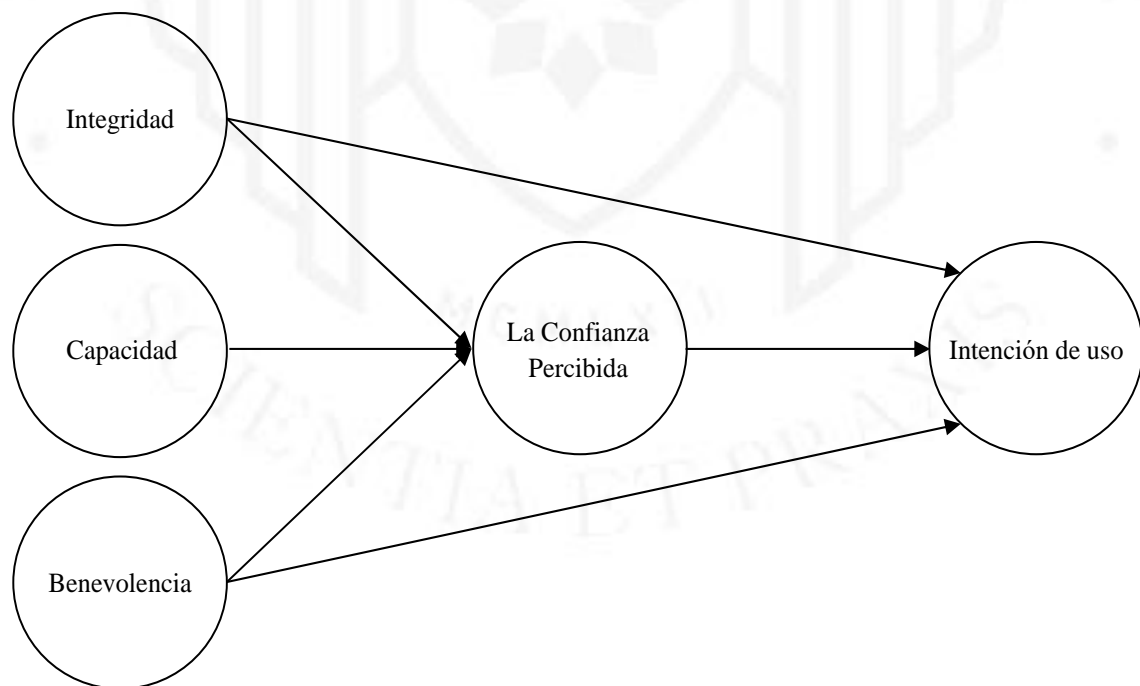
#### **6.1.4 Confianza percibida y la intención de uso de billeteras digitales**

Como último punto en el marco conceptual, se explica la relación entre la confianza percibida y la intención de uso de los clientes de aplicativos ofrecidos por empresas Fintech. Para esto, Al nawayseh (2020), define a la confianza percibida como, la voluntad de una persona de ser vulnerable a las acciones o decisiones de una parte en base con la expectativa de que la otra parte realice una acción particularmente importante para esa persona, independientemente de si se tiene la capacidad de monitorear o controlar a esa otra parte y a sus acciones.

El autor destaca que la confianza percibida es considerada crucial para las personas adopten nuevas cosas, incluso la tecnología, especialmente aquellas tecnologías diseñadas para transacciones financieras de dinero, ya que este es un bien preciado por todas las personas, es por este motivo, que, en una industria de servicios financieros altamente competitiva, se hace mayor hincapié en la confianza para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes. Por lo tanto, la confianza en las aplicaciones Fintech de billeteras digitales significa que los usuarios deben tener confianza en la integridad, capacidad y benevolencia de estas aplicaciones financieras. Por otro lado, dado que el costo de regresar a utilizar el sistema financiero tradicional es alto, ya que se deben reincorporar intermediarios financieros, la confianza se considera un factor crucial para los proveedores de esta clase de servicios financieros. De hecho, el resultado de la confianza en situaciones riesgosas e inciertas es un representante de riesgo reducido y, por ende, genera intenciones positivas hacia el uso de nuevas tecnologías.

**Figura 6.7**

*Modelo que establece relación entre la confianza percibida y la intención de uso de billeteras digitales*



*Nota.* Adaptado de “Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers’ Choice of Fintech Applications?”, por Al nawayseh, M. K., 2020, *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4) (<https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>)

Por su parte, Barbu et al. (2021), al analizar la experiencia de consumidor en el sector Fintech, encontró que las dimensiones que eran importantes para los clientes a la hora de evaluar su satisfacción en el consumo de los servicios Fintech se basaron principalmente a la seguridad o confianza en los servicios, y otras dimensiones de valor, las cuales eran determinantes para la generación de una experiencia en los usuarios, es decir, estos basan su nivel o grado de confianza para evaluar su experiencia con este tipo de servicios.

Por último, las teorías presentadas en este punto se vinculan con el estudio actual, ya que, por ejemplo, Al nawayseh (2020) afirma que la confianza percibida es crucial para que los usuarios decidan utilizar los servicios que proporcionan las Fintech, y por su lado, Barbu et al. (2021) encuentran que una de las dimensiones más importantes en la evaluación de satisfacción de los consumidores de aplicativos Fintech es la seguridad o confianza que estos percibieron a la hora de usar los servicios.

## **6.2 Marco conceptual**

En el siguiente punto del capítulo seis se hizo un análisis, comenzando desde lo general a lo particular en cuanto a los objetivos propuestos y al tema de investigación. De tal modo se explicó los términos y conceptos más relevantes del estudio, iniciando con la historia de las Fintech, tanto en el mundo como en los países seleccionados en la investigación, luego se presentó las características que presentan Fintech, como tercer punto se expuso la situación económica y financiera tanto de Perú como de Chile, para pasar a presentar los aplicativos de pago inmediato como medio de transferencias, finalizando con la presentación de las regulaciones de este tipo de Fintech en ambos países del estudio; dado que estas variables permitieron el correcto desarrollo de la investigación para generar una mejor comprensión total por parte del lector del tema escogido.

### **6.2.1 Historia de las Fintech**

Para comenzar con el análisis de la historia de las billeteras digitales, primero se debe tener bien en claro cuál es concepto de las Fintech, el cual se traduce al castellano como Finanzas Tecnológicas, ya que Fintech es una palabra compuesta por “Fin” que significa

*Finance* y la palabra “TECH” que significa *technology*, tal como lo indica Banco Nacional de Comercio Exterior (2021), resulta de la unión de los servicios financieros mediante con la tecnología. Asimismo, se sabe que durante los últimos 100 años se han presenciado una gran cantidad de avances tecnológicos en el sector en donde las Fintech se desenvuelven. Algunos de estos avances, según la misma fuente, son:

- El primer cajero automático (ATM) inventado en el mundo se inauguró en 1967 por Barclays.
- La primera cuenta de cheques online fue utilizada en 1995 por la compañía de finanzas Wells Fargo.
- La principal plataforma de procesamiento de pagos inmediato en línea, PayPal, se fundó en el año 1998.
- La primera moneda virtual, más conocida como la criptomoneda, fue lanzada en 2009 por Bitcoin.
- Apple lanza en el 2016 “Apple Pay”, una billetera virtual que te permite guardar tus tarjetas y cheques de vuelo para no cargar con esas cosas en físico.

Para definir el surgimiento de las Fintech a lo largo de los años, el Banco Nacional de Comercio Exterior estableció tres etapas que marcan la historia, desarrollo y surgimiento de este nuevo mercado a nivel global. Además, se recalca que dicho mercado aún se encuentra en una etapa de fortalecimiento, como se menciona en los siguientes ítems:

- Fintech 1.0 (1886-1987): Etapa donde empieza el acoplamiento de las finanzas y la tecnología debido al impacto de la globalización.
- Fintech 2.0 (1987-2008): Periodo en donde se desarrollan los servicios financieros digitales, siendo la primera industria digital.
- Fintech 3.0 (2009-Actualidad): Fase actual de fortalecimiento, consolidación y regulación de los servicios financieros digitales a nivel global.

En este sentido, el desarrollo de la tecnología digital y sus aplicaciones en todos los ámbitos de la vida de las personas en la actualidad ha propiciado el surgimiento de empresas que a través de herramientas en plataformas web y aplicativos móviles han facilitado el comercio en general ofreciendo una amplia variedad de productos y servicios

a los clientes de manera más asequible. Por lo tanto, respecto al sector financiero, en el cual se centra en la investigación, la era digital ha dado lugar al surgimiento de las empresas Fintech. Empresas que se dedican a operar en distintas actividades y servicios que van desde soluciones financieras como gestión de finanzas personales y empresariales hasta comercio de criptomonedas, *Blockchain*, compra y venta de activos financieros, créditos con fondeo colectivo (*crowdfunding*) o aplicaciones tecnológicas para instituciones financieras.

### **6.2.2 Características de una Fintech**

Las Fintech se caracterizan por la aplicación de soluciones tecnológicas a problemas o largos procesos en los mercados financieros. Por ello, existen diferentes tipos de Fintech, los cuales se diferencian por la solución y facilitación que ofrecen a cierto servicio financiero.

La revista *Oikonomics* (2018) define ciertas características generales de toda Fintech indistintamente de la solución que proponga. Estas características son las siguientes:

- Toda Fintech está orientada a un algún aspecto financiero.
- Estrecha relación con avances tecnológicos.
- Propone soluciones innovadoras.
- Representan una alternativa retadora para la banca tradicional.

Los medios de pago también son una característica fundamental de las Fintech. Al ser entidades netamente digitales, rechazan pagos o depósito en efectivo. Todo depósito debe ser mediante medios electrónicos y cuentas bancarias verificadas. Esto hace que las operaciones sean más transparentes.

Cabe resaltar que las Fintech se clasifican por las actividades que realizan, los ámbitos de desarrollo son variados y cubren mediante nuevos enfoques casi todas las líneas tradicionales de los servicios financieros con innovadoras, económicas y transparentes propuestas digitalmente intuitivas (*Oikonomics*, 2018). Desde el 2017 el Banco Interamericano de Desarrollo (2022), ha identificado diversos segmentos de la industria Fintech donde se ha observado el surgimiento de empresas con modelos de

negocio innovadores y de base tecnológica, estos segmentos se definen de la siguiente manera:

- Pagos: este tipo de Fintech se dedica brindar soluciones que facilitan las transacciones de dinero entre personas, incluyendo pagos en línea, pagos móviles, transferencias de dinero y otras formas de transacciones digitales.
- Préstamos: Ofrecen financiamiento a terceras personas y/o empresas, utilizando tecnología y modelos de riesgo innovadores para determinar la viabilidad del préstamo. Los préstamos se pueden solicitar y aprobar en línea, con procesos simplificados y ágiles.
- Gestión financiera empresarial: Este tipo de Fintech ofrece soluciones dentro del área contable, cobranzas e inteligencia de negocios. Estos servicios ayudan a las empresas a gestionar su flujo de caja, a optimizar su administración de cuentas por cobrar y a obtener una visión más completa de su situación financiera.
- Seguros: Las Fintech de seguros suministran todo tipo de seguro únicamente por medios digitales. Estas empresas utilizan la tecnología para simplificar el proceso de contratación de seguros, ofreciendo soluciones más accesibles y personalizadas a los usuarios.
- Criptomonedas: Estas Fintech trabajan con monedas digitales que utilizan la criptografía para asegurar transacciones y controlar la creación de nuevas unidades.
- Crowdfunding: Las Fintech de este tipo son principalmente plataformas que habilitan a individuos o empresas recaudar fondos para proyectos o negocios mediante contribuciones de un gran número de personas, a cambio de beneficios como participaciones, recompensas, entre otros.
- Puntuación, identidad y fraude: En este tipo de Fintech, se pueden evaluar el riesgo crediticio, verifican la identidad de los usuarios y detectan y previenen actividades fraudulentas en transacciones y servicios financieros.
- Gestión financiera personal y de patrimonio: Este tipo de Fintech se enfoca en el manejo y administración de recursos financieros de manera personalizada, ofreciendo herramientas para el seguimiento de presupuestos, inversiones y

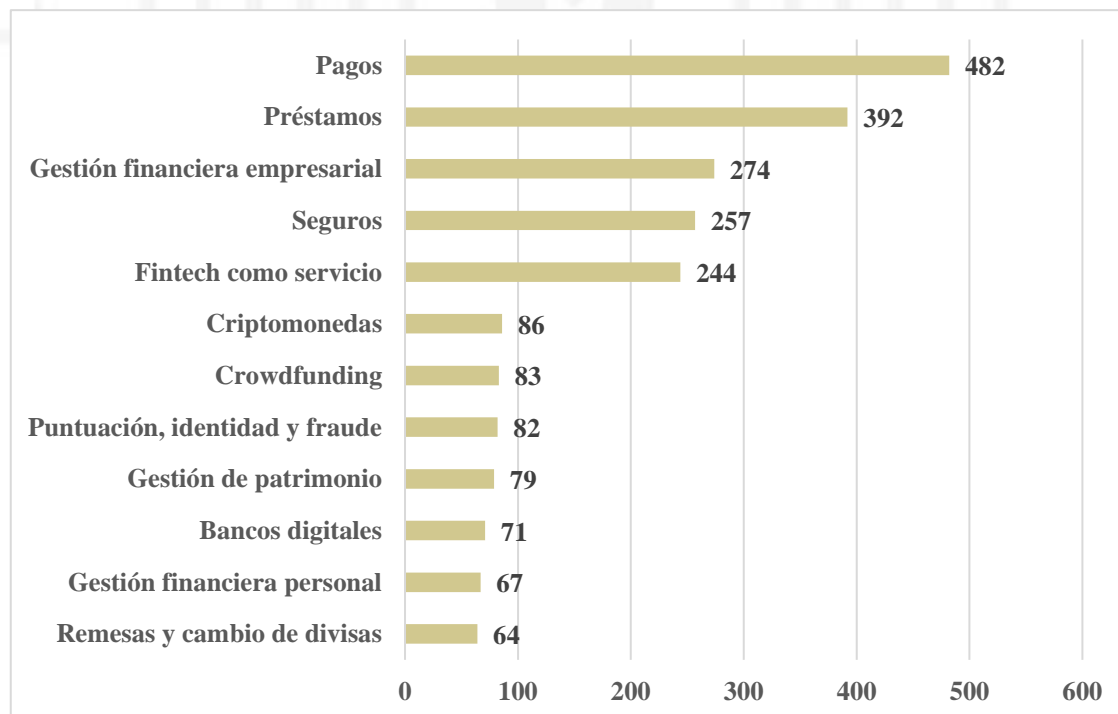
ahorros. Estos servicios están diseñados para ayudar a los usuarios a tomar decisiones financieras informadas y a maximizar su riqueza a largo plazo.

- Bancos digitales: Los bancos digitales ofrecen servicios bancarios a través de aplicaciones móviles, permitiendo a los usuarios realizar transacciones, solicitar préstamos y gestionar sus finanzas personales de manera más rápida y sencilla. Estos bancos suelen ofrecer servicios a costos menores que los bancos tradicionales, y pueden ser una alternativa más accesible para las personas no bancarizadas o para aquellos que prefieren servicios financieros más innovadores.
- Remesas y cambio de divisas: Esta Fintech permite el envío de dinero al extranjero y la conversión de divisas, de manera digital.

Considerando los segmentos definidos anteriormente, Statista (2024) realizó un estudio en donde se observa la cantidad de Fintech por segmento en América Latina en el 2022. Teniendo como principal las Fintech de pago, préstamos y de gestión financiera empresarial.

**Figura 6.8**

*Número de startups Fintech en América Latina en 2022, por segmento de negocio.*



*Nota.* Adaptado de *Fintech in Latin America*, por Statista, 2022 (<https://www-statista-com./study/56664/Fintech-in-latin-america/>)

En el 2021, Latinoamérica llegó a contar con alrededor de 2400 Fintech distribuidas en toda la región, esta cantidad representa un 9% del total de empresas Fintech en el mundo. Según Boston Consulting Group (BCG) el número de startups de Fintech en todo el mundo se triplicó en los últimos dos años, pasando de más de 12.200 en 2019 a 26.000 en 2021 (BCG, 2021).

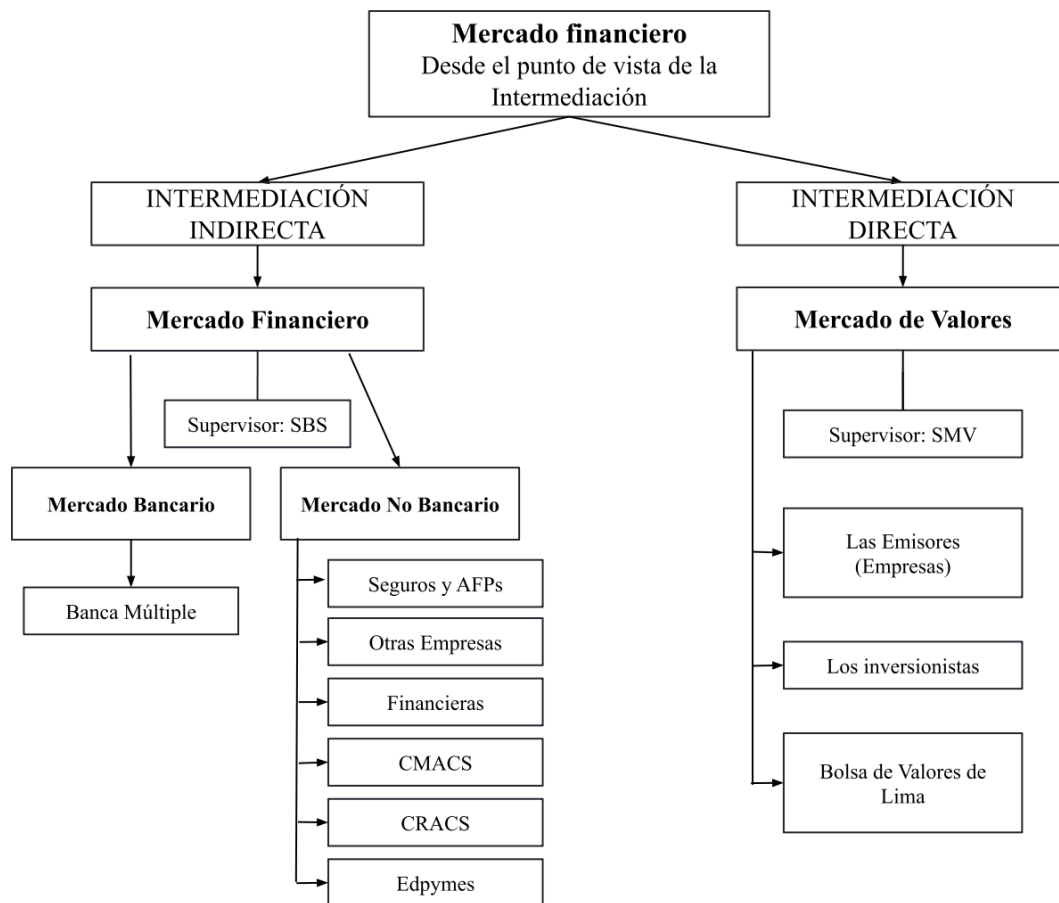
### **6.2.3 Entidades regulatorias del sistema financiero peruano**

El sistema financiero peruano está regulado por tres entidades que tienen como objetivo garantizar la estabilidad y solvencia del sistema, promover una competencia justa y transparente, proteger a los consumidores e inversionistas. A continuación, se detalla la función de cada una de estas entidades que se encargan de regular diferentes rubros del sector financiero, trabajando en conjunto para el desarrollo del país.

- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP): El BCRP es una entidad autónoma que tiene una función macro, donde se encarga de la política monetaria, teniendo como objetivo preservar la estabilidad monetaria mediante el control de la inflación, según el artículo 84 de la Constitución Política del Perú.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS): La SBS es una entidad autónoma que se encarga de supervisar el sistema financiero, seguros y sistema de pensiones privados, contribuyendo con la prevención y detección de lavado de activos y financiamiento del terrorismo en el Perú. Además, tiene como objetivo garantizar la solvencia y estabilidad del sistema financiero, así como promover una competencia justa y transparente en el mercado financiero (SBS, 2020).
- Superintendencia del Mercado de Valores (SMV): La SMV es una entidad autónoma encargada de supervisar y regular el mercado de valores del Perú. Su principal objetivo es proteger los intereses de los inversores y promover el desarrollo del mercado de valores del país mediante la implementación de políticas y regulaciones adecuadas. Además, supervisa a las empresas que emiten valores como acciones y bonos, así como a los intermediarios financieros que participan en el mercado (SBS, 2020).

**Figura 6.9**

*Entidades que regulan y supervisan el sistema financiero peruano*



*Nota.* Adaptado de *Entidades de regulación y supervisión del Sistema Financiero*, por SBS, 2021 ([https://www.sbs.gob.pe/portals/3/educacion-financiera-pdf/5\\_%20Entidades%20de%20Regulación%20y%20Supervisión%20del%20SF.pdf](https://www.sbs.gob.pe/portals/3/educacion-financiera-pdf/5_%20Entidades%20de%20Regulación%20y%20Supervisión%20del%20SF.pdf))

#### **6.2.4 Entidades regulatorias del sistema financiero chileno**

Al igual que Perú, el mercado financiero de Chile está regulado por un grupo de entidades públicas encargadas de velar por el buen manejo y funcionamiento del mercado como conjunto. Cada una de estas entidades tiene sus propias responsabilidades y competencias, pero en conjunto forman un marco regulatorio sólido que busca asegurar el correcto funcionamiento del sistema financiero chileno y la confianza de los consumidores en él. Los entes que regulan el mercado financiero son:

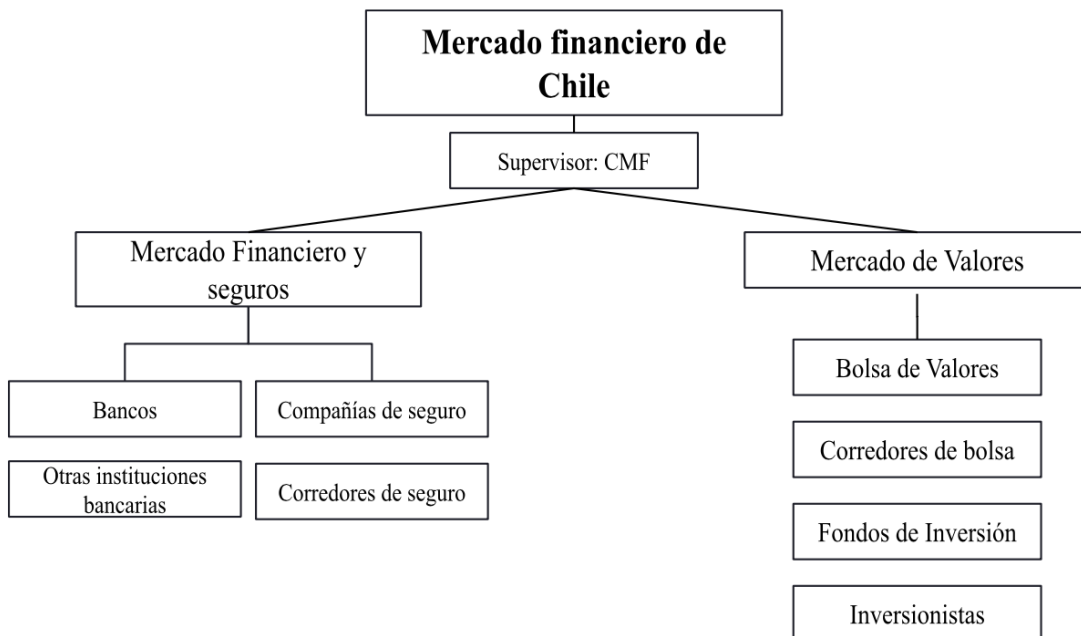
- Comisión para el Mercado Financiero (CMF): Es un organismo institucional creado en el 2017 tras la aprobación de la ley que modernizó la legislación bancaria. Regula y supervisa los mercados de valores, seguros y bancarios en

Chile, teniendo en cuenta los intereses de los inversionistas, depositantes y asegurados, así como la protección del interés público (CMF, 2022). La CMF, estableció el proyecto de ley “Fintech en los ámbitos del mercado de valores” en donde se busca la regularización, establecimientos de normativas, requisitos de inscripción, obligaciones, garantías y demás artículos en beneficio de una industria Fintech atractiva para empresarios e inversionistas.

- Superintendencia de Pensiones (SP): Organismo que regula y fiscaliza el sistema de pensiones y el seguro de cesantía como representante del estado (SP, 2022).
- Banco Central (BC): Regula y vela por la estabilidad del valor de la moneda protegiéndola de la inflación. También promueve el habitual funcionamiento del sistema financiero supervisando la cantidad de dinero en circulación y de crédito en la economía para que las personas y empresas puedan realizar sus operaciones de la forma más adecuada posible (BC, 2022).

**Figura 6.10**

*Entidades que regulan y supervisan el sistema financiero chileno*



*Nota.* Adaptado de Comisión para el Mercado Financiero, por CMF, 2022  
<https://www.cmfeduca.cl/educa/621/w3-propertyname-855.html>

### **6.2.5 Aplicativos de Pago Inmediato como Medio de Transferencia**

Los aplicativos de pago inmediato son una nueva de medio de pago o transferencia de dinero entre personas y empresas. Estos aplicativos se encuentra categorizados como pagos digitales, los cuales se realizan a través de modos digitales o en línea, sin que haya intercambio de dinero en efectivo. En otras palabras, es la transferencia de valor de una cuenta de pago a otra en la que tanto el pagador como el beneficiario utilizan un dispositivo digital como un teléfono móvil, un ordenador o una tarjeta de crédito, débito o prepago (Forbes, 2022).

Los principales beneficios de este nuevo método de pago para muchas personas se basan en la rapidez, la sencillez del manejo del aplicativo, la posibilidad de pagar productos y servicios utilizando desde el celular y la disminución de riesgos de robo o pérdida de dinero en efectivo. Mientras que para las empresas afiliadas a los pagos digitales tienen los siguientes beneficios:

- Evitar el manejo y administración de dinero en efectivo, lo cual reduce los costes de seguridad y almacenamiento.
- Mejor experiencia del cliente por la mayor rapidez de las transacciones mediante aplicativos de pago inmediato.
- Mayor trazabilidad del dinero, simplifica su administración y manejo de impuestos.

Existe una tendencia del uso de las billeteras digitales por su facilidad y principalmente porque evita el contacto con el efectivo, lo cual fue el principal incentivo para su uso desde el año 2020, en donde empezó la pandemia del COVID-19. Por ello, en Latinoamérica, este segmento de negocio del mercado Fintech está ubicado dentro de los tres principales segmentos en donde se centra toda la inversión Fintech, representado por un 19.68% (Statista, 2021b).

Además, el constante crecimiento que están teniendo estos aplicativos a nivel regional se plasma en la cantidad de usuarios registrados de estos mismos. Nubank es un innovador banco digital brasilero, el cual no tiene sucursales físicas como la gran mayoría de los bancos. Este banco también cuenta con un aplicativo de pago inmediato como parte

de los servicios financieros digitales que ofrece. En el 2020, registró alrededor de 30 millones de usuarios registrados. Por otro lado, otro aplicativo de pago inmediato como Mercado Pago, que se encuentra en varios países de la región como Brasil, Argentina, Chile, Uruguay y Colombia, registró 19.5 millones de usuarios registrados. Por su parte, el aplicativo peruano Yape en el 2020 registró 4.5 millones de usuarios registrados. Cabe resaltar que actualmente la plataforma indica que cuenta con más de 10 millones de usuarios registrados. Lo cual indica que el uso de estos aplicativos ha ido masificándose con el paso del tiempo, dando como consecuencia un mayor número de usuarios a nivel regional (Statista, 2021c).

#### **6.2.6 Riesgos que afecta la confianza percibida hacia las billeteras digitales**

En el panorama actual de la industria financiera, la aparición de nuevas tecnologías ha llevado a la creación de plataformas digitales para la prestación de servicios financieros. A pesar de las ventajas que ofrecen estas innovaciones, también se presentan nuevos riesgos percibidos al utilizar estas plataformas. Según Al nawayseh (2020), dentro de estos riesgos se encuentran el riesgo operativo, el riesgo de seguridad, el riesgo financiero y el riesgo de privacidad. A continuación, se detalla la definición de cada uno de estos riesgos que afectan la confianza percibida hacia las billeteras digitales:

- **Riesgo Operativo:** Se refiere a los riesgos asociados con el funcionamiento de la empresa de que ofrece los servicios de billeteras digitales, incluyendo la capacidad de la empresa para mantener sus operaciones diarias y garantizar la continuidad del servicio en caso de interrupciones en sus sistemas, procesos y recursos humanos.
- **Riesgo de Seguridad:** Se refiere a los riesgos de seguridad cibernética, como los ataques de piratas informáticos o los intentos de phishing para obtener información confidencial de los clientes. También puede incluir el riesgo de robo de identidad o de fraude financiero.
- **Riesgo Financiero:** Se refiere a los riesgos asociados con la gestión financiera de la empresa, como el riesgo de crédito, el riesgo de mercado y el riesgo de liquidez. El riesgo de crédito se refiere a la posibilidad de que la empresa no recupere los préstamos o créditos que ha otorgado, mientras que el riesgo de mercado se refiere

a las fluctuaciones en los mercados financieros que pueden afectar negativamente a la empresa. El riesgo de liquidez se refiere a la capacidad de la empresa para hacer frente a sus obligaciones financieras a corto plazo.

- **Riesgo de Privacidad:** Se refiere a los riesgos asociados con el tratamiento de datos personales de los clientes por parte de la empresa. Incluye el riesgo de robo de datos, la posibilidad de que los datos personales sean utilizados con fines ilícitos, y la falta de transparencia en el uso y tratamiento de los datos personales de los clientes.

### **6.2.7 Factores que influyen en la confianza percibida hacia las billeteras digitales**

Las billeteras digitales han experimentado un gran crecimiento y se han convertido en una opción popular para los consumidores. Sin embargo, la falta de regulación específica para estas empresas ha generado dudas en cuanto a su confiabilidad y seguridad. Por ello, es fundamental comprender la relación entre la integridad, capacidad y benevolencia de las Fintech de pago en línea y la confianza percibida de los consumidores. La percepción que los consumidores tienen de estas tres dimensiones puede afectar significativamente su confianza en la empresa y, por tanto, su disposición a utilizar sus servicios financieros. Por lo tanto, se detalla el concepto de cada una de estas dimensiones para lograr comprender su relación con la confianza percibida hacia las billeteras digitales.

- **Integridad:** Se refiere a la capacidad de la billetera digital para actuar de manera ética y honesta en sus relaciones con los consumidores. La integridad se asocia con la transparencia y la honestidad en la comunicación con los consumidores, así como con la gestión adecuada de los conflictos de interés y el cumplimiento de las regulaciones.
- **Capacidad:** Hace referencia a la habilidad de la billetera digital para ofrecer los servicios financieros prometidos de manera confiable y efectiva. La capacidad se asocia con la competencia técnica y financiera de la empresa, así como con la capacidad de mantener la seguridad y privacidad de los datos de los consumidores.
- **Benevolencia:** Se refiere a la disposición de la billetera digital para actuar en beneficio de los consumidores, incluso cuando esto no sea beneficioso para la

empresa en sí misma. La benevolencia se asocia con la empatía y el compromiso de la empresa con la satisfacción del consumidor, así como con la capacidad de responder adecuadamente a las quejas y resolver los problemas de manera efectiva.

### **6.2.8 Beneficios que influyen en la intención de uso hacia las billeteras digitales**

Las billeteras digitales son un ejemplo de cómo las empresas han incorporado tecnologías innovadoras para brindar una experiencia de usuario más rápida, conveniente y eficiente. Los beneficios de utilizar billeteras digitales van desde la reducción de tiempo y esfuerzo hasta la disminución de costos, lo que se traduce en una percepción de mayor valor y confianza por parte de los consumidores. La importancia de estos beneficios radica en cómo influyen en la decisión de los consumidores de adoptar o no estos servicios financieros digitales. Por ende, Al nawayseh (2020) conceptualiza los principales beneficios de la siguiente manera:

- **Eficiencia en transacciones financieras:** Una transacción financiera se refiere a cualquier intercambio de dinero entre dos partes, en el que se realiza un cambio en el estado financiero de ambas partes. Las billeteras digitales permiten realizar transacciones financieras de forma rápida y sencilla, en comparación con los métodos tradicionales. Esto se traduce en un ahorro de tiempo y una mejora en la eficiencia del proceso.
- **Procesos simplificados:** Al simplificar el proceso de transacción financiera, las Fintech disminuyen la cantidad de esfuerzo y energía que los usuarios necesitan invertir. Esto se traduce en una mayor comodidad y satisfacción por parte del usuario.
- **Reducción de costos operativos:** Las billeteras digitales pueden ofrecer tarifas más bajas o incluso gratuitas en comparación con los métodos tradicionales, lo que se traduce en un ahorro de costos significativo para los usuarios. Además, esto puede mejorar la percepción de valor y la confianza percibida.

### 6.3 Matriz de operacionalización de variables

**Tabla 6.1**

*Matriz de operacionalización de variables*

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADOR	ÍTEM	FUENTE DEL ÍTEM	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
<b>Variable independiente 1</b> Influencia social	Situación donde las decisiones de los clientes están influidas principalmente por las opiniones de otras personas de su entorno, las cuales son fuentes de recomendaciones positivas o negativas que pueden animar a adoptar o rechazar ciertos productos o servicios (Venkatesh et al, 2012).	Influencia del entorno sobre los clientes	Importancia del entorno	Las personas que son importantes para mí piensan que debería usar billeteras digitales	Adaptado de Venkatesh et al. (2012)	<b>Tipo de Investigación:</b> Aplicada  <b>Alcance de la investigación:</b> Correlacional  <b>Diseño de Investigación:</b> No experimental  <b>Población:</b> Usuarios de billeteras digitales de Perú y Chile  <b>Muestra:</b> 770 usuarios de billeteras digitales de Perú y Chile
			Poder de influencia del entorno	Las personas que influyen en mi comportamiento piensan que debería usar billeteras digitales		
			Valor del entorno	Las personas cuyas opiniones valoro prefieren que use billeteras digitales		
<b>Variable independiente 2</b> Beneficios	Percepción del cliente sobre los atributos positivos que tiene un cierto producto o servicio en base a la experiencia previa. (Ryu et al, 2018).	Atributos y desempeño de las Fintech	Ventaja sobre el mercado tradicional	El uso de billeteras digitales tiene muchas ventajas	Adaptado de Kim et al. (2008)	<b>Técnica:</b> Encuesta  <b>Instrumentos:</b> Cuestionario
			Accesibilidad y facilidad de uso	Puedo usar billeteras digitales fácil y rápidamente		
			Utilidad del servicio	Usar billeteras digitales es útil para mí		
<b>Variable independiente 3</b> Riesgos percibidos	Percepción del cliente sobre los atributos negativos que tiene un cierto producto o servicio en base a la experiencia previa. (Ryu et al, 2018).	Desventajas de las Fintech	Diferencia de rendimiento a la banca tradicional	El uso de billeteras digitales produce un rendimiento superior	Adaptado de Kim et al. (2008)	
			Riesgo percibido	El uso de billeteras digitales se asocia con un alto nivel de riesgo		
			Incertidumbre de uso	Existe un alto nivel de incertidumbre utilizando billeteras digitales		
			Diferencia con las otras alternativas tradicionales	En general, creo que hay poco beneficio en el uso de billeteras digitales en comparación con los		

(Continúa)

(Continuación)

				servicios financieros tradicionales	
			Confianza percibida	Confío en que los sistemas de las billeteras digitales sean confiables	
<b>Variable Mediadora</b>	Seguridad que brinda el producto o servicio por sus propias características y manejo (Davis, 2020).	Percepción de clientes	Seguridad percibida	Confío en que los sistemas de las billeteras digitales sean seguros	Adaptado de Shaw (2014)
Confianza percibida			Confiability del sistema	Creo que los sistemas de las billeteras digitales son confiables	
			Confianza en tecnología Fintech	Confío en los sistemas de las billeteras digitales	
			Intención de adopción del servicio	Tengo la intención de adoptar billeteras digitales en el futuro	
<b>Variable dependiente</b>	Pretensión de uso hacia algún producto o servicio por su buen desempeño (Al nawayseh, 2020).	Predisposición de los usuarios	Frecuencia de uso futuro	Predigo que usaré billeteras digitales con frecuencia en el futuro	Adaptado de Venkatesh et al. (2012)
Intención de uso			Intención de recomendación	Recomendaré a otros que usen billeteras digitales	

## 6.4 Matriz de consistencia

**Tabla 6.2**

*Matriz de consistencia*

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADOR
<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es el efecto de la influencia social, la confianza percibida, los beneficios y los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Analizar el efecto de la influencia social, la confianza percibida, los beneficios y los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile</p>	<p><b>Hipótesis general</b> La influencia social, la confianza percibida, los beneficios y los riesgos percibidos que presentan un efecto significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile.</p>	<p><b>Variable independiente 1</b> La influencia social <b>Variable independiente 2</b> Los beneficios <b>Variable independiente 3</b> Los riesgos percibidos <b>Variable Mediadora</b> La confianza percibida <b>Variable dependiente</b> La intención de uso</p>	<p>Importancia del entorno Poder de influencia del entorno Valor del entorno Ventaja sobre el mercado tradicional Accesibilidad y facilidad de uso Utilidad del servicio Diferencia de rendimiento a la banca tradicional Riesgo percibido Incertidumbre de uso Diferencia con las otras alternativas tradicionales Confianza percibida Seguridad percibida Confiabilidad del sistema Confianza en tecnología de las billeteras digitales Intención de adopción del servicio Frecuencia de uso futuro Intención de recomendación</p>
<p><b>Problema específico 1</b> ¿Cuál es el efecto de la influencia social en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?</p>	<p><b>Objetivo específico 1</b> Determinar el efecto de la influencia social en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile</p>	<p><b>Hipótesis específica 1</b> La influencia social tiene un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile</p>	<p><b>Variable independiente 1</b> La influencia social <b>Variable dependiente</b> La intención de uso</p>	<p>Importancia del entorno Poder de influencia del entorno Valor del entorno Intención de adopción del servicio Frecuencia de uso futuro Intención de recomendación</p>
<p><b>Problema específico 2</b></p>	<p><b>Objetivo específico 2</b></p>	<p><b>Hipótesis específica 2</b></p>	<p><b>Variable independiente 2</b> Los beneficios</p>	<p>Ventaja sobre el mercado tradicional Accesibilidad y facilidad de uso</p>

(Continua)

(Continuación)

¿Cuál es el efecto de los beneficios en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?	Determinar el efecto de los beneficios en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile	Los beneficios tienen un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile	<b>Variable dependiente</b> La intención de uso	Utilidad del servicio Diferencia de rendimiento a la banca tradicional Intención de adopción del servicio Frecuencia de uso futuro Intención de recomendación Riesgo percibido Incertidumbre de uso
<b>Problema específico 3</b> ¿Cuál es el efecto de los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?	<b>Objetivo específico 3</b> Determinar el efecto de los riesgos percibidos en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile	<b>Hipótesis específica 3</b> Los riesgos percibidos tienen un efecto negativo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile	<b>Variable independiente 3</b> Los riesgos percibidos <b>Variable dependiente</b> La intención de uso	Diferencia con las otras alternativas tradicionales Intención de adopción del servicio Frecuencia de uso futuro Intención de recomendación Confianza percibida Seguridad percibida
<b>Problema específico 4</b> ¿Cuál es el efecto de la confianza percibida en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?	<b>Objetivo específico 4</b> Determinar el efecto de la confianza percibida en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile	<b>Hipótesis específica 4</b> La confianza percibida tiene un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile	<b>Variable Mediadora</b> La confianza percibida <b>Variable dependiente</b> La intención de uso	Confianza percibida Seguridad percibida Confianza percibida Intención de adopción del servicio Frecuencia de uso futuro Intención de recomendación Riesgo percibido Incertidumbre de uso
<b>Problema específico 5</b> ¿Cuál es el efecto de los riesgos percibidos en la confianza de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile?	<b>Objetivo específico 5</b> Determinar el efecto de los riesgos percibidos en la confianza de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile	<b>Hipótesis específica 5</b> Los riesgos percibidos tienen un efecto negativo y significativo en la confianza de los usuarios de las billeteras digitales en Perú y Chile	<b>Variable independiente 3</b> Los riesgos percibidos <b>Variable Mediadora</b> La confianza percibida	Diferencia con las otras alternativas tradicionales Confianza percibida Seguridad percibida Confianza percibida Confianza en tecnología de las billeteras digitales

# **CAPÍTULO VII: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se presenta un detalle minucioso de la metodología empleada para el desarrollo del presente trabajo de investigación. Primero, se precisa el tipo de investigación que se realizó según distintos componentes, luego de esto, se detalla el perfil que posee la población y muestra que se desea alcanzar. Como tercer punto, se define cuál el instrumento o técnica de recolección de datos utilizado y, por último, se presenta el proceso de recolección de datos para el posterior análisis de los resultados encontrados en la investigación en campo.

## **7.1 Tipo de investigación**

En este punto se definen los tipos de investigación que se utilizaron en el presente estudio, los cuales fueron escogidos por su concordancia con los recursos con los que se cuenta para realizar la investigación, los objetivos trazados y la problemática que se desea abordar en el estudio.

### **7.1.1 Según la orientación**

Según la orientación, la investigación se cataloga como aplicada, ya que el estudio está orientado a alcanzar un nuevo conocimiento, el cual está destinado a permitir soluciones de problemas prácticos como es el conocer el grado de influencia de ciertos factores sobre la intención de uso de aplicativos de pago inmediato.

### **7.1.2 Según el alcance de la investigación**

De acuerdo con el alcance, el trabajo de investigación es correlacional, esto porque se busca conocer el grado de asociación o relación que existe entre las variables expuestas en el estudio, y a su vez, lograr establecer un grado de predicción, buscando así, obtener tanto asociaciones positivas como negativas en el estudio.

### **7.1.3 Según el diseño de la investigación**

El trabajo de investigación según su diseño está definido como cuantitativa no experimental, ya que no existe un manipuleo de variables por parte de los investigadores. Así mismo, la subdivisión de la investigación según su diseño es transversal correlacional, ya que las variables del estudio serán medidas una sola vez en un tiempo específico (en el año 2023), para posteriormente ser analizadas; sin embargo, no se ahondará en el análisis de la evolución de las variables en el tiempo, solo su relación.

### **7.1.4 Según la direccionalidad de la investigación**

La direccionalidad que posee la presente investigación es prospectiva, porque el fenómeno o problemática a estudiar tiene la causa enfocada en el presente y efecto situado en el futuro. En la actualidad es evidente el avance tecnológico que están significando las Fintech en el sector financiero, creciendo tanto en número de competidores como en número de consumidores de estos tipos de servicios virtuales. Es por ello que, se desea analizar e investigar cuál de las variables del estudio tiene un mayor grado de influencia en los consumidores de los 2 países en términos de su intención de uso futuro de las billeteras digitales.

### **7.1.5 Según el tipo de fuente de recolección de datos**

De acuerdo con el tipo de fuente de recolección de datos, la investigación es prolectiva, ya que la información que se necesite se obtiene con base en los criterios que los investigadores crean pertinentes, esto con el fin de alcanzar los objetivos planteados anteriormente en el estudio. En el caso del trabajo, se hizo con base en una encuesta que fue autoadministrada en la muestra para poder recolectar los datos necesarios.

## **7.2 Población, Muestra y Muestreo**

A continuación, se define a la población con todas sus características junto con el tamaño y justificación de la muestra elegida. Además, se analizan las técnicas e instrumento de recolección de todas en la presente investigación.

### 7.2.1 Población

Según Malhotra (2020), una población se refiere al conjunto de todos los elementos que comparten características en común dentro del mismo universo para fines de responder al problema de investigación. Para la presente investigación, la población determinada son los usuarios de las billeteras digitales de Perú y Chile.

De acuerdo con la cantidad de usuarios de aplicativos de pago inmediato en Perú y Chile, se prevé que la población asciende a 20 millones de usuarios aproximadamente (Statista, 2021c).

Considerando el tamaño de la población, la alternativa más conveniente en cuanto a tiempo y dinero es tomar una muestra representativa de la población. Por lo tanto, para la determinación del tamaño de la muestra se usará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$
$$n = \frac{(1.962)^2 * (0.5)(0.5)}{(0.05)^2}$$
$$n = 385$$

En donde,

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad de aceptación

q: Probabilidad de rechazo

E: Error de la muestra

Esto significa que, tomando en cuenta un nivel de confianza del 95% ( $Z=1.96$ ), un margen de error del 5% y una probabilidad de aceptación del 50%, se requiere como mínimo 385 encuestas para estudiar el vínculo entre las variables presentadas previamente (Malhotra, 2020, p.371).

## **7.2.2 Muestra**

En lo concerniente al método de muestreo, la muestra a utilizar es no probabilística. Esto significa que no existe una probabilidad específica que las personas encuestadas (unidad de análisis) sean seleccionadas. Por lo tanto, la muestra es definida en base al juicio del investigador.

A continuación, se exponen los tipos de muestreo que son utilizados:

- **Muestreo por conveniencia:** Este tipo de muestreo radica en encuestar a personas que se encuentren disponibles o dispuestas a llenar el cuestionario utilizado con la finalidad de que la unidad de análisis sea contactada para la encuesta de manera oportuna y convenientemente. Asimismo, este tipo de muestreo contribuye al ahorro en costos y tiempo durante la investigación, lo cual es ideal para una investigación expedita.
- **Muestreo por bola de nieve:** Este tipo de muestreo, también llamado muestreo por redes, busca que las personas que cumplan con el perfil de la unidad de análisis identifiquen a otras más que también sean representativas de la población. Esto, al igual que el muestreo por conveniencia, es de suma utilidad para el ahorro en costos, tiempo a lo largo de la investigación y funcionalidad de la plataforma digital en la que se desarrollará nuestro cuestionario. (Malhotra, 2022, p. 339).

## **7.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

En los siguientes párrafos, se puntualiza la técnica e instrumentos de recolección de datos que fueron utilizados para obtener los resultados más reales posibles, y para el procesamiento y análisis de los datos de la muestra.

### **7.3.1 Técnicas**

Al ser una investigación cuantitativa, el instrumento más apropiado para el estudio es la encuesta por su rápida y sencilla aplicación, rápido análisis y procesamiento de los datos obtenidos. Además, considerando la situación sanitaria actual debido al COVID-19 y el alcance de nuestro estudio, realizar una encuesta online es lo más recomendable y

favorable tanto para nosotros como para los participantes. Esto permite llegar a un mayor número de encuestados, mayor comodidad para los participantes y eliminar barreras geográficas, dejando como único requisito el acceso a internet desde cualquier dispositivo electrónico. Existen diferentes herramientas que permiten realizar cuestionarios en línea, para la presente investigación utilizaremos Google Forms.

### **7.3.2 Instrumentos**

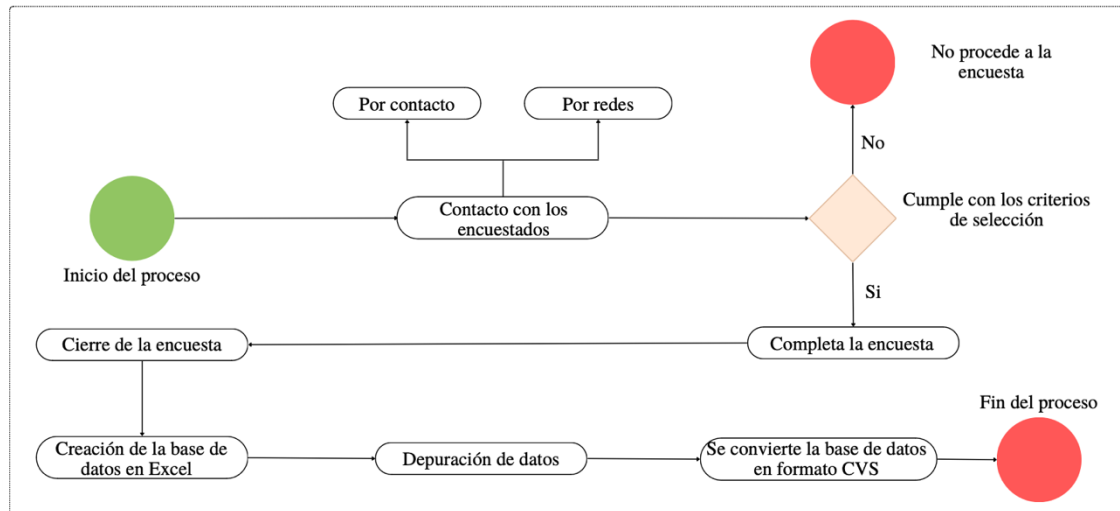
El instrumento utilizado para la recolección de datos de esta investigación es el cuestionario, el cual es autoadministrado por los encuestados. El cuestionario está conformado por (NN) preguntas. En la primera sección se informa al encuestado acerca de los objetivos del estudio, el tiempo aproximado que tarda en completarlo, se le solicita aceptar su participación y se recalca que los datos obtenidos son únicamente utilizados para fines de la investigación. Posteriormente, en la segunda sección se formulan preguntas sobre datos generales como la edad y género de los participantes, seguido de preguntas filtro que definen si los encuestados cumplen con los requisitos para ser parte de la población de estudio.

### **7.3.3 Proceso de recolección de datos**

El primer paso por realizar es diseñar la herramienta de recolección de datos, la cual en este caso es un cuestionario por medio de la herramienta Google Forms, por su buen manejo y características para poder tener la mejor difusión y recepción. Se sabe que, dado que el cuestionario es en línea, no se necesita un equipo de trabajo de campo. No obstante, los investigadores se encargaron de difundir el cuestionario a través de redes sociales con la ayuda de residentes de los países a los que se dirige la investigación, generando un mayor alcance.

**Figura 7.1**

*Flujograma de recolección de datos*



#### **7.4 Técnicas de análisis de datos**

El nivel de análisis debido al carácter cuantitativo del estudio y a que debe existir una coherencia con los objetivos y las hipótesis planteadas, se basa en técnicas estadísticas, que son necesarias para codificar y filtrar los resultados obtenidos, para esto, se utilizara la herramienta de Microsoft, la cual es la hoja de cálculo Excel, para que posteriormente, la base de datos recopilada, pase a ser procesada y analizada a través del programa estadístico Smart PLS.

Debido al alcance correlacional de la investigación; es decir que se debe medir el grado de relación entre las variables planteadas en el estudio, se utiliza el Modelo de Ecuaciones Estructurales de Mínimos Cuadrados Parciales (PLS-SEM), el cual es un método que busca medir variables de naturaleza dependientes o independientes y se caracteriza por su flexibilidad a comparación del método tradicional, esto significa que no es necesario seguir una estricta distribución de datos o alguna escala de medición (Martínez y Fierro, 2018).

Para realizar los análisis de las variables primero se debe exportar la base de datos que arrojó el instrumento de medición al programa estadístico Smart PLS, iniciando el proceso con gráfico del modelo de la investigación elaborado en capítulos anteriores donde se conectan las variables del estudio, el siguiente paso es calcular el algoritmo PLS el cual genera las cargas factoriales de cada uno de los indicadores para luego

evaluar el modelo de investigación en base a 2 modelos: de medida reflectivo y de medida formativo.

El software de Smart PLS genera un índice de fiabilidad compuesta (IFC) y el alfa de *Cronbach*. Cabe resaltar que la fiabilidad compuesta se considera más adecuada que el alfa de *Cronbach* para PLS, ya que no asume que todos los indicadores reciben la misma ponderación. Se validan los indicadores cuando estos poseen un valor mínimo de 0.7, el cual se considera un nivel modesto principalmente en investigaciones exploratorias, por ende, los indicadores que posean cargas menores al número expuesto anteriormente deben ser eliminados, y los valores de 0.8 o 0.9 se consideran en etapas más avanzadas de la investigación. (Martínez y Fierro, 2018).

Es de carácter relevante el analizar la validez convergente, para esto se necesita considerar la Varianza Media Extraída de cada uno de los constructos. Se debe obtener un valor que sea mayor a 0.5, ya que esto significa que el constructo comparte 50% de varianza con sus indicadores. Asimismo, se necesita considerar el nivel de significancia de cada relación. Se debe obtener un valor inferior a 0.01 para que la relación se considere de carácter significativo. (Martínez y Fierro, 2018).

## **CAPÍTULO VIII: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS CUANTITATIVOS**

En el presente capítulo, se presentaron los resultados obtenidos en la investigación de campo mediante tablas y figuras. Seguidamente, se llevó a cabo un análisis exhaustivo de dichos resultados con el fin de verificar la validez del modelo propuesto. Además, se estableció una comparación rigurosa entre estos hallazgos y los antecedentes investigados y la teoría desarrollada en los capítulos precedentes. Por último, se contrastaron los resultados con las hipótesis formuladas, lo cual permitió determinar su aceptación o rechazo respectivo.

### **8.1 Presentación de resultados**

El trabajo de campo se llevó a cabo mediante la recopilación de datos de una muestra no probabilística utilizando un cuestionario. Se logró recopilar un total de 404 encuestas, de las cuales se validaron 286. La distribución de la muestra se presentó de la siguiente manera:

**Tabla 8.1**

*Distribución de la muestra*

<b>Variable demográfica</b>	<b>Categoría</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Edad	De 18 a 25 años	47.4
	De 26 a 35 años	20.6
	De 36 a 50 años	24.8
	Mayor de 50 años	6.90
Género	Femenino	38.6
	Masculino	59.2
	Prefiero no decirlo	2.3
Nacionalidad	Perú	52.4
	Chile	47.6

A continuación, se presenta los resultados que han sido previamente procesados utilizando el software SPSS. Con el fin de facilitar su comprensión, se han organizado de acuerdo con cada una de las variables que conforman el modelo propuesto.

### **8.1.1 Influencia social, confianza percibida, beneficios y riesgos percibidos en la intención de uso**

Para presentar los datos o resultados cuantitativos de la hipótesis general, se deben mostrar los resultados hallados por cada hipótesis específica planteada con anterioridad. Esto se hará primero presentando el grado de dependencia o relación, y las similitudes o diferencias entre las variables.

El grado de dependencia o relación de las dimensiones se mide por el cálculo del estadístico de prueba Chi-cuadrado. De acuerdo con Colquhoun (2017), para que se compruebe la dependencia de las dimensiones, el valor de  $p$  deberá ser mayor a 0 ( $>0$ ).

Por otro lado, las similitudes o diferencias entre las variables e individuos representados en dimensiones de menor valor se pueden observar a través del cálculo del coeficiente de correlación de Spearman. Se debe considerar el nivel de significancia entre cada relación de variables, que de acuerdo con Colquhoun (2017), para que la relación entre las mismas se considere muy significativa, el valor de  $p$  deberá ser inferior a 0.01, ya que si es  $<0.05$  la hipótesis de significación se rechaza.

Por último, la fiabilidad del modelo y sus dimensiones se evalúa a través del Alfa de Cronbach, cuyos valores deben oscilar entre 0.70 y 0.90 para poder afirmar que el modelo del estudio presenta una buena consistencia interna (Hair et al., 2021).

**Tabla 8.2**

*Alfa de Cronbach*

<b>Dimensión</b>	<b>Alfa de Cronbach</b>
INF	0.829
BEN	0.837
RIP	0.792
COP	0.841
INT	0.833

### 8.1.2 Influencia social e intención de uso

**Figura 8.1**

*Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 1: Influencia social e intención de uso*

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	186.398 <sup>a</sup>	12	<.001
Razón de verosimilitud	103.355	12	<.001
Asociación lineal por lineal	76.182	1	<.001
N de casos válidos	286		

*Nota.* El P-value de la prueba Chi-cuadrado (<.001) es menor al nivel de error de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de dependencia entre la influencia social y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

**Figura 8.2**

*Correlación bilateral de la hipótesis 1: Influencia social e intención de uso*

#### Correlaciones

			Influencia social	Intencion de Uso
Rho de Spearman	Influencia social	Coefficiente de correlación	1.000	.512**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	286	286
	Intencion de Uso	Coefficiente de correlación	.512**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	286	286

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* El P-value del coeficiente de correlación de Spearman bilateral (<.001) es menor al nivel de significación de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de influencia entre las variables influencia social y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

**Figura 8.3**

*Correlación unilateral de la hipótesis 1: Influencia social e intención de uso*

<b>Correlaciones</b>			Influencia social	Intencion de Uso
Rho de Spearman	Influencia social	Coefficiente de correlación	1.000	.512**
		Sig. (unilateral)	.	<.001
		N	286	286
	Intencion de Uso	Coefficiente de correlación	.512**	1.000
		Sig. (unilateral)	<.001	.
		N	286	286

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

*Nota.* El coeficiente de correlación de Spearman unilateral (0.512) el cual es un valor positivo, lo que indicaría que hay un grado de correlación fuerte y positiva entre las variables influencia social y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

### 8.1.3 Beneficio e intención de uso

**Figura 8.4**

*Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 2: Beneficios e intención de uso*

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	380.693 <sup>a</sup>	12	<.001
Razón de verosimilitud	124.982	12	<.001
Asociación lineal por lineal	105.334	1	<.001
N de casos válidos	286		

*Nota.* El P-value de la prueba Chi-cuadrado (<.001) es menor al nivel de error de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de dependencia entre los beneficios y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

### Figura 8.5

Correlación bilateral de la hipótesis 2: Beneficios e intención de uso

Correlaciones			Beneficios	Intencion de Uso
Rho de Spearman	Beneficios	Coefficiente de correlación	1.000	.546**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	286	286
	Intencion de Uso	Coefficiente de correlación	.546**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	286	286

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Nota. El P-value del coeficiente de correlación de Spearman bilateral (<.001) es menor al nivel de significación de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de influencia entre los beneficios y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

### Figura 8.6

Correlación unilateral de la hipótesis 2: Beneficios e intención de uso

Correlaciones			Intencion de Uso	Beneficios
Rho de Spearman	Intencion de Uso	Coefficiente de correlación	1.000	.546**
		Sig. (unilateral)	.	<.001
		N	286	286
	Beneficios	Coefficiente de correlación	.546**	1.000
		Sig. (unilateral)	<.001	.
		N	286	286

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

Nota. El coeficiente de correlación de Spearman unilateral (0.546) el cual es un valor positivo, lo que indicaría que hay un grado de correlación fuerte y positiva entre los beneficios y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

### 8.1.4 Riesgos percibidos e intención de uso

**Figura 8.7**

*Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 3: Riesgos percibidos e intención de uso*

**Pruebas de chi-cuadrado**

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	56.747 <sup>a</sup>	12	<.001
Razón de verosimilitud	44.615	12	<.001
Asociación lineal por lineal	6.651	1	.010
N de casos válidos	286		

*Nota.* El P-value de la prueba Chi-cuadrado (<.001) es menor al nivel de error de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de dependencia entre el riesgo percibido y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

**Figura 8.8**

*Correlación bilateral de la hipótesis 3: Riesgos percibidos e intención de uso*

**Correlaciones**

			Riesgos percibidos	Intencion de Uso
Rho de Spearman	Riesgos percibidos	Coeficiente de correlación	1.000	-.094
		Sig. (bilateral)	.	.111
		N	286	286
	Intencion de Uso	Coeficiente de correlación	-.094	1.000
		Sig. (bilateral)	.111	.
		N	286	286

*Nota.* El P-value del coeficiente de correlación de Spearman bilateral (0.111) es mayor al nivel de significación de la muestra (0.05), lo que no confirmaría un alto grado de influencia entre el riesgo percibido y la intención de uso. No se rechaza la hipótesis nula H0.

### Figura 8.9

Correlación unilateral de la hipótesis 3: Riesgos percibidos e intención de uso

		Correlaciones		
			Riesgos percibidos	Intencion de Uso
Rho de Spearman	Riesgos percibidos	Coefficiente de correlación	1.000	-.094
		Sig. (unilateral)	.	.056
		N	286	286
	Intencion de Uso	Coefficiente de correlación	-.094	1.000
		Sig. (unilateral)	.056	.
		N	286	286

Nota. El coeficiente de correlación de Spearman unilateral (-.094) el cual es un valor negativo, lo que indicaría que hay un no hay un grado de correlación fuerte y negativa entre el riesgo percibido y la intención de uso. No se rechaza la hipótesis nula H0.

### 8.1.5 Confianza percibida e intención de uso

### Figura 8.10

Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 4: Confianza percibida e intención de uso

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	306.410 <sup>a</sup>	12	<.001
Razón de verosimilitud	163.588	12	<.001
Asociación lineal por lineal	134.709	1	<.001
N de casos válidos	286		

Nota. El P-value de la prueba Chi-cuadrado (<.001) es menor al nivel de error de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de dependencia entre la confianza percibida y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

**Figura 8.11**

*Correlación bilateral de la hipótesis 4: Confianza percibida e intención de uso*

			Confianza percibida	Intencion de Uso
Rho de Spearman	Confianza percibida	Coefficiente de correlación	1.000	.626**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	286	286
	Intencion de Uso	Coefficiente de correlación	.626**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	286	286

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* El P-value del coeficiente de correlación de Spearman bilateral (<.001) es menor al nivel de significación de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de influencia entre la confianza percibida y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1..

**Figura 8.12**

*Correlación unilateral de la hipótesis 4: Confianza percibida e intención de uso*

			Confianza percibida	Intencion de Uso
Rho de Spearman	Confianza percibida	Coefficiente de correlación	1.000	.626**
		Sig. (unilateral)	.	<.001
		N	286	286
	Intencion de Uso	Coefficiente de correlación	.626**	1.000
		Sig. (unilateral)	<.001	.
		N	286	286

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

*Nota.* El coeficiente de correlación de Spearman unilateral (0.626) el cual es un valor positivo, lo que indicaría que hay un grado de correlación fuerte y positiva de influencia positiva entre la confianza percibida y la intención de uso. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

### 8.1.6 Riesgos percibidos y la confianza de los usuarios

**Figura 8.13**

*Prueba Chi-cuadrado de la hipótesis 5: Riesgos percibidos y confianza de los usuarios*

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	185.993 <sup>a</sup>	108	<.001
Razón de verosimilitud	141.635	108	.017
Asociación lineal por lineal	2.997	1	.083
N de casos válidos	286		

*Nota.* El P-value de la prueba Chi-cuadrado (<.001) es menor al nivel de error de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de dependencia entre el riesgo percibido y la confianza de los usuarios. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

**Figura 8.14**

*Correlación bilateral de la hipótesis 5: Riesgos percibidos y confianza de los usuarios*

			Confianza percibida	Riesgos percibidos
Rho de Spearman	Confianza percibida	Coefficiente de correlación	1.000	-.260**
		Sig. (bilateral)	.	<.001
		N	286	286
	Riesgos percibidos	Coefficiente de correlación	-.260**	1.000
		Sig. (bilateral)	<.001	.
		N	286	286

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.* El P-value del coeficiente de correlación de Spearman bilateral (<.001) es menor al nivel de significación de la muestra (0.05), lo que mostraría que hay un grado de influencia entre el riesgo percibido y la confianza de los usuarios. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

**Figura 8.15**

*Correlación unilateral de la hipótesis 5: Riesgos percibidos y confianza de los usuarios*

<b>Correlaciones</b>			<b>Confianza percibida</b>	<b>Riesgos percibidos</b>
<b>Rho de Spearman</b>	<b>Confianza percibida</b>	<b>Coefficiente de correlación</b>	1.000	-.260**
		<b>Sig. (unilateral)</b>	.	<.001
		<b>N</b>	286	286
	<b>Riesgos percibidos</b>	<b>Coefficiente de correlación</b>	-.260**	1.000
		<b>Sig. (unilateral)</b>	<.001	.
		<b>N</b>	286	286

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (unilateral).

*Nota.* El coeficiente de correlación de Spearman unilateral (-.260) el cual es un valor negativo, lo que indicaría que hay un grado de correlación leve y negativa entre el riesgo percibido y la confianza de los usuarios. Se rechaza la hipótesis nula H0, aceptando la hipótesis alterna H1.

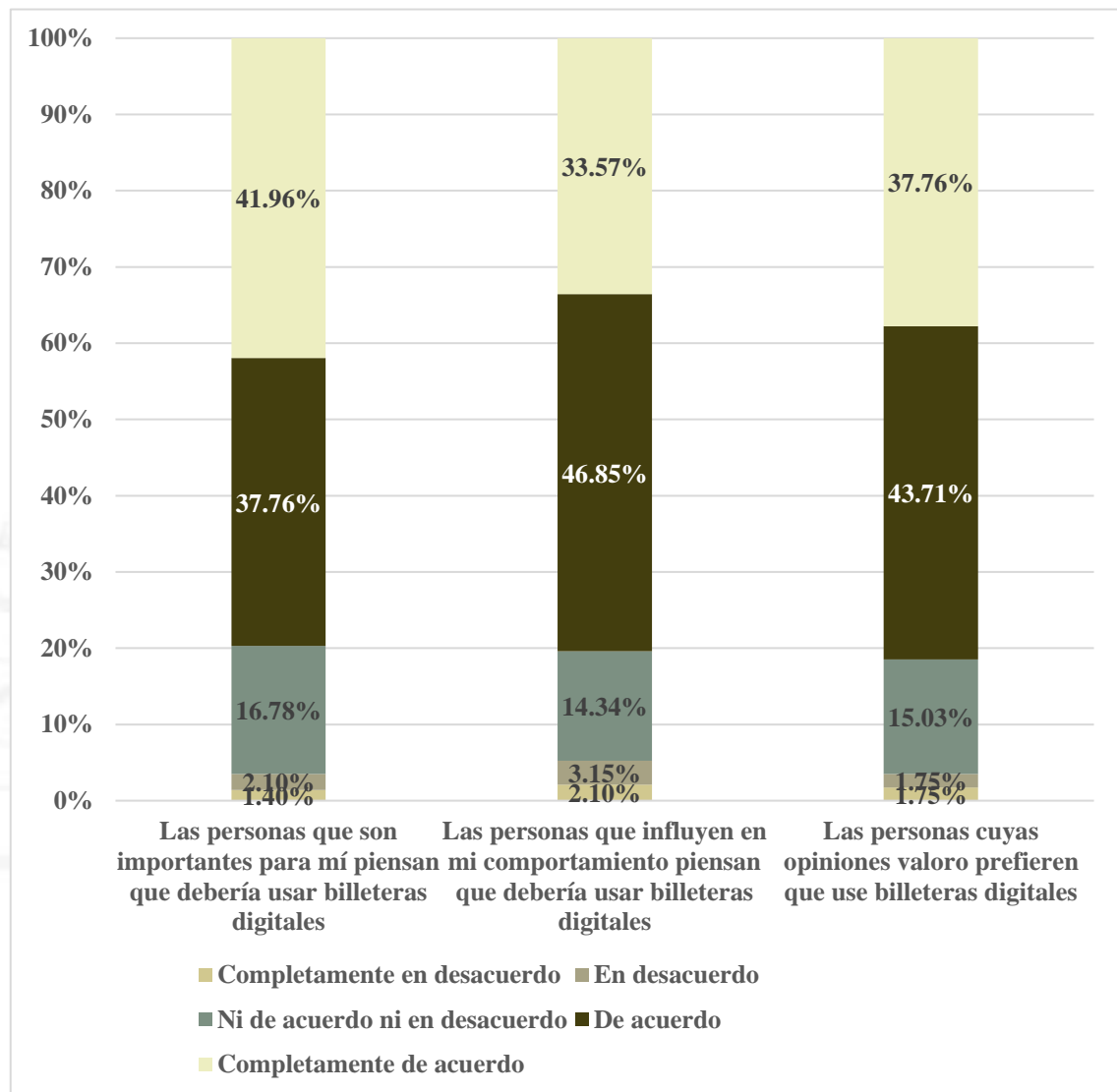
A continuación, se presenta los resultados que han sido previamente procesados utilizando el software SPSS. Con el fin de facilitar su comprensión, se han organizado de acuerdo con cada una de las variables que conforman el modelo propuesto.

### **8.1.7 Influencia Social (INF)**

La siguiente figura muestra el nivel de acuerdo o desacuerdo para cada uno de los ítems correspondientes a la variable Influencia Social. Estos ítems determinan la influencia de las personas más cercanas, las que influyen en el comportamiento, cuyas opiniones son valoradas por parte de los encuestados respecto al uso de billeteras digitales.

**Figura 8.26**

*Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable INF*



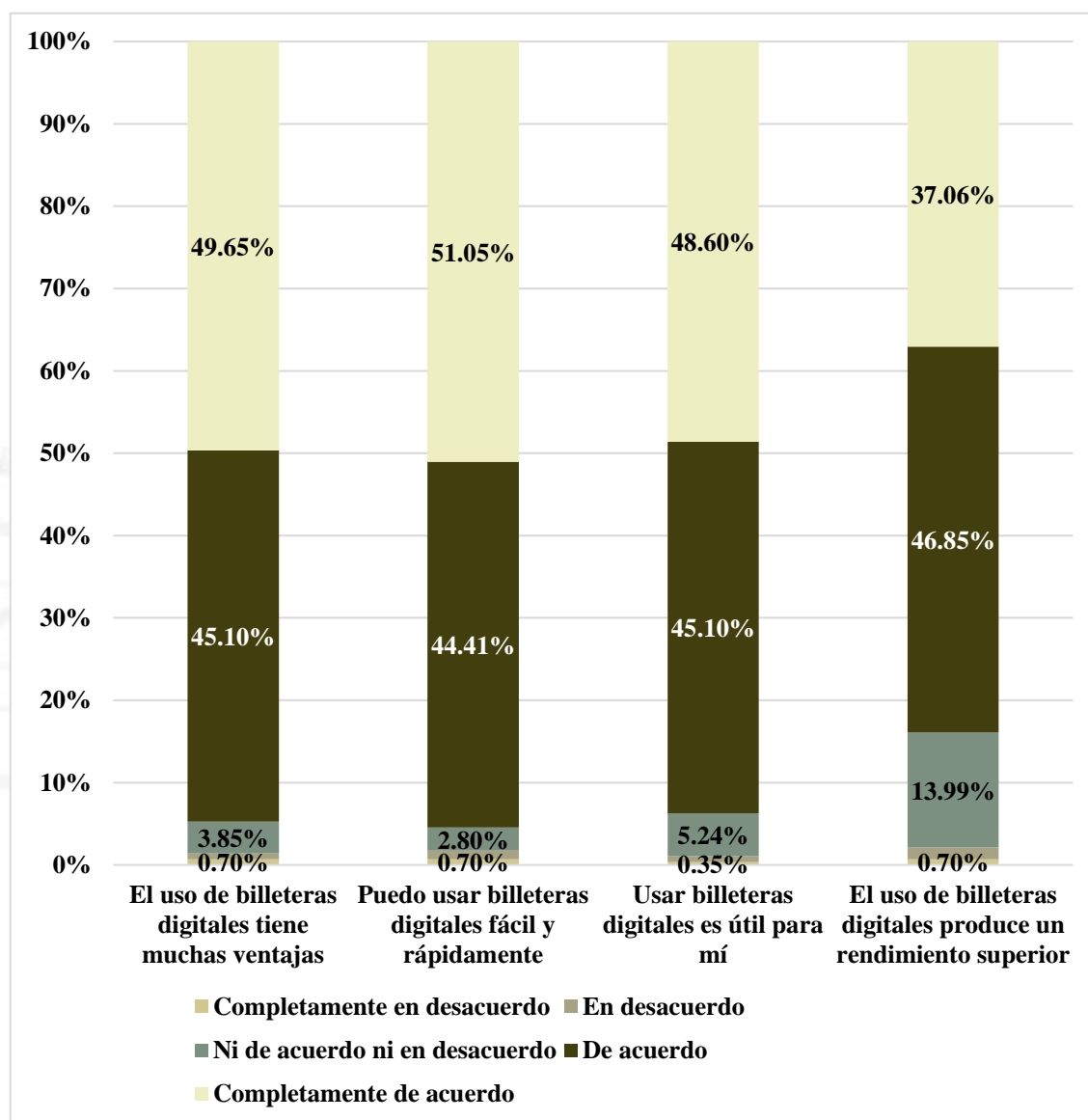
En el apartado de anexos del 2 al 4, se presenta en secuencia cada uno de los ítems, junto con el análisis de la distribución de las respuestas en función del género, edad y nacionalidad.

### 8.1.8 Beneficios (BEN)

La figura 8.17 muestra el nivel de acuerdo o desacuerdo para cada uno de los ítems correspondientes a la variable Beneficios (BEN). Estos miden el nivel de ventajas percibidas en el uso de Fintech, el nivel de la facilidad y rapidez de las Fintech, el nivel de utilidad de las Fintech y la percepción de su rendimiento.

**Figura 8.17**

*Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable BEN*



*Nota.* El primer ítem hace referencia a la dimensión: ventajas. El segundo ítem hace referencia a la dimensión: facilidad y rapidez. El tercer ítem hace referencia a la dimensión: utilidad. El cuarto ítem hace referencia a la dimensión: rendimiento.

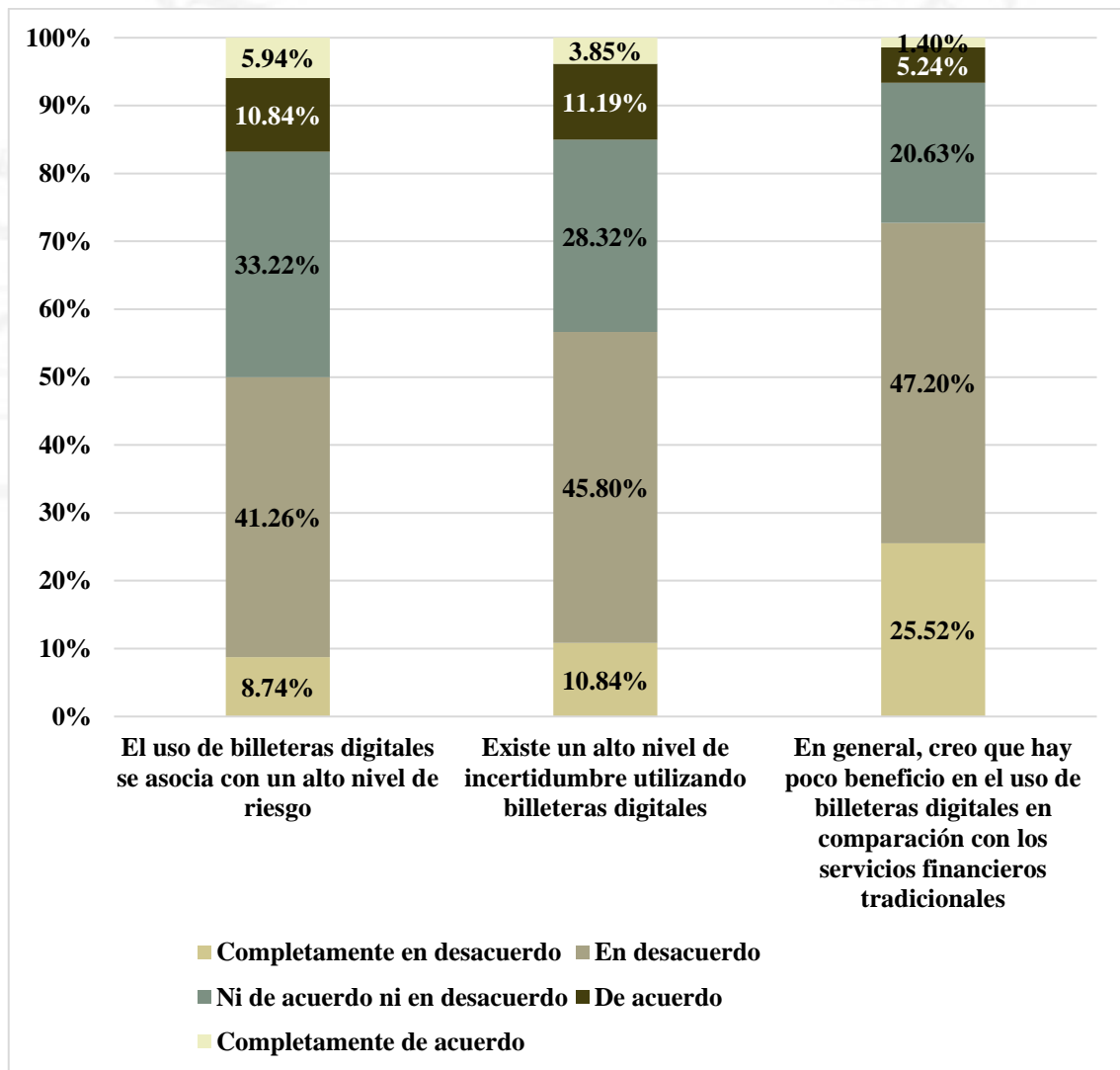
En los anexos 5 al 8 se visualiza la representación gráfica de la distribución de respuestas de cada ítem por género, edad y nacionalidad.

### 8.1.9 Riesgos Percibidos (RIP)

La percepción de los riesgos al usar las billeteras digitales se ven reflejadas en el nivel de acuerdo o desacuerdo plasmado en la figura 8.18. Los ítems de la variable Riesgos Percibidos (RIP) se establecieron en función a la asociación con un nivel de riesgo, alto nivel de incertidumbre y la comparación con los servicios financieros tradicionales.

**Figura 8.18**

*Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable RIP*



*Nota.* Cada ítem hace referencia a las dimensiones de la variable Riesgos Percibidos (RIP): asociación con nivel de riesgo, incertidumbre y comparación con servicios financieros tradicionales.

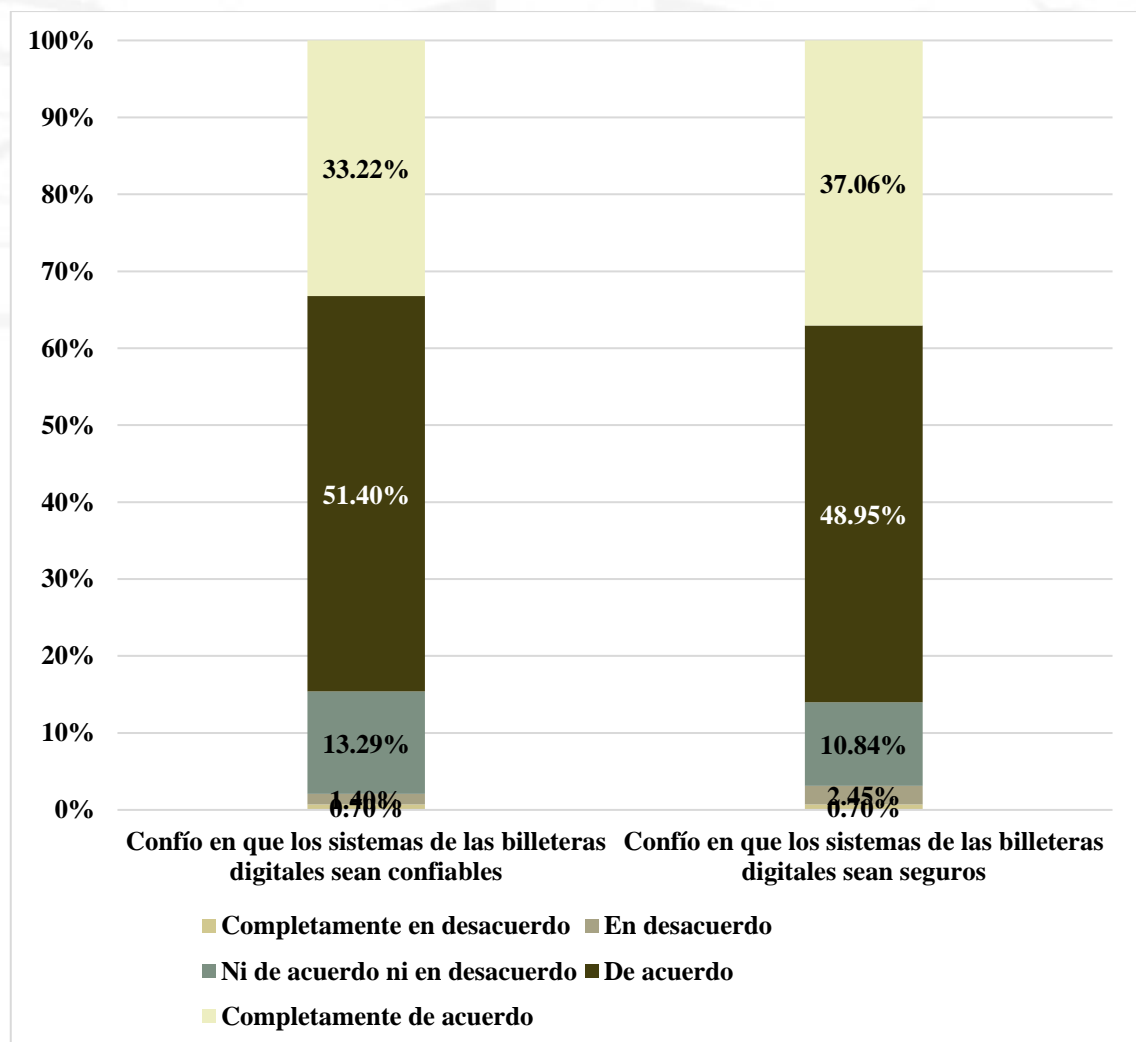
A continuación, en los anexos del 9 al 11 se presenta de manera secuencial las figuras que ilustran cada uno de los ítems correspondientes a la variable RIP, considerando la distribución de sus respuestas en función al género, edad y nacionalidad.

### 8.1.10 Confianza Percibida (COP)

La figura 8.19 muestra el nivel de acuerdo o desacuerdo para cada uno de los ítems correspondientes a la variable Confianza Percibida (COP). Estos miden el nivel de confianza y seguridad de los sistemas implementados por las Fintech.

**Figura 8.19**

*Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable COP*



*Nota.* Cada ítem hace referencia a las dimensiones de la variable Confianza Percibida (COP): seguridad y confianza percibida por los sistemas Fintech.

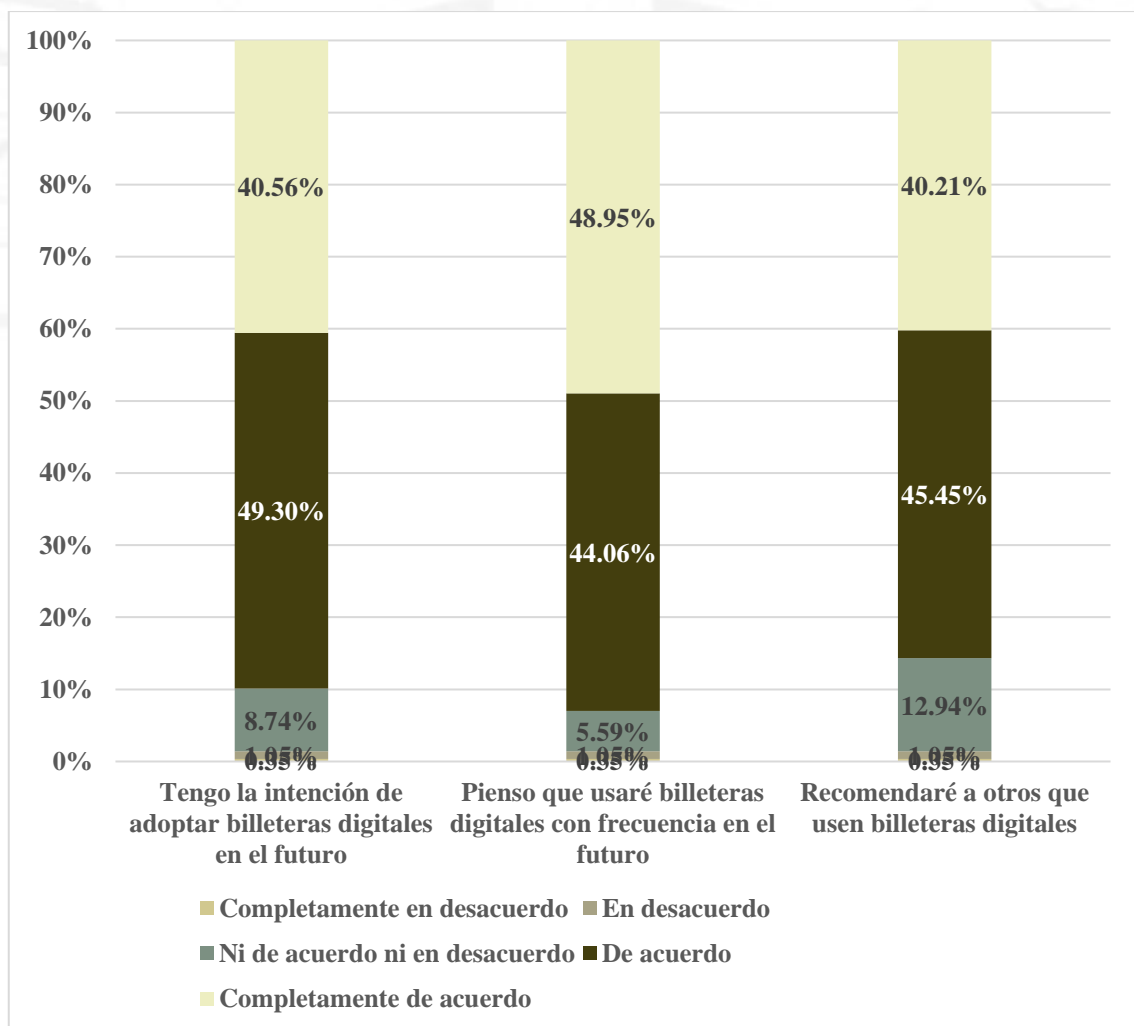
A continuación, en los anexos 12 y 13 se muestran las respuestas de cada ítem distribuidas por edad, sexo y nacionalidad.

### 8.1.11 Intención de Uso (INT)

A continuación, la siguiente figura muestra el nivel de acuerdo o desacuerdo para cada uno de los ítems correspondientes a la variable Intención de Uso (INT). Estos miden la consideración de la adopción, frecuencia y recomendación de uso de billeteras digitales a futuro.

**Figura 8.20**

*Nivel de acuerdo o desacuerdo para ítems de la variable INT*



*Nota.* Cada ítem hace referencia a las dimensiones de la variable Intención de Uso (INT): adopción, frecuencia y recomendación de uso de billeteras digitales a futuro.

### 8.1.12 Método PLS-SEM

A continuación, se presenta un análisis del estudio de nivel estadístico según el modelo de investigación propuesto en el capítulo 6, considerando el método PLS-SEM. Los datos encontrados permiten realizar el análisis factorial, evaluación de fiabilidad, nivel de significancia y validez de las hipótesis planteadas en el trabajo de investigación.

En primer lugar, el análisis factorial permite establecer la correlación que existe entre una variable y un factor. Es fundamental que los valores de cada carga factorial sean superiores a 0.70 e inferiores a 0.90, con el objetivo de cumplir los criterios de aceptación (Hair et al., 2011).

**Tabla 8.3**

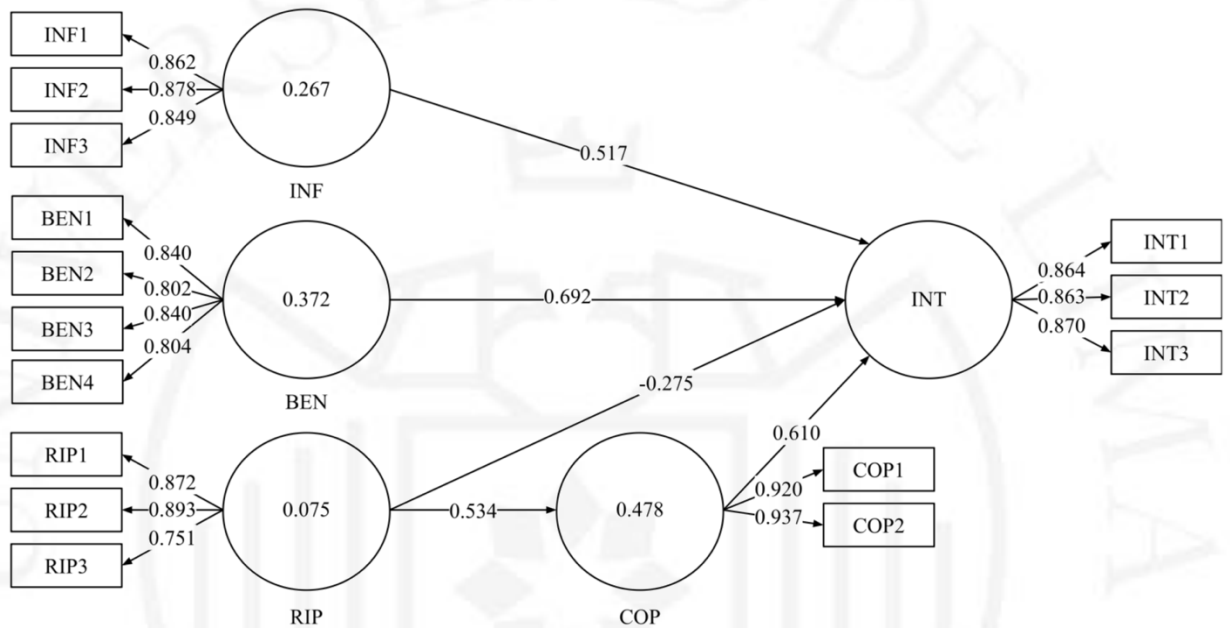
*Cargas factoriales del modelo propuesto*

Variable	Factor	Ítem	Carga Factorial
Influencia Social (INF)	INF1	Las personas que son importantes para mí piensan que debería usar Fintech	0.862
	INF2	Las personas que influyen en mi comportamiento piensan que debería usar Fintech	0.878
	INF3	Las personas cuyas opiniones valoro prefieren que use Fintech	0.849
Beneficios (BEN)	BEN1	El uso de Fintech tiene muchas ventajas	0.840
	BEN2	Puedo usar Fintech fácil y rápidamente	0.802
	BEN3	Usar billeteras digitales es útil para mí	0.840
	BEN4	Estos aplicativos cuentan con un rendimiento superior	0.804
Riesgos Percibidos (RIP)	RIP1	El uso de Fintech se asocia con un alto nivel de riesgo	0.872
	RIP2	Existe un alto nivel de incertidumbre utilizando Fintech	0.893
	RIP3	En general, creo que hay poco beneficio en el uso de billeteras digitales en comparación con los servicios financieros tradicionales	0.751
Confianza Percibida (COP)	COP1	Confío en que los sistemas Fintech sean confiables	0.920
	COP2	Confío en que los sistemas Fintech sean seguros	0.937
Intención de Uso (INT)	INT1	Tengo la intención de adoptar Fintech en el futuro	0.864
	INT2	Pienso que usaré Fintech con frecuencia en el futuro	0.863
	INT3	Recomendaré a otros que usen billeteras digitales	0.870

Para una mejor comprensión, la figura 8.21 muestra la descripción gráfica del Modelo PLS-SEM. Se pueden observar los coeficientes de ruta que existen entre las variables, así como los coeficientes de determinación de las variables dependientes y las cargas factoriales que conectan cada factor con su respectiva variable.

**Figura 8.21**

*Modelo PLS-SEM*



## 8.2 Análisis de resultados

El apartado de análisis de resultados profundiza en los hallazgos obtenidos de encuestas aplicadas a personas mayores de 18 años de los países de Perú y Chile. En este capítulo se compara la literatura previamente mencionada en el capítulo de antecedentes, con los resultados del estudio, destacando las similitudes y diferencias encontradas de manera exhaustiva.

### 8.2.1 Influencia social e intención de uso

La influencia social tiene un efecto directo en la intención de uso, dado que posee un coeficiente de correlación Spearman bilateral de 0.512 con un p-value de 0.01 lo que confirma la influencia positiva de la dimensión INF sobre la dimensión INT. Esto lo

afirma Al nawayseh (2020), cuando establece que la intención de uso considera aspectos de influencia social a la hora de la decisión de los usuarios, esto se condice de cara a los resultados del trabajo de campo que indica la figura 8.16, donde se puede observar que la mayor parte de la población en ambos países, consideraban que estaban de acuerdo con los enunciados del cuestionario que alegaban el efecto directo de la dimensión INF sobre la INT.

Otro de los resultados más concretos de los reactivos obtenidos en la aplicación del cuestionario que demuestran la validez de la hipótesis planteada: La influencia social tiene un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile, es que el 80% de la población de la muestra afirma estar de acuerdo con que las personas de su entorno que más influyen en su comportamiento cotidiano, alegan que debería utilizar este tipo de aplicativos Fintech, lo que genera que a su vez, casi el 90% de los encuestados afirme que tiene la intención de adoptar billeteras digitales en el futuro cercano.

La edad del consumidor también denota el grado en el que la variable INT influye en la variable INT, esto se puede observar en el gráfico 8.18, donde el 93% de la población ubicada en las edades de 18 a 25 años se encuentra de acuerdo con que las personas que influyen en su comportamiento creen que deberían usar estos aplicativos, a diferencia de las personas en un rango de edad de 36 a 50 años, quienes solo cuentan con un 61% de población de acuerdo con el enunciado. Por otro lado, son también los jóvenes en el rango de 18 a 25 años los que afirman en un 94%, y los de 26 a 35 años los que afirman en un 84% que generarán recomendaciones positivas a las personas de su entorno para que adopten este tipo de aplicativos en su vida, mientras que solo el 75% de las personas de 36 años a 50 y el 67% de personas mayores a 50, generarían este tipo de recomendaciones, lo cual demuestra que, a pesar de no tener porcentajes tan bajos, las personas mayores tienden a sucumbir menos ante la influencia social y por ende no la generan tanto a comparación de la gente más joven. Por su parte, Nguyen (2022) ratifica al primer atributo de la variable, dado que demuestra en su estudio que los clientes de servicios Fintech no basan su consumo de los mismos, en el grado de conocimiento real sobre el sector financiero que posee, puesto que si no, las personas adultas, quienes cuentan con mayor experiencia en consumo y conocimiento sobre el funcionamiento de la banca tradicional, tendrían mayores niveles de consumo tecnología financiera, más, sin

embargo, se genera un suceso adverso, ya que es la gente joven quienes demuestran mayor uso de estos servicios financieros, porque estos cuentan con mayor interés por lo tecnológico, debido a la influencia y el avance de la sociedad, lo cual los inmerge a estar más conectados entre sí.

Otro punto clave en la variable de influencia social, es el grado de individualismo que presenta cada país, según plantea Hofstede (2022), tanto Perú como Chile son países que demuestran un alto grado de colectivismo, es decir, la población de estos países tienen un pensamiento más integrado, y por ende tienden a seguir tendencias u opiniones de las personas rodean su círculo cercano, lo que se puede demostrar en la pregunta sobre la influencia del entorno en el comportamiento de uso de estos aplicativos, donde efectivamente, Chile con 92% y Perú con 67% afirman estar de acuerdo con el enunciado, lo que comprueba que los miembros de estos países guían sus compartimientos y acciones, en este caso el usar las billeteras digitales, de acuerdo a la influencia de la sociedad.

Por último, un valor adicional que comprueba la primera hipótesis del trabajo en cuestión, como se mencionó al inicio del punto 8.2.1, es El P-value ( $<.001$ ) que se obtuvo del coeficiente de correlación de Spearman unilateral, el cual es menor al nivel de significación de la muestra (0.05), lo que significa que se rechaza  $H_0$  aceptando  $H_1$  el cual afirmarí que existe un alto grado de influencia positiva entre la influencia social sobre la intención de uso de estos aplicativos Fintech. En este mismo coeficiente se puede comprobar que la correlación entre las variables es fuerte y positiva, ya que se tiene un coeficiente con valor de 0.512, el cual es un número más próximo a 1, sabiendo que coeficientes de 0.5 a 0.7 tienden a ser significativos.

### **8.2.2 Beneficio e intención de uso**

Los resultados obtenidos en el estudio desarrollado no difieren con la hipótesis planteada: Los beneficios tienen un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las billeteras digitales en Perú y Chile.

Por un lado, el primer valor que comprueba la segunda hipótesis del trabajo en cuestión es El P-value ( $<.001$ ) que se obtuvo del coeficiente de correlación de Spearman bilateral, el cual es menor al nivel de significación de la muestra (0.05), lo que significa

nuevamente que se rechaza H0 aceptando la H1 el cual afirmarí que existe una fuerte correlación entre los beneficios que ofrecen estos tipos de aplicativos financieros sobre la intención de uso de los clientes Fintech. En este mismo coeficiente, de manera unilateral se puede comprobar que la correlación entre las variables es fuerte y positiva, ya que se obtiene un Spearman con valor de 0.546 el cual es un número más próximo a 1, sabiendo, como ya se mencionó, que coeficientes que van de 0.5 a 0.7 tienden a ser muy significativo.

Los resultados obtenidos a base de esta hipótesis, concuerda con lo que expone Al nawayseh (2020), quien recalca en su estudio, que las innovaciones que ofrecen las Fintech generan beneficios en todas las diversas transacciones financieras móviles haciéndolas más rentables, convenientes y transparentes, por lo tanto, los servicios tecnológico de las Fintech brinda muchos beneficios que hacen más atractivos a estos aplicativos ante los ojos de posibles clientes y usuarios, generando como resultado una interacción tecnológica positiva. Por ende, el autor plantea en su estudio, que entre mayor sea el grado en que los clientes creen que estos sistemas tecnológicos financieros son útiles, fáciles de usar y prácticos, mayor será la influencia en su intención de usar este tipo de aplicativos, lo cual se comprueba o reafirma en este trabajo académico.

Otro resultado que se puede rescatar del trabajo de campo es que el 95% del público entrevistado del total de países, afirma que el utilizar billeteras digitales tiene muchas ventajas, es decir, la gran mayoría de población de la muestra tiene una percepción positiva del uso de estos aplicativos gracias a los beneficios que consideran que ofrecen este tipo de Fintech. Se sabe también, por datos obtenidos en el cuestionario, que el 96% de la población afirma que Puedo usar Fintech de manera fácil y rápidamente, esto según la investigación de Rentería et al. (2022), se debe a que a diferencia de la banca tradicional, la implementación del servicio Fintech sin necesidad de la presencialidad, la desaparición de intermediarios financieros y la automatización de los servicios, permiten que las empresas que trabajan con esta tecnología, se enfoquen en mejorar sus aplicativos financieros para servir de manera más adecuada a sus clientes y así poder influir a que estos clientes prefieran escoger sus servicios tecnológicos sobre los que se ofrece en la banca tradicional.

En cuanto a la percepción de beneficios según los países del presente estudio, de acuerdo con los resultados del cuestionario, el 98% de los chilenos entrevistados

afirmaron que el uso de billeteras digitales presenta muchas ventajas, mientras que en Perú fue el 91% de la población, quienes estuvieron de acuerdo con el enunciado. Respecto a la edad, según el trabajo de campo, son los jóvenes quienes tienen una mayor percepción de los beneficios que ofrecen las billeteras digitales, ya que aproximadamente el 98% de las personas entre 18 a 25 años afirmaron que estos aplicativos tienen muchas ventajas y que se pueden usar de manera rápida y fácil, mientras que en la población más adulta mayores a 50 solo el 80% se encuentra de acuerdo con estas afirmaciones, esto se puede deber a, como lo explica Nguyen (2022), las personas más jóvenes se consideran nativos tecnológicos, ya que han crecido en un ambiente más interconectado y su adaptabilidad a la tecnología es por consecuencia más rápida, mientras que las personas mayores han tenido aprender a ajustarse a estos cambios y por ende su proceso es un poco más lento y su percepción de los beneficios no es tan amplia, aunque el rango de diferencia entre los resultados de las jerarquías de edades no es tan extenso, esto quiere decir, que a pesar de la desigualdad en el nivel de la adaptabilidad, los beneficios que ofrecen las billeteras digitales son muy perceptibles ante sus clientes y usuarios.

Por último, se observa mediante el análisis factorial del modelo propuesto de PLS SEM, que se cumple con los criterios de aceptación en dicho modelo, dado que la correlación entre la variable de beneficios y sus dimensiones tienen cargas factoriales que van entre 0.802 y 0.840, superando el valor mínimo de 0.7, siendo las dimensiones más importantes por su mayor carga factorial, las BEN1 y BEN3, que hablan sobre que los aplicativos presentan muchas ventajas y son muy útiles para los consumidores.

### **8.2.3 Riesgos percibidos e intención de uso**

Los resultados obtenidos en el estudio desarrollado difieren con la hipótesis planteada: Los riesgos percibidos tienen un efecto negativo y significativo en la intención de uso de los clientes de las aplicaciones billeteras digitales en Perú y Chile

Por un lado, uno de los primeros resultados que niega la tercera hipótesis planteada en este trabajo de investigación, es El P-value que se obtuvo del coeficiente de correlación de Spearman bilateral, el cual es 0.111, un valor mayor al nivel de significación de la muestra que es 0.05, lo que significa que se no se puede rechazar  $H_0$ , el cual negaría la existencia de una fuerte correlación entre los riesgos percibidos en los

aplicativos Fintech sobre la intención de uso de los clientes Fintech. Adicionalmente, con este mismo coeficiente, ahora de manera unilateral, se puede comprobar que no hay una correlación entre las variables fuerte y negativa, ya que se obtiene un Spearman con valor de -0.094 el cual es un número más próximo a -1, lo que indicaría una correlación negativa y no tan fuerte, más, sin embargo, muestra un P-value de 0.056, el cual es mayor a la significación de 0.05, por lo tanto, indica que no existe esta correlación negativa entre las variables RIP e INT.

Por otro lado, los resultados obtenidos en el trabajo de campo, concuerdan con los que obtuvo Al nawayseh (2020) en su investigación sobre el nivel de influencia de los mismos factores sobre la intención de uso de aplicativos Fintech en Jordania, donde se demostró que los riesgos percibidos tampoco tenían una relación de significancia con la intención de usar aplicaciones Fintech en ese país africano, ya que obtuvo un P-value de 0.594 mayor a su nivel de significancia que también oscilaba en 0.05. En otras palabras, esto quiere decir, que los usuarios son influenciados más por los beneficios, y que sorpresivamente por los riesgos presentes en las Fintech, como se puede ver en los anexos del 9 al 11 presentados más adelante. Cabe resaltar que la investigación de Al nawayseh (2020) se sitúa en el contexto del COVID-19, época en la cual las personas por obvias razones se vieron casi obligadas a aislarse socialmente, y a hacer uso de la tecnología para realizar sus transacciones financieras, más, sin embargo, con el presente estudio, se puede demostrar que esta tendencia de uso sigue estando presente en los países investigados.

Con respecto a los hallazgos en el trabajo de recolección de información se obtuvo que aproximadamente el 50% de la población encuestada de ambos países negaba estar de acuerdo con que las billeteras digitales se encontraban asociadas con un alto nivel de riesgo, y un 33% de la misma población no afirmaba, pero tampoco negaba esta asociación de riesgo, en cuanto al nivel de incertidumbre percibido, el 56% de los encuestados negaban que existiese este factor en la variable RIP, mientras que un 28% de los participantes en el cuestionario, no se encontraban de acuerdo ni en desacuerdo, y por último, del total de encuestados en ambos países, el 73% expresaba estar en desacuerdo con la afirmación que exponía que las billeteras digitales presentaban pocos beneficios a comparación de los servicios brindados por la banca tradicional, en otras palabras, estos encuestados encuentran mayores beneficios en los servicios tecnológicos que ofrecen

estos aplicativos que los servicios financieros tradicionales, esto último concuerda con lo expuesto por Rentería et al. (2022), en su investigación donde genera comparación entre los servicios de las Fintech sobre los servicios de banca tradicional, resaltando que este último tampoco se encuentra absuelto de presentar riesgos o desventajas similares a los que se pueden encontrar en los servicios de las billeteras digitales, un claro ejemplo que se puede observar, son los riesgos de tipo operativos, esto como se explicó anteriormente, se generan en los servicios financieros tradicionales ya estos aún posee un gran número de operarios que intervienen en los procesos financieros, lo puede generar que estos se vuelvan aún más tediosos a la hora de querer realizar las operaciones financieras, a esto se le suma que, la banca tradicional genera sus servicios a través de locales presenciales que incurren en pérdida de tiempo por traslado, este último, se traduce en los riesgos operativos de las Fintech, a los fallos en las aplicaciones, lo que produce retrasos en las transacciones, lo cual igual que en la banca tradicional, genera una pérdida de tiempo.

Por último, de acuerdo con los resultados presentados, el efecto indirecto entre el riesgo percibido y la intención de uso es estadísticamente significativo. Como ya se declaró anteriormente, el riesgo percibido no posee un efecto directo significativo sobre la intención de uso. Sin embargo, el riesgo percibido sí tiene un efecto significativo sobre la confianza, que a su vez también posee un efecto significativo sobre la intención de uso. Esto indica que la confianza se comporta como mediadora completamente en la relación entre el riesgo percibido y la intención de uso, la cual será explicada en los siguientes puntos.

#### **8.2.4 Confianza percibida e intención de uso**

La confianza percibida juega un rol fundamental en la intención de uso de las billeteras digitales. De acuerdo con Barcia (2021), las nuevas regulaciones y políticas públicas son mucho más flexibles que fomenten el crecimiento del sector financiero-tecnológico peruano, haciendo de las Fintech un servicio más seguro y prometedor para la industria.

Los resultados obtenidos en el estudio desarrollado no difieren con la hipótesis específica planteada: La confianza percibida tiene un efecto positivo y significativo en la intención de uso de los clientes de las aplicaciones billeteras digitales en Perú y Chile.

Los resultados estadísticos demuestran que la confianza percibida ejerce un impacto directo en la intención de uso, ya que se ha encontrado un coeficiente de correlación Spearman bilateral de 0.626 y un p-value de 0.01. Estos resultados establecen la influencia significativa de la dimensión de la confianza del proveedor (COP) sobre la dimensión de la intención de uso (INT) en el presente estudio.

Por su parte, el 84.62% de encuestados consideran que los sistemas que utilizan las billeteras digitales son seguros, teniendo una mayor disposición por parte de casi todos los encuestados chilenos (93%). Además, la gran mayoría de los encuestados considera que las Fintech son confiables, en especial los más jóvenes (18 a 25 Años) representados por un 98% de aceptación de dicho ítem de la variable COP. Cabe resaltar que el 20% los encuestados mayores a 50 años no considera que los sistemas Fintech sean seguros.

En cuanto al segundo ítem de la variable confianza percibida (COP2), la figura 8.31 expone y ratifica la existencia de una relación inversamente proporcional entre la edad y el nivel de la confianza atribuida a las billeteras digitales. El 97.8% de los encuestados más jóvenes (18 a 25 años) considera que los sistemas Fintech son confiables, mientras que en el caso de los encuestados mayores a 50 años, solamente el 59% comparte dicha posición. Asimismo, se vuelve a marcar el mayor grado de aceptación de las Fintech por país, en donde se puede observar que el 97.5% de chilenos confían en las plataformas de pago inmediato, por su parte, esta posición es compartida por 82% de peruanos encuestados.

### **8.2.5 Riesgos percibidos y la confianza de los usuarios**

Los resultados obtenidos en el estudio desarrollado no difieren con la hipótesis específica planteada: Los riesgos percibidos tienen un efecto negativo y significativo en la confianza de los usuarios de las billeteras digitales en Perú y Chile.

Los resultados estadísticos encontrados en la correlación de Spearman demuestran que los riesgos percibidos no ejercerían un impacto negativo en la confianza percibida de los usuarios hacia las Fintech porque el coeficiente de relación bilateral es de -0.260. Sin embargo, el resultado del p-value de coeficiente de Spearman ( $<.001$ ) es menor al nivel de significancia de la muestra (0.05), lo que permite concluir que existe

cierta correlación inversamente proporcional entre los riesgos percibidos y la confianza de los usuarios hacia las plataformas de pago inmediato.

Con respecto a la percepción de los encuestados acerca de los riesgos percibidos en las plataformas de billeteras digitales, en el anexo 9 se visualiza que el 50% de encuestados considera que el uso de estas Fintech no se asocia a un alto nivel de riesgo. Por su parte, el 33.22% restante no mantiene una postura firme respecto a ese ítem de la variable COP. Sin embargo, el 16.78% si asocia un alto nivel de riesgo a estas plataformas. Cabe resaltar que el riesgo asociado se va incrementando acorde a la edad de los encuestados. Por ejemplo, el 57.75% las personas que tiene entre 18 y 25 años consideran que no existe un riesgo asociado a dichas plataformas, no obstante, el 40% de los encuestados mayores a 50 años está de acuerdo en la afirmación planteada. En cuanto a la nacionalidad, los peruanos cuentan con una noción de desconfianza hacia las Fintech porque el 31% considera que sí existe un alto riesgo asociado, mientras que únicamente el 5.1% de chilenos encuestados comparten el mismo pensamiento.

Según la RAE, la incertidumbre es la falta de certeza, seguridad, confianza y efectividad asociada a cierta materia. En el caso de las Fintech, el 56.64% del total de encuestados consideran que no existe un nivel de incertidumbre al momento de utilizar billeteras digitales. Además, al igual que el ítem COP1, existe una relación proporcional entre la edad y el nivel de incertidumbre. El 66.19% de los encuestados de 18 a 25 años no atribuyen un nivel de incertidumbre al uso de billeteras digitales, mientras que el 33.3% de los mayores de 50 años consideran que sí existe un nivel de la incertidumbre al momento de utilizarlas.

En cuanto a la comparación con antecedentes, Asante-Offei, K. O., & Yaokumah, W. (2021) no son ajenos a los resultados obtenidos en relación de la hipótesis planteada porque en dicho estudio se llega a la conclusión de que el miedo al daño reputacional y la pérdida financiera no tienen una relación estadísticamente significativa con la intención de uso y el uso real de las billeteras digitales. Además, la investigación indica que el temor o riesgo de robo de identidad no desalienta en gran medida a los usuarios de utilizar los servicios de las billeteras digitales.

Por último, en cuanto a la comparación con antecedentes, el estudio a 500 personas con un potencial a ser clientes Fintech realizado por Al nawayseh (2020) indicó que el riesgo percibido tiene un efecto significativo en la confianza percibida, que a su

vez tiene un efecto significativo en la intención de uso. Por lo tanto, si los riesgos percibidos tienen un efecto negativo significativo sobre la confianza, el aumento de la confianza en las billeteras digitales reducirá el riesgo percibido por el uso de estas tecnologías. Durante la pandemia del COVID-19, la percepción de los riesgos no fue un factor determinante que influyera en la decisión de uso de las billeteras digitales, pero sí se veía reflejado en la confianza percibida por los sistemas que estas manejan. De esta manera, los resultados afirman que la confianza del cliente se considera una implicación práctica importante para los proveedores de servicios de billeteras digitales, que deberían considerar seriamente estrategias de creación de confianza para promover el uso de sus productos.

#### **8.2.6 Método PLS-SEM**

En primer lugar, como ya se mencionó en párrafos anteriores, se observa mediante el análisis factorial que el modelo propuesto cumple con los criterios de aceptación, dado que la correlación entre cada variable y sus dimensiones tienen cargas factoriales que van entre 0.751 y 0.937, superando el valor mínimo de aceptación de 0.7. En la tabla 8.3, se observa que para la variable INF, la dimensión más significativa es el pensamiento de las personas que influyen en el comportamiento del encuestado (INF2); para la variable BEN, las dimensiones con mayor carga factorial son las ventajas y la utilidad de las billeteras digitales (BEN1 y BEN3); para la variable RIP, la dimensión que presenta una correlación más alta es el nivel de la incertidumbre al utilizar una billetera digital (RIP2); en el caso de la variable COP, la carga factorial más elevada se presentó en la dimensión de la confianza en la seguridad de los sistemas de las billeteras digitales (COP2); y finalmente, para la variable INT, la recomendación de uso de las billeteras digitales (INT3) es la dimensión con mayor correlación.

En segundo lugar, mediante la evaluación de fiabilidad, se nota que el modelo muestra coherencia interna adecuada, dado que los valores del Alfa de Cronbach oscilan entre 0.792 hasta 0.841, lo cual indica que se encuentran por encima del valor mínimo 0.70 y debajo del valor máximo aceptado 0.90. Esto significa que el modelo posee una alta consistencia y no se presenta redundancia o duplicación.

En tercer lugar, se evalúa el nivel de significancia de cada relación de variables, lo cual posibilita la determinación de la aceptación o rechazo de las hipótesis planteadas. Con este propósito, se considera un nivel de significancia del 5% y se toman en cuenta los valores P, donde el criterio de aceptación de la hipótesis es que este sea inferior a 0.01. En las tablas 8.2,5,11 y 14, se demuestra que 4 de 5 las variables presentan una correlación positiva y significativa; por lo tanto, se acepta 4 hipótesis específicas y se rechaza 1, la cual menciona que los riesgos percibidos tienen un efecto negativo y significativo en la confianza de los usuarios de billeteras digitales en Perú y Chile.



## CONCLUSIONES

En este capítulo se sintetiza los hallazgos de la investigación sobre los factores que influyen en la adopción y el uso de las billeteras digitales por parte de los consumidores. A través de un análisis exhaustivo, se identificó que las variables como la influencia social, los beneficios y la confianza percibidos juegan un papel importante en la decisión de los clientes de integrar estas tecnologías en su vida cotidiana, mientras que los riesgos percibidos no son factores de influencia sobre el uso de las billeteras digitales.

- Los resultados del estudio destacan el papel de los beneficios percibidos del consumidor en las aplicaciones de billeteras digitales para desarrollar su decisión de uso de estos servicios tecnológicos, es decir, esta es la variable más resaltante y de importancia para las personas porque es la que más influye en su intención de uso, según los datos estadísticos recolectados. Se identificaron y examinaron empíricamente los factores clave necesarios para impulsar la intención de los clientes de usar billeteras digitales.
- Del presente estudio se concluye que la influencia social, la confianza percibida, los beneficios y la experiencia previa tienen un impacto significativo en la intención de uso de las billeteras digitales. Además, todas las variables mencionadas tienen una correlación positiva y significativa, respaldando así cada una de las hipótesis planteadas. Las principales diferencias se encontraron entre los rangos de edades y la nacionalidad de los encuestados, observándose un mayor nivel de influencia de las variables sobre los espectadores mayores a 50 años y aquellos que son de Chile. Estos resultados respaldan la importancia de considerar factores sociales y de confianza al desarrollar estrategias de adopción de las billeteras digitales, especialmente enfocadas en segmentos de edad avanzada y en contextos nacionales específicos.
- Los resultados de la investigación también indican que las percepciones de los riesgos no afectaron la intención de los clientes de utilizar las billeteras digitales. Adicionalmente, el 57% de la población encuestada negaba la premisa que exponía que existía un alto nivel de incertidumbre utilizando billeteras digitales,

y que estas estaban asociadas a un alto riesgo, lo que también se demuestra en el modelo PLS-SEM, donde la variable RIP obtuvo el valor de (-0.275) sobre la variable INT.

- Se observa que la confianza percibida tiene un impacto positivo en la intención de uso de las billeteras digitales. Además, es el segundo factor más determinante en la intención de uso, influyendo en un 61% en la variable INT. Como se muestra en el modelo PLS-SEM, los ítems de la variable COP son los que tienen una mayor carga factorial. En particular, la carga factorial identifica a la dimensión: confianza percibida en los sistemas de las billeteras digitales, como la más representativa, ya que obtuvo el valor más alto (0.937) dentro de la variable COP. Por otro lado, los resultados de la encuesta resaltaron que el 84.62% del total de encuestados consideran seguros en los sistemas de las billeteras digitales.
- Los resultados también muestran que los riesgos percibidos afectan en cierto grado su confianza en el servicio, pero el análisis indica que la confianza de los clientes hacia de las billeteras digitales media de manera significativa la relación entre los riesgos percibidos y la intención de usar billeteras digitales. En consecuencia, será más probable que los consumidores realicen transacciones en billeteras digitales, cuando los beneficios percibidos, el valor de la opinión social y la confianza que perciban sean altos y, al mismo tiempo, cuando las percepciones de riesgos sean bajas.
- Por último, aunque esta investigación proporciona varias contribuciones, como ya se expresó con anterioridad, todavía tiene muchas limitaciones, principalmente porque los datos de la encuesta se recopilaron en línea de clientes peruanos y chilenos y no se tuvo un control de estímulos o influencia del exterior. Además, otro punto limitante del proceso de investigación es el tiempo establecido por la universidad para que el estudio se lleve a cabo. Esto restringe la generalización de la investigación, en términos de aleatorización. Aunque, esta investigación sí examinó los efectos moderadores de las características demográficas de los usuarios, como la edad, el sexo y lugar de procedencia de los dos países del estudio. La investigación adicional también puede centrarse en otros factores ambientales, principalmente el papel que desenvuelven las regulaciones gubernamentales en la adopción de billeteras digitales. Estos aspectos deben

investigarse en estudios posteriores, basándose en los hallazgos de esta investigación exploratoria para comprender la adopción y el uso real de billeteras digitales tanto en Perú como en Chile y otros contextos.



## RECOMENDACIONES

A partir de los hallazgos obtenidos en la investigación se presentan sugerencias prácticas que abarcan desde el fortalecimiento de la seguridad y la privacidad de los datos, hasta la implementación de campañas de educación financiera que ayuden a fomentar la confianza de los usuarios. Estas recomendaciones no solo buscan mejorar la competitividad de las billeteras digitales, sino también, contribuir a la formación de un ecosistema financiero más inclusivo y accesible para todos.

- Se ha identificado que la intención de uso de las billeteras digitales está influenciada por el entorno social, beneficios y confianza percibida. Es por ello por lo que se recomienda desarrollar un estudio que abarque una mayor cantidad de datos estadísticos relacionados a los factores que determinan la intención de uso de billeteras digitales. Así, de esta forma se obtendrán resultados más tangibles, pues las respuestas no estarán sujetas a creencias o percepciones, sino que se basarán en hechos comprobables.
- Se recomienda a las empresas que ofrecen los servicios de billeteras digitales, centrarse en comunicar y maximizar los beneficios percibidos por los consumidores, dado que esta variable se ha identificado como la más influyente en la intención de uso, las empresas deberían implementar estrategias de que destaquen las ventajas de utilizar sus plataformas sobre la banca tradicional. Además, pueden proporcionar información transparente sobre cómo estas aplicaciones facilitan las transacciones diarias y mejorar la gestión financiera personal. Pueden, adicionalmente, invertir en campañas de educación y concienciación que demuestren el valor tangible que las billeteras digitales pueden ofrecer a los usuarios.
- En cuanto al público de edad avanzada, una recomendación para las empresas es que consideren las características demográficas y culturales de sus usuarios. Es idóneo que las campañas se adapten a las necesidades y expectativas de estos grupos, ya que es un gran número de la población. Esto podría incluir la creación de materiales informativos accesibles que expliquen cómo usar las billeteras

digitales a través la implementación de programas de capacitación. Además, pueden generar comunidades de apoyo, donde los usuarios mayores puedan compartir sus experiencias y resolver dudas, lo que aumentaría la confianza y disminuir las barreras de adopción. Al personalizar estas estrategias según la edad, las empresas podrán maximizar la efectividad de sus esfuerzos y potenciar el uso de sus servicios. La aplicación de nuevas tecnologías en el ámbito financiero conlleva mucha suspicacia por la sociedad, principalmente por el desconocimiento y el temor a los riesgos que conllevan su uso. Sin embargo, las billeteras digitales permiten que los usuarios puedan ahorrar tiempo y dinero, mediante la agilización de pagos a través de un aplicativo móvil. Así mismo, estas iniciativas Fintech fomentan la inclusión bancaria a nivel regional. Por lo tanto, las entidades gubernamentales correspondientes podrían enfocarse en los factores asociados al rechazo de estas billeteras digitales para poder diseñar políticas y servicios adaptados a las características demográficas y culturales de los usuarios para promover la adopción exitosa de estas aplicaciones, reduciendo las brechas de bancarización existentes en toda la región latinoamericana.

- De la investigación se ha identificado una mayor aprobación de las hipótesis por parte de los usuarios chilenos. Cabe resaltar que la diferencia entre ambos países no es drástica. Por lo tanto, para el campo científico, sería relevante realizar un análisis de los factores que influyen en la intención de uso de las billeteras digitales en los demás países latinoamericanos. De tal manera, se podrán descubrir los principales factores que influyen en la adaptación de estas herramientas financieras a nivel regional. Con ello, se tendrá una visión general de todo el panorama a nivel regional en cada una de las variables propuestas. En ese sentido, se recomienda también indagar en las medidas tomadas por otras regiones a nivel mundial respecto a la adaptación de las billeteras digitales dentro de su marco legal, económico y social, para poder replicar y potenciar esta industria que viene en constante crecimiento dentro de la región Latinoamericana.
- La seguridad que proporcionan las billeteras digitales hace que sean sumamente útiles en la vida cotidiana de los usuarios de Perú y Chile. Estas aplicaciones permiten que las personas dejen de tener la necesidad de llevar dinero en efectivo con ellos mismo, al tener un medio de pago en sus dispositivos móviles. Esto es

sumamente importante dentro de la región latinoamericana porque, como es conocimiento general, el grado de delincuencia dentro de la región es alto a comparación de la Unión Europea, Estados Unidos y ciertos países asiáticos. Por lo tanto, se recomienda que las entidades gubernamentales correspondientes como la Superintendencia de Banco y Seguros (SBS) en el caso del Perú y la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) en el Chile, incentiven el uso de estas herramientas para que la población se sienta más segura y así adaptando los nuevos avances tecnológicos en el ámbito financiero, y a su vez, puedan generar regulaciones que protejan la privacidad de los datos personales de los clientes.

- Por último, es notoria la creciente adopción de los aplicativos de pago inmediato tanto en Perú como en Chile, por lo que se recomendaría generar una evaluación de la viabilidad de integrar las transferencias inmediatas transfronterizas, para fortalecer la integración económica e impulsar la competitividad regional. Para esto, es necesario que se fomenten alianzas entre bancos, Fintech y reguladores para que se garantice la eficiencia de las operaciones y a su vez, se cumplan las normativas. Adicionalmente, la educación financiera sería muy esencial para generar la confianza de los clientes y se disminuya la resistencia al cambio, como ya se resaltó anteriormente.

## REFERENCIAS

- Al nawayseh, M. K. (2020). Fintech in COVID-19 and Beyond: What Factors Are Affecting Customers' Choice of Fintech Applications? [Fintech en COVID-19 y más allá: ¿Qué factores están afectando la elección de aplicaciones de Fintech por parte de los clientes?]. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4). <https://doi.org/10.3390/joitmc6040153>
- Arner, D. (2016). *Fintech: Evolution and Regulation*. [https://law.unimelb.edu.au/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0011/1978256/D-Arner-FinTech-Evolution-Melbourne-June-2016.pdf](https://law.unimelb.edu.au/__data/assets/pdf_file/0011/1978256/D-Arner-FinTech-Evolution-Melbourne-June-2016.pdf)
- Asante-Offei, K. O., & Yaokumah, W. (2021). Cyber-Identity Theft and Fintech Services: Technology Threat Avoidance Perspective [Robo de identidad cibernético y servicios Fintech: Perspectiva de prevención de amenazas tecnológicas]. *Journal of Information Technology Research (JITR)*, 14(3), 1–19. <https://doi.org/10.4018/JITR.2021070101>
- Banco Mundial. (2022). *Indicadores de desarrollo*. <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>
- Banco Mundial. (2023). *Banco Mundial en Chile*. <https://www.bancomundial.org/es/country/chile/overview>
- Banco Mundial. (2024). *Banco Mundial en Perú*. <https://www.bancomundial.org/es/country/peru>
- Banco Nacional de Comercio Exterior. (2021). *Fintech en el mundo*. <https://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Fintech.pdf>
- Barbu, C. M., Florea, D. L., Dabija, D.-C., & Barbu, M. C. R. (2021). Customer Experience in Fintech [Experiencia de Cliente en Fintech]. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(5), 1415–1433. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050080>
- Barcia, L. S. (2021). Instrumentos administrativos para el fomento de la innovación tecnológica en el sector financiero peruano. *Derecho PUCP*, 0(87). <https://doi.org/10.18800/derechopucp.202102.006>
- Biblioteca del Consejo Nacional de Chile. (2016). *Ley 20950: Autoriza Operación y Emisión de medios de pago con provisión de fondos por entidades no bancarias*. <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1096097&idParte=9743083&idVersion=2016-10-29>
- Biblioteca del Consejo Nacional de Chile. (2020). *Ley 21234: Limita la responsabilidad de los titulares o usuarios de tarjetas de pago y transacciones*

*electrónicas en caso de extravío hurto, robo o fraude.*

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1096097&idParte=9743083&idVersion=2016-10-29>

- Carbó-Valverde, S., Cuadros-Solas, P.J. & Rodríguez-Fernández, F. (2022). Entrepreneurial, institutional and financial strategies for Fintech profitability [Estrategias empresariales, institucionales y financieras para la rentabilidad Fintech.]. *Financ Innov* 8 (15). <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00325-2>
- Chen, M. A., Wu, Q., & Yang, B. (2019). How Valuable Is Fintech Innovation? [¿Qué tan valiosa es la innovación Fintech?]. *The Review of Financial Studies*, 32(5), 2062–2106. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhy130>
- Cheng, M., & Qu, Y. (2020). Does bank Fintech reduce credit risk? Evidence from China [¿El banco Fintech reduce el riesgo de crédito? Evidencia de China]. *Pacific-Basin Finance Journal*, 63, 101398. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2020.101398>
- Colquhoun, D. (2017). The reproducibility of research and the misinterpretation of p-values. *Royal society open science*, 4(12), 171085.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *Management Information Systems Research Center*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dimitrova, I., Öhman, P., & Yazdanfar, D. (2022). Barriers to bank customers' intention to fully adopt digital payment methods [Obstáculos a la intención de los clientes bancarios de adoptar plenamente los métodos de pago digitales]. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(5), 16–36. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2021-0045>
- Fernández, M. L. R. (2021). Las pensiones y las nuevas formas de empleo de la revolución digital. *Mediterráneo económico*, (34), 215-234.
- Gao, J. (2022). Has COVID-19 hindered small business activities? The role of Fintech [¿COVID-19 ha obstaculizado las actividades de las pequeñas empresas? El papel de las Fintech]. *Economic Analysis and Policy*, 74, 297–308. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2022.02.008>
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hamburg, C. M. R., Gudergan, S. P., Apraiz, J. C., Carrión, G. A. C., & Roldán, J. L. (2021). *Manual avanzado de Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. omnia science.
- Hofstede Insights. (2022). *Country Comparison*. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/chile,peru/>
- Huella de Carbono Perú. (2021). *Estadística de reducción*. <https://huellacarbonoperu.minam.gob.pe/huellaperu/#/estadisticas/reduccionG>  
EI

- Ilieva, G.; Yankova, T.; Dzhabarova, Y.; Ruseva, M.; Angelov, D.; Klisarova-Belcheva, S. (2023). Customer Attitude toward Digital Wallet Services [Actitud del cliente hacia los servicios de billetera digital]. *Systems* 2023, 11(4), 185. <https://doi.org/10.3390/systems11040185>
- Instituto Nacional de Estadística (2024). Tasa de Ocupación informal fue 33,4% en el trimestre octubre-diciembre 2023. <https://regiones.ine.cl/coquimbo/prensa/tasa-de-ocupación-informal-fue-33-4-en-el-trimestre-octubre-diciembre-2023#:~:text=Feb%20%2C%202024-,Tasa%20de%20Ocupación%20informal%20fue%2033%2C4%25%20en%20e1%20trimestre,crecimiento%20de%200%2C7%20pp.>
- Instituto Peruano de Economía (2023). *El informal perdido*. <https://www.ipe.org.pe/portal/el-informal-perdido/#:~:text=El%20dato%20base%2C%20que%20parte,ascendía%20a%2075%2C7%25.>
- Ioannou, S., & Wójcik, D. (2022). The limits to Fintech unveiled by the financial geography of Latin America [Los límites de las Fintech develados por la geografía financiera de América Latina]. *Geoforum*, 128, 57–67. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2021.11.020>
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2008). A trust-based consumer decision-making model in electronic commerce: The role of trust, perceived risk, and their antecedents [Un modelo de toma de decisiones del consumidor basado en la confianza en el comercio electrónico: el papel de la confianza, el riesgo percibido y sus antecedentes]. *Decision Support Systems*, 44(2), 544–564. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2007.07.001>
- Martínez, M. & Fierro, E. (2018). Aplicación de la técnica PLS-SEM en la gestión del conocimiento: un enfoque técnico práctico. *RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo*, 8(16), 130-164. <https://doi.org/10.23913/ride.v8i16.336>
- Malhotra, N. K. (2020). Investigación de mercados. Página 68 Pearson Educación. <https://0210d47fs-y-https-www-ebooks7--24-com.ecci.metaproxy.org/?il=10289>
- Mejia-Escobar, J. C., González-Ruiz, J. D., & Duque-Grisales, E. (2020). Sustainable Financial Products in the Latin America Banking Industry: Current Status and Insights [Productos Financieros Sostenibles en la Industria Bancaria de América Latina: Estado Actual y Perspectivas]. *Sustainability*, 12(14), 5648. <https://doi.org/10.3390/su12145648>
- Murinde, V., Rizopoulos, E., & Zachariadis, M. (2022). The impact of the Fintech revolution on the future of banking: Opportunities and risks [El impacto de la revolución Fintech en el futuro de la banca: Oportunidades y riesgos]. *International Review of Financial Analysis*, 81, 102103. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2022.102103>

- Nguyen, T. A. N. (2022). Does Financial Knowledge Matter in Using Fintech Services? Evidence from an Emerging Economy [¿Importa el conocimiento financiero en el uso de los servicios Fintech? Evidencia de una economía emergente]. *Sustainability*, 14(9), 5083. <https://doi.org/10.3390/su14095083>
- PSQ (2021). ¿Cómo Yape beneficia a los emprendimientos y pequeños negocios? <https://pq.s.pe/tu-negocio/yape-beneficia-emprendimientos-pequenos-negocios/>
- Qu, B., Wei, L., & Zhang, Y. (2022). Factors affecting consumer acceptance of electronic cash in China: an empirical study [Factores que afectan la aceptación del dinero electrónico por parte de los consumidores en China: un estudio empírico]. *Financial Innovation*, 8(1), 9. <https://doi.org/10.1186/s40854-021-00312-7>
- Rangaswamy, E., Nadipilli, N., & Nawaz, N. (2023). A Comparative Study of Traditional Bank A and Digital Bank B from an Organizational Innovation Perspective. [Un Estudio Comparativo de la Banca Tradicional A y la Banca Digital B desde una Perspectiva de Innovación Organizacional]. (pp. 357–375). [https://doi.org/10.1007/978-3-031-08090-6\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-031-08090-6_21)
- Rashotte, L. (2007). Social Influence. [Influencia Social]. In *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. John Wiley & Sons, Ltd. <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeoss154>
- Rentería, D., Vélez, I., Giraldo, L., & Villa, L. (2021). Las Fintech, una revolución para la banca tradicional. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, 41, pp. 17-29. <https://www.proquest.com/docview/2493869589/fulltextPDF/6C2695F579A3420FPQ/1?accountid=45277>
- Rojas-Torres, D., Kshetri, N., Hanafi, M. M., & Kouki, S. (2021). Financial Technology in Latin America [Tecnología Financiera en América Latina]. *IT Professional*, 23(1), 95–98. <https://doi.org/10.1109/MITP.2020.3028486>
- Ryu, H. S. (2018). What makes users willing or hesitant to use Fintech?: the moderating effect of user type. *Industrial Management & Data Systems*, 118(3), 541-569.
- SBS. (2021). *Transformación digital e innovación tecnológica en el sistema financiero apoyan el proceso de inclusión financiera*. <https://www.sbs.gob.pe/noticia/detallenoticia/idnoticia/2577?title=Transformaci%C3%B3n%20digital%20e%20innovaci%C3%B3n%20tecnol%C3%B3gica%20en%20el%20sistema%20financiero%20apoyan%20el%20proceso%20de%20inclusi%C3%B3n%20financiera>
- SBS. (2023). El 46% de la población cuenta con un nivel medio de educación financiera. <https://www.sbs.gob.pe/noticia/detallenoticia/idnoticia/2658>
- SBS. (2024). *Educación financiera: ¿dónde se ubica Perú a nivel de América Latina y los países de la OCDE?* <https://www.sbs.gob.pe/boletin/detalleboletin/idbulletin/2301?title=Educación>

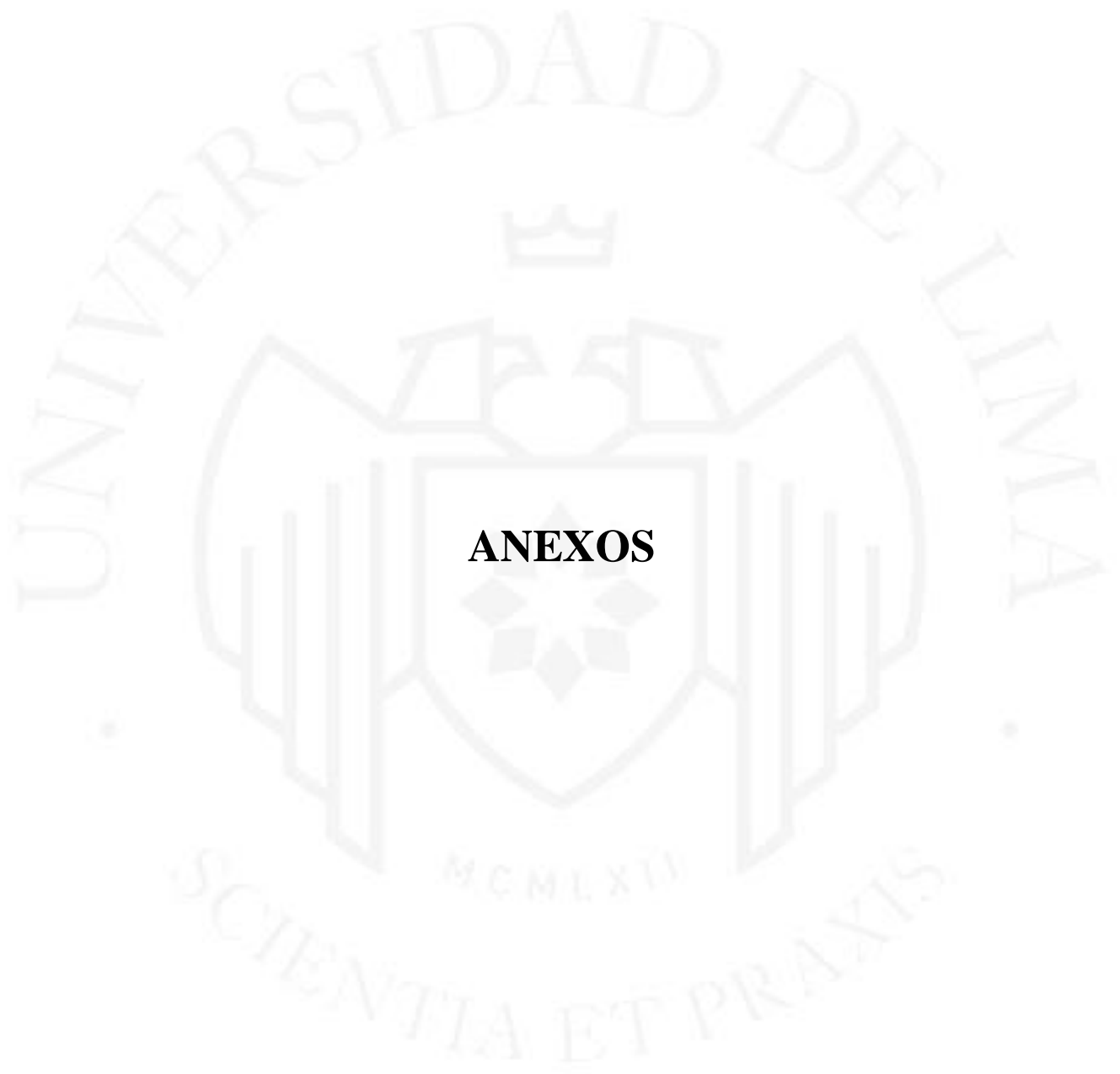
% 20financiera:% 20¿ dónde% 20se% 20ubica% 20Perú% 20a% 20nivel% 20de% 20América% 20Latina% 20y% 20los% 20países% 20de% 20la% 20OCDE?

- Shaw, N. (2014). The mediating influence of trust in the adoption of the mobile wallet. [La influencia mediadora de la confianza en la adopción de la billetera móvil]. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 449–459. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.03.008>
- Statista. (2021a). *Fintech in Chile*. <https://www-statista-com/study/59225/Fintech-in-chile/>
- Statista. (2021b). *Fintech in Peru*. <https://www-statista-com./topics/7389/Fintech-in-peru/>
- Statista. (2021c). *Fintech Report 2021*. <https://www-statista-com/study/44525/Fintech-report/>
- Statista. (2022). *Number of Fintech startups worldwide from 2018 to November 2021, by region*. <https://statistics/893954/number-Fintech-startups-by-region/>
- Statista. (2024). *Market share of account-to-account (A2A) payments in domestic e-commerce payments in 6 countries and territories in Latin America from 2016 to 2023, with a forecast for 2027*. <https://www-statista-com./1419970/latin-america-a2a-payments-market-share-by-country/>
- Velazquez, P. V., Bobek, V., Vide, R. K., & Horvat, T. (2022). Lessons from Remarkable Fintech Companies for the Financial Inclusion in Peru [Lecciones de Destacadas Fintech para la Inclusión Financiera en el Perú]. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(2), 62. <https://doi.org/10.3390/jrfm15020062>
- Venkatesh, V. Thong, J. & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology [Aceptación y uso de la tecnología de la información por parte del consumidor: Ampliación de la teoría unificada de aceptación y uso de la tecnología]. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>
- Villar, P. (2022). Dólar hoy: Sol de Perú se posiciona como la moneda más fuerte entre divisas emergentes. *Bloomberg en Línea*. <https://www.bloomberglinea.com/2022/02/11/dolar-hoy-sol-de-peru-se-posiciona-como-la-moneda-mas-fuerte-entre-divisas-emergentes/>
- Windasari, N. A., Kusumawati, N., Larasati, N., & Amelia, R. P. (2022). Digital-only banking experience: Insights from gen Y and gen Z [Experiencia bancaria solo digital: perspectivas de la generación Y y la generación Z]. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(2), 100170. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100170>
- YAPE. (2024). Ya somos más de 16 millones de yaperos. <https://www.yape.com.pe>



## BIBLIOGRAFÍA

- Brannen, J. (2017). *Mixing methods: Qualitative and quantitative research*. Routledge.
- Cid, Alma del. (2015). *Investigación: fundamentos y metodología*. Lima. Pearson
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Hernández S., R., Fernández, C., C. & Baptista, L. P. (2014) Metodología de la investigación. (6ta ed.) México: Mc Graw - Hill.
- SmartPLS. (2022). SmartPLS Youtube channels.  
<https://www.smartpls.com/documentation/getting-started/videos/>
- Tokeshi, A. (2013) Planifique, *Desarrolle y apruebe su Tesis*. Fondo de Desarrollo Editorial de la Universidad de Lima.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage publications.



## **ANEXOS**

## Anexo 1: Cuestionario

### Factores de la intención de uso de las billeteras digitales en consumidores de Perú y Chile

¡Buenos días, tardes o noches!, somos estudiantes de 10mo ciclo de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad de Lima. Estamos realizando la presente investigación.

El tema a tratar son las Fintech, aplicativos que ofrecen una solución respaldada por tecnología para agilizar o facilitar un producto o servicio financiero. Específicamente, esta investigación se centrará en las billeteras digitales, las cuales se caracteriza por realizar transacciones de dinero de manera virtual, rápida y efectiva, con el objetivo principal de captar información sobre el efecto de ciertos factores en la intención de uso de estos aplicativos, para su posterior análisis.

Si acepta participar, solicitaremos su apoyo respondiendo algunas preguntas. Su participación en el estudio tomará aproximadamente 7 minutos. Tenga en cuenta que su participación es voluntaria, por lo tanto, la información obtenida será confidencial y sólo será utilizada con fines de investigación.

Algunos ejemplos de estas billeteras digitales: Yape, Plin, PayPal, etc.

	Sí	No
He decidido libremente participar en el presente estudio.		
Comprendo que mi participación es voluntaria.		
Recibí información sobre los objetivos de la presente investigación.		

#### I.Datos generales/ General data

1. ¿Cuál es su edad?

Menor de 18 años	1	Finalizar
------------------	---	-----------

De 18 a 25 años	2	Continuar
De 25 a 35	3	Continuar
De 35 a 50 años	4	Continuar
Mayor de 50 años	5	Continuar

2. ¿Cuál es su sexo?

Femenino	1
Masculino	2
Prefiero no decirlo	3

### 1. Filtro General / General Filter

3. ¿Cuál es su actual país de residencia?

Perú	1	Continuar
Chile	2	Continuar
Otro	4	Finalizar

4. ¿Según la información incluida en la introducción, usted alguna vez ha utilizado una billetera digital?

Sí	1	Continuar
No	2	Continuar

5. ¿Usted está interesado en utilizar una billetera digital?

Sí	1	Continuar
No	2	Finalizar

## II. Percepción del público objetivo

6. Por favor, indique que tan de acuerdo o en desacuerdo se encuentra usted con respecto a los siguientes enunciados acorde a la siguiente escala:

1: Completamente en desacuerdo

2: En desacuerdo

3: Ni de acuerdo ni en desacuerdo

4: De acuerdo

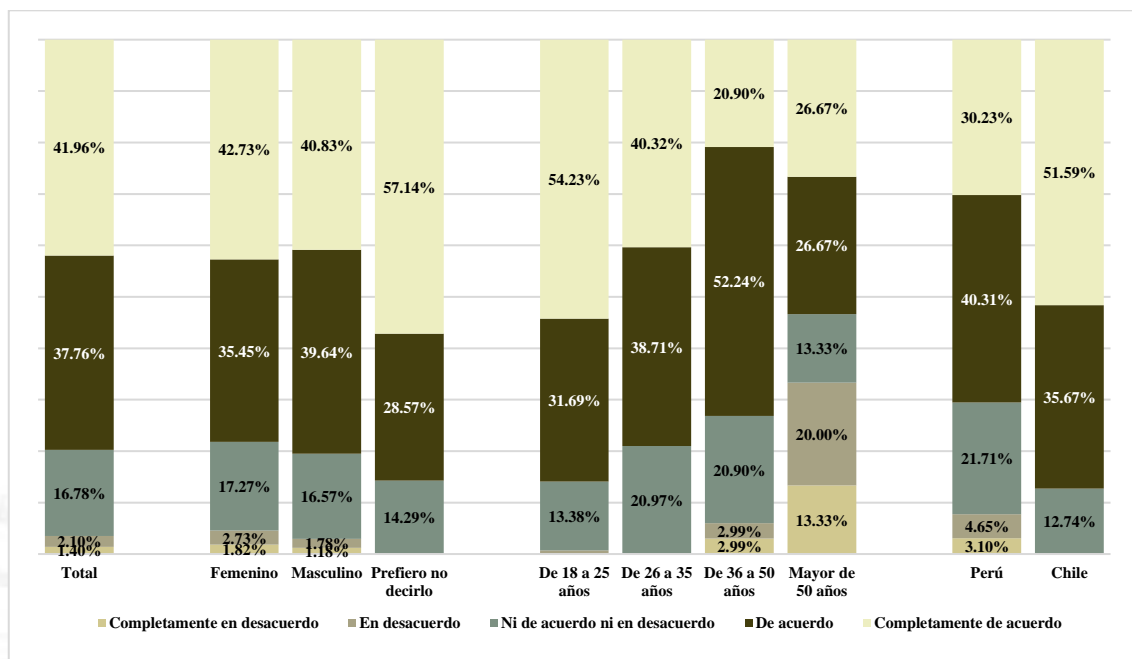
5: Completamente de acuerdo

	1	2	3	4	5
<b>Influencia social</b>					
Las personas que son importantes para mí piensan que debería usar billeteras digitales					
Las personas que influyen en mi comportamiento piensan que debería usar billeteras digitales					
Las personas cuyas opiniones valoro prefieren que use billeteras digitales					
<b>Beneficios</b>					
El uso de billeteras digitales tiene muchas ventajas					
Puedo usar billeteras digitales de manera fácil y rápidamente					
Usar billeteras digitales es útil para mí					
El uso de billeteras digitales produce un rendimiento superior					
<b>Riesgos percibidos</b>					

El uso de billeteras digitales se asocia con un alto nivel de riesgo					
Existe un alto nivel de incertidumbre utilizando billeteras digitales					
En general, creo que hay poco beneficio en el uso de billeteras digitales en comparación con los servicios financieros tradicionales					
<b>Confianza percibida</b>					
Confío en que los sistemas de las billeteras digitales sean seguros					
Creo que los sistemas de las billeteras digitales son confiables					
<b>Intención de uso</b>					
Tengo la intención de adoptar billeteras digitales en el futuro					
Pienso que usaré billeteras digitales con frecuencia en el futuro					
Recomendaré a otros que usen billeteras digitales					

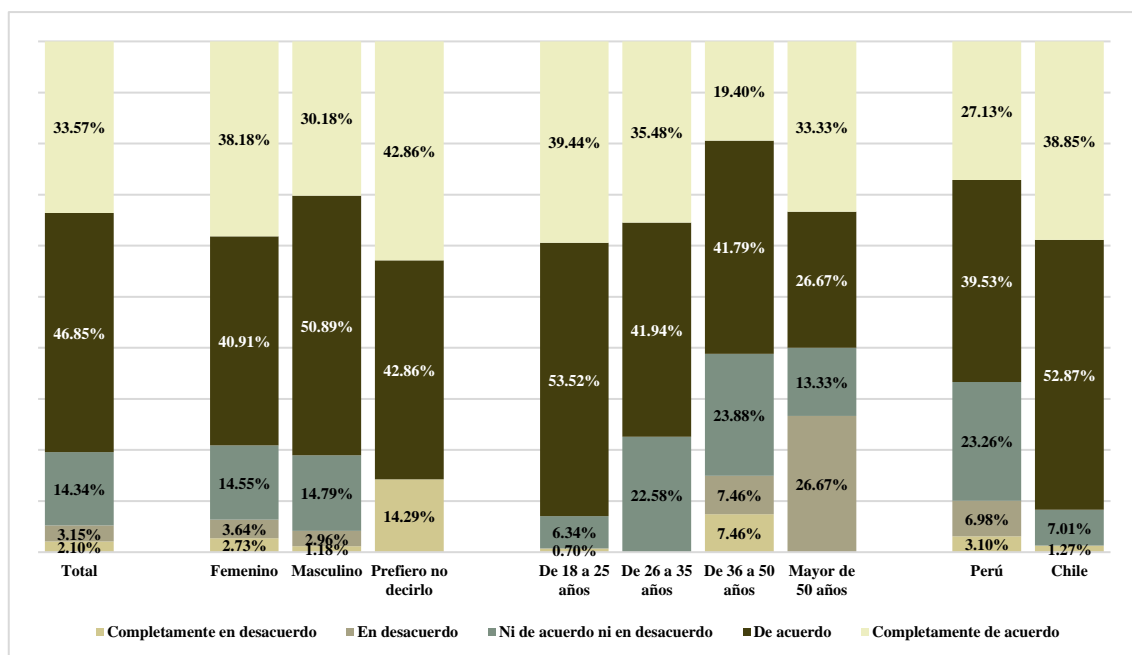
**¡Gracias por su participación!**

## Anexo 2: Pensamiento de las personas más importantes respecto a uso de billeteras digitales (INF1)



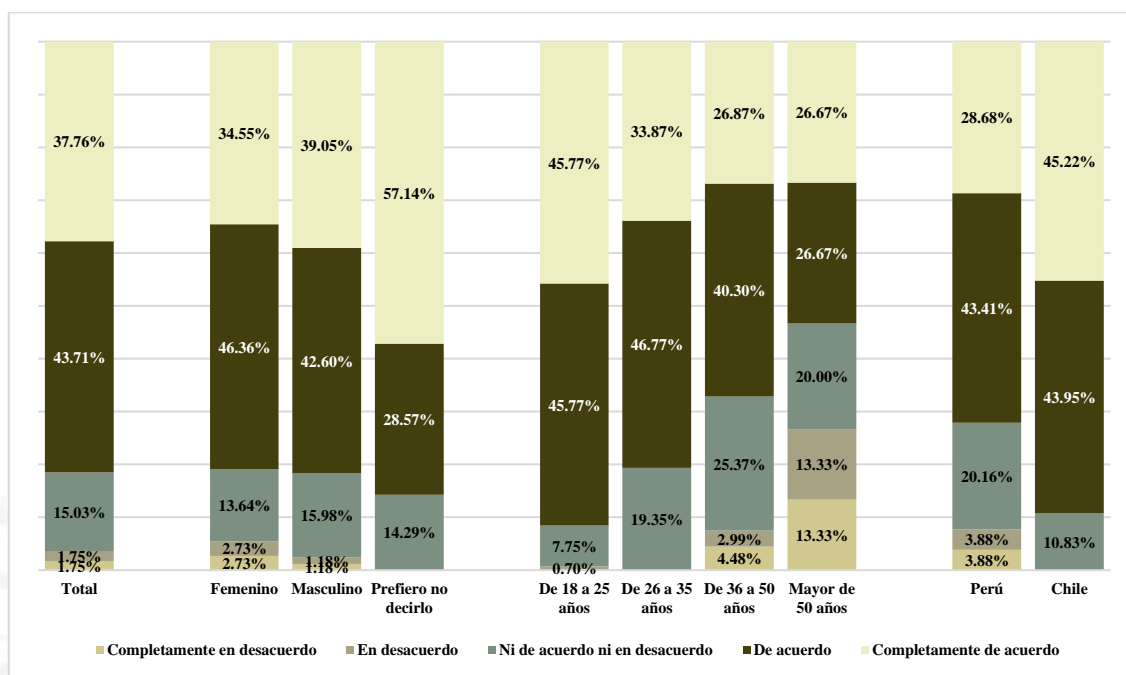
Nota. La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 1 de la variable INF, el cual hace referencia a la dimensión: pensamiento de las personas importantes.

## Anexo 3: Pensamiento de las personas influyentes en el comportamiento sobre el uso de billeteras digitales (INF2)



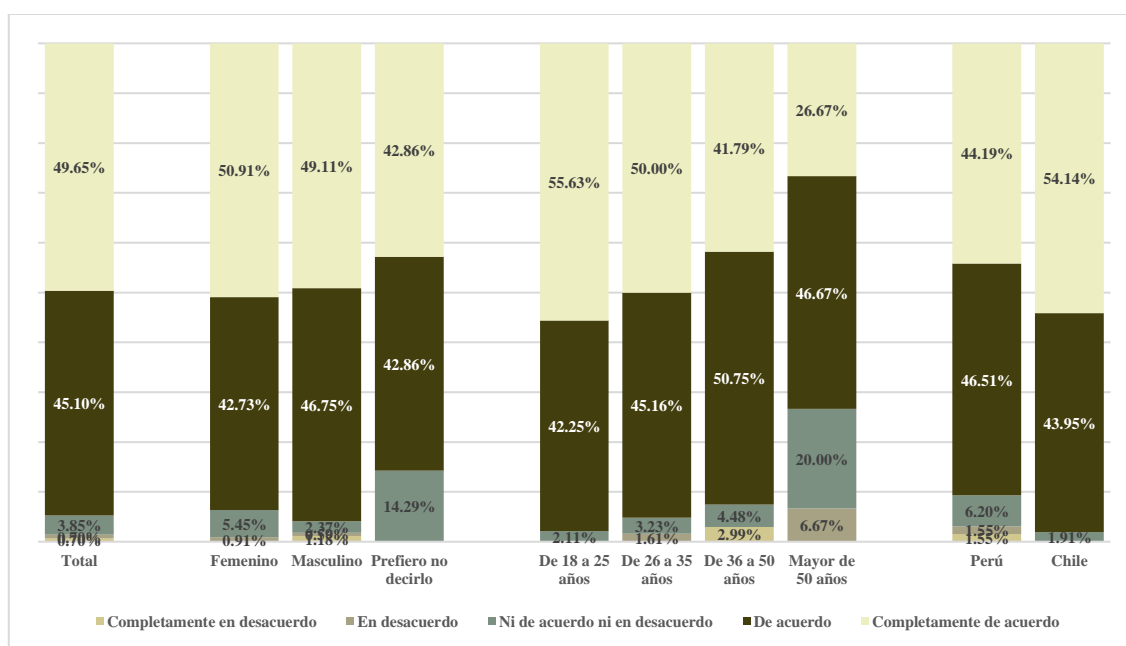
Nota. La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 2 de la variable INF, el cual hace referencia a la dimensión: pensamiento de las personas influyentes en el comportamiento.

## Anexo 4: Pensamiento de las personas cuyas opiniones son valoradas sobre el uso de billeteras digitales (INF3)



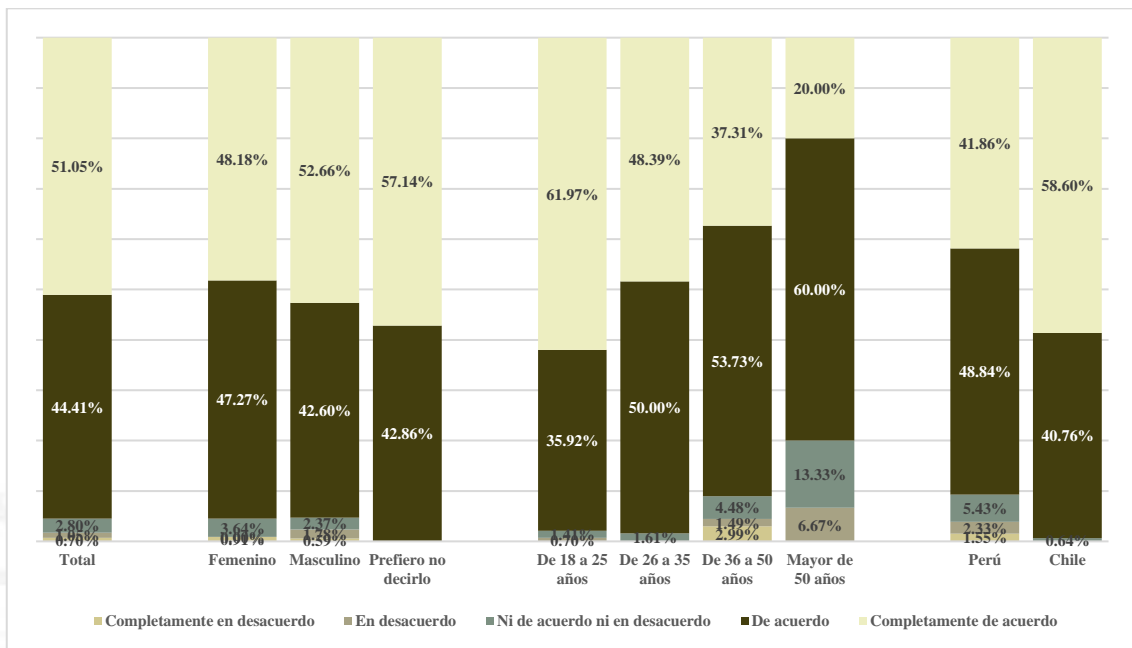
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 3 de la variable INF, el cual hace referencia a la dimensión: pensamiento de las personas cuyas opiniones son valoradas.

## Anexo 5: Percepción de las ventajas de las billeteras digitales (BEN1)



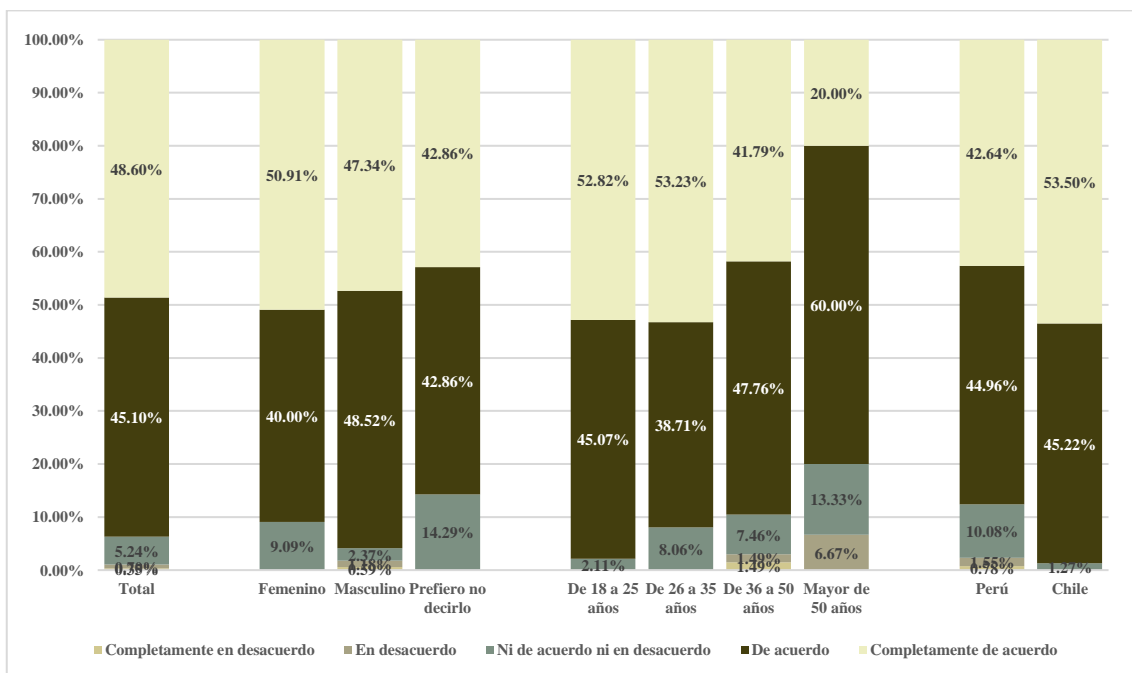
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 1 de la variable BEN, el cual hace referencia a la dimensión: ventajas.

## Anexo 6: Percepción de la facilidad y rapidez de las billeteras digitales (BEN2)



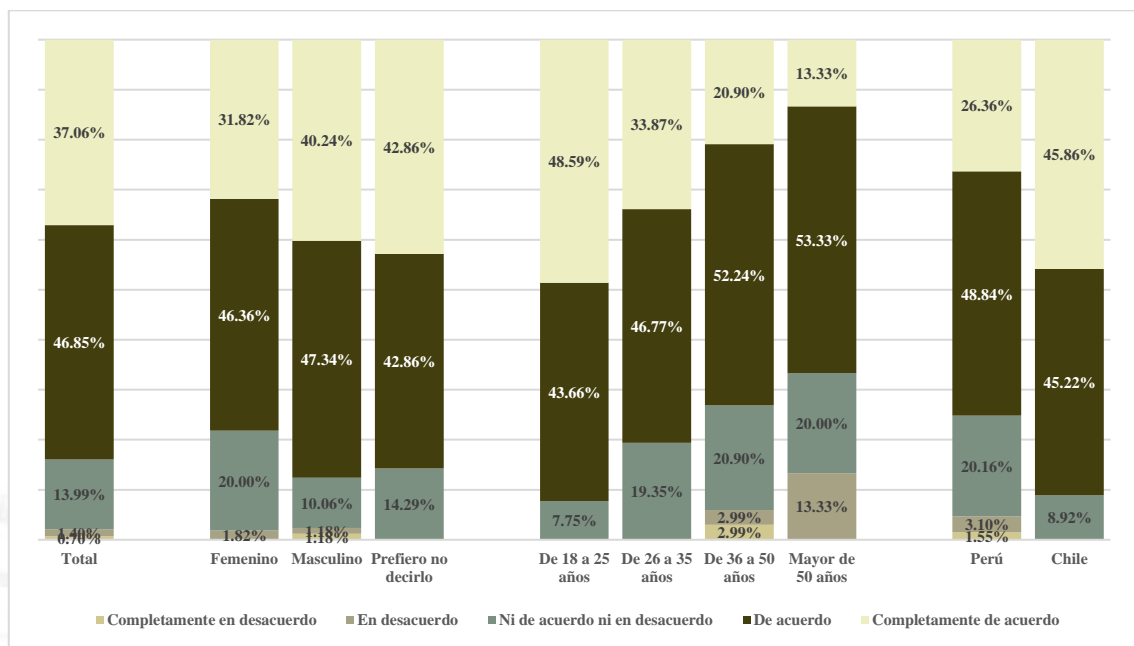
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 2 de la variable BEN, el cual hace referencia a la dimensión: facilidad y rapidez de uso.

## Anexo 7: Percepción de la utilidad de las billeteras digitales (BEN3)



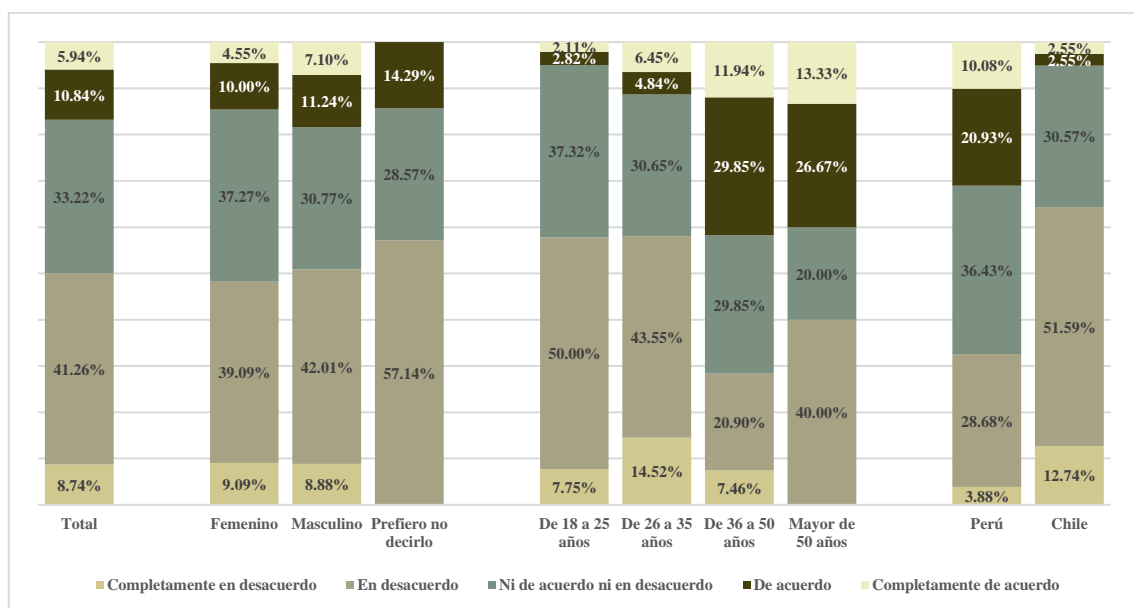
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 3 de la variable BEN, el cual hace referencia a la dimensión: utilidad.

## Anexo 8: Percepción del rendimiento de las billeteras digitales (BEN4)



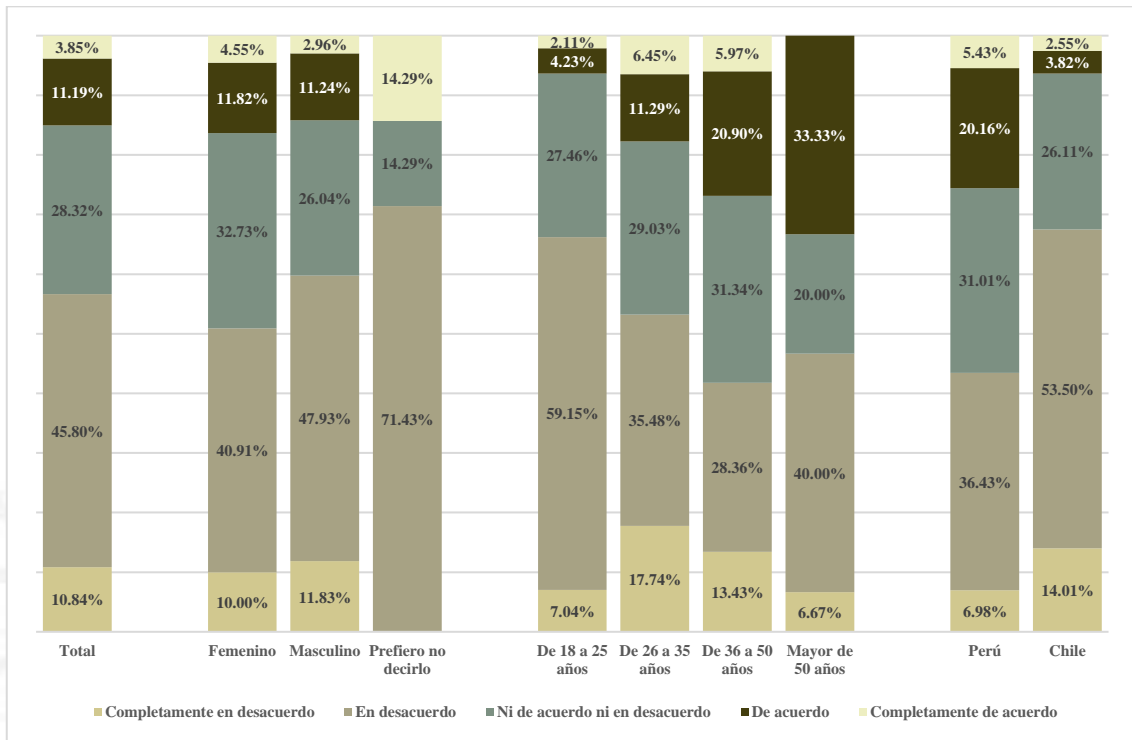
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 4 de la variable BEN, el cual hace referencia a la dimensión: rendimiento.

## Anexo 9: Asociación de alto nivel de riesgo en el uso de billeteras digitales (RIP1)



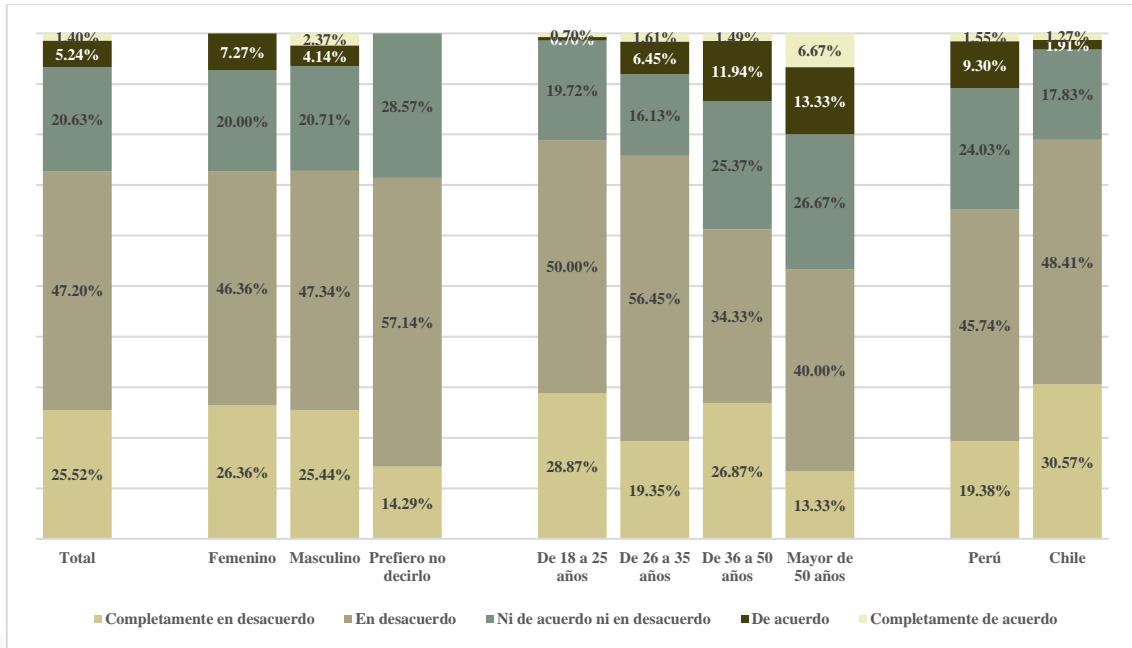
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 1 de la variable RIP, el cual hace referencia a la dimensión: asociación con alto nivel de riesgo.

## Anexo 10: Percepción del nivel de incertidumbre al utilizar las billeteras digitales (RIP2)



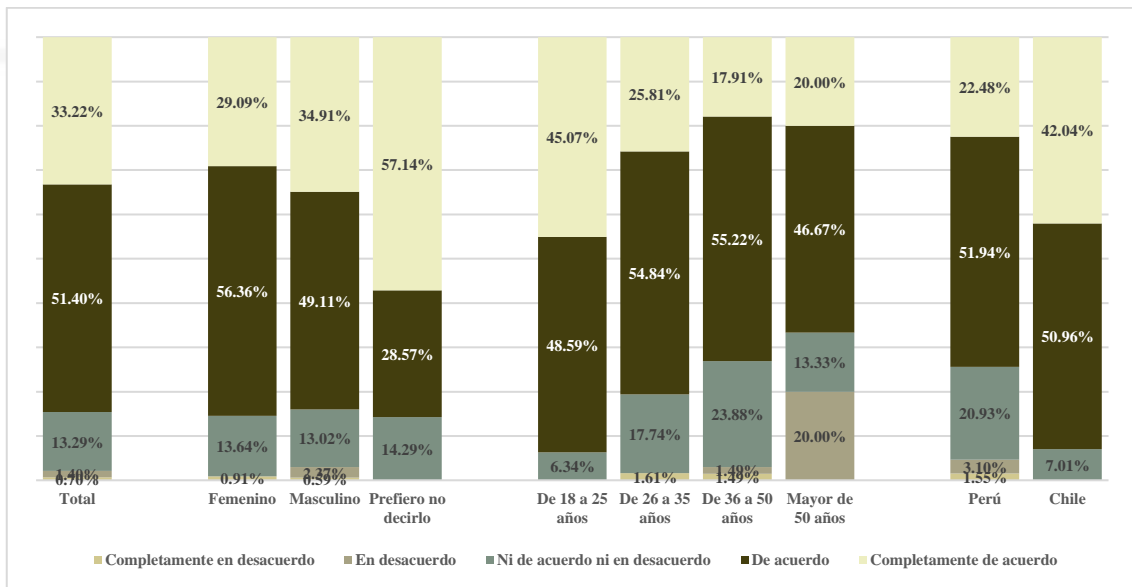
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 2 de la variable RIP, el cual hace referencia a la dimensión: nivel de incertidumbre.

## Anexo 11: Percepción del bajo beneficio de las billeteras digitales en comparación con entidades financieras tradicionales (RIP3)



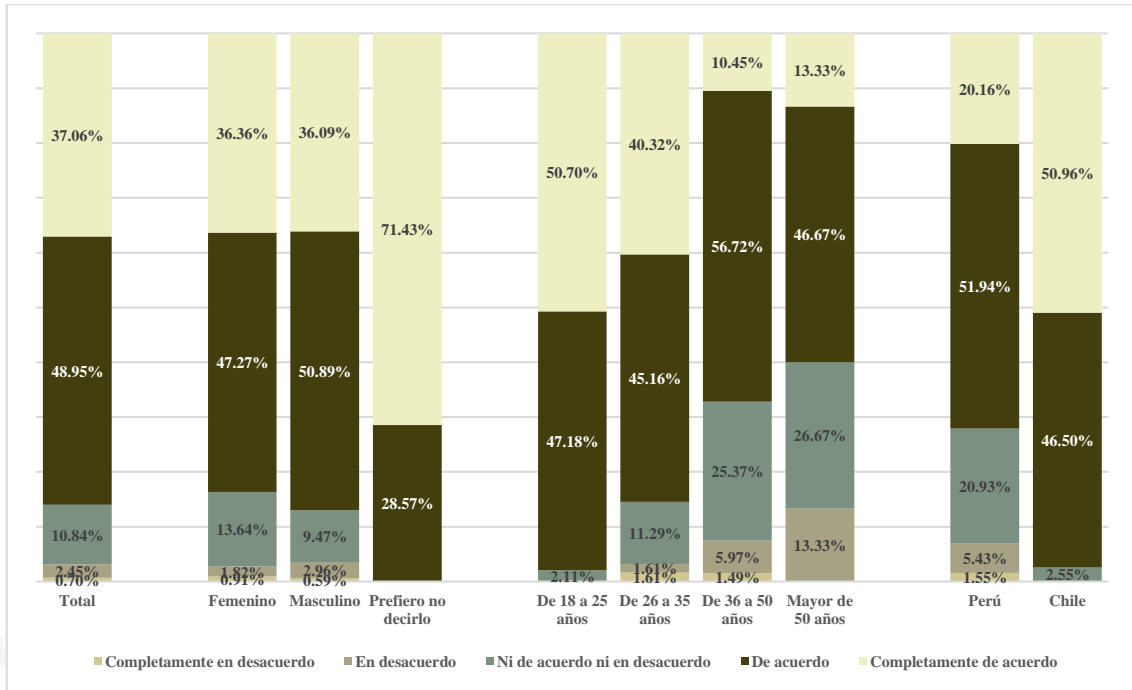
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 3 de la variable RIP, el cual hace referencia a la dimensión: comparación con servicios financieros tradicionales.

## Anexo 12: Percepción de la seguridad en los sistemas de las billeteras digitales (COP1)



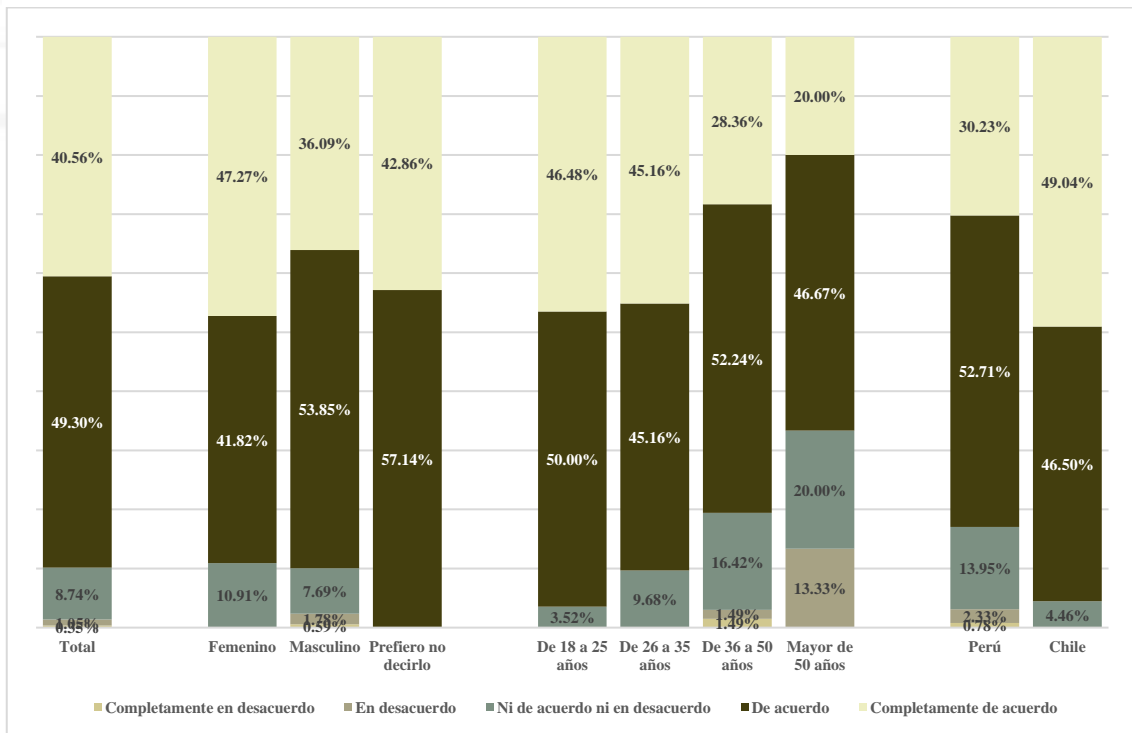
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 1 de la variable COP, el cual hace referencia a la dimensión: Seguridad de los sistemas de las billeteras digitales.

## Anexo 13: Confianza percibida de los sistemas de las billeteras digitales (COP2)



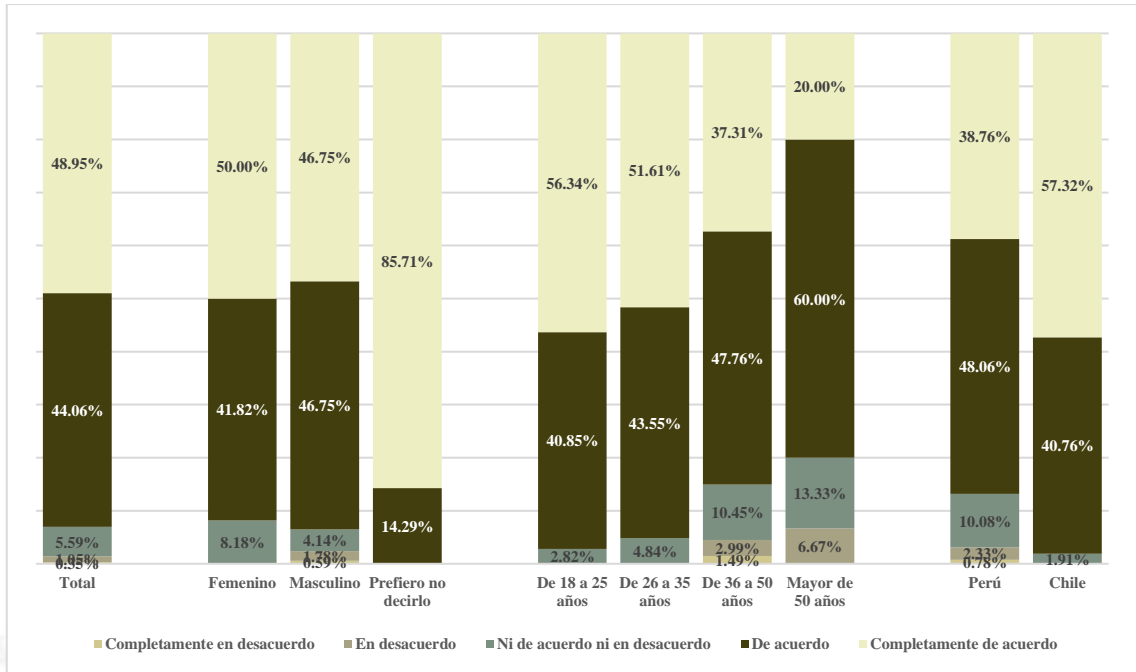
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 2 de la variable COP, el cual hace referencia a la dimensión: Confianza percibida.

### Anexo 14: Intención de adopción de uso a futuro (INT1)



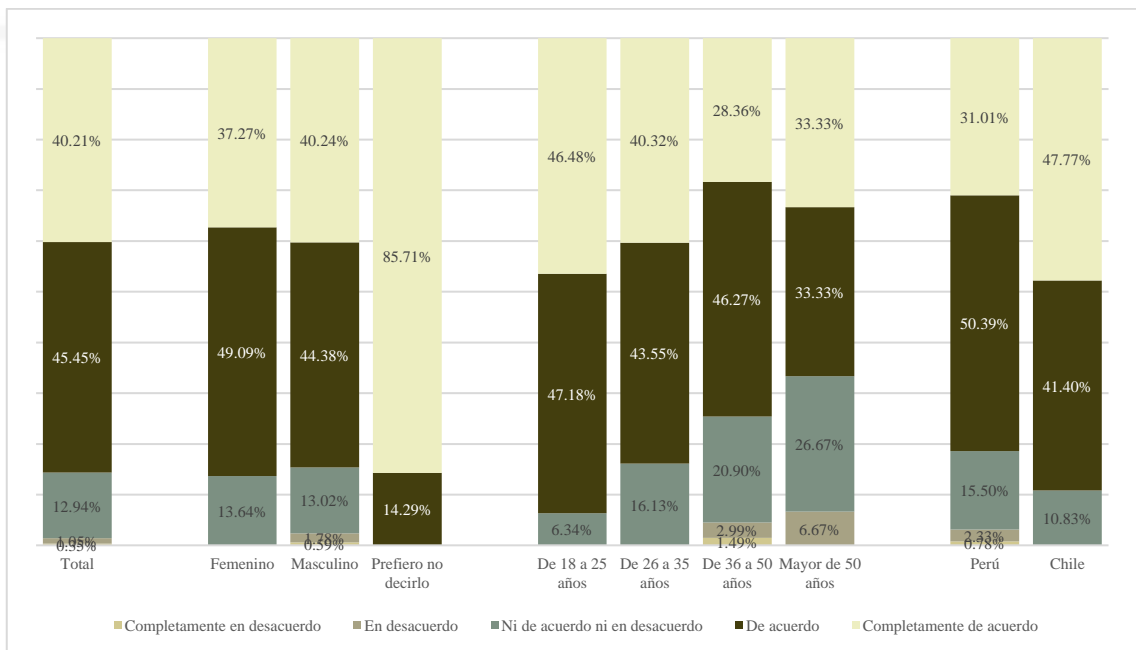
*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 1 de la variable INT, el cual hace referencia a la dimensión: adopción de uso a futuro

### Anexo 15: Percepción de la frecuencia de uso de las billeteras digitales a futuro (INT2)



*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 2 de la variable INT, el cual hace referencia a la dimensión: percepción de frecuencia de uso a futuro.

## Anexo 16: Nivel de recomendación de uso de las billeteras digitales (INT3)



*Nota.* La figura muestra la distribución de respuestas del ítem 3 de la variable INT, el cual hace referencia a la dimensión: nivel de recomendación de uso.

# 10% Overall Similarity




The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

## Filtered from the Report

- Small Matches (less than 15 words)

---


## Top Sources

- 9%  Internet sources
- 3%  Publications
- 8%  Submitted works (Student Papers)

---

## Integrity Flags

### 1 Integrity Flag for Review

-  **Hidden Text**  
979 suspect characters on 23 pages  
Text is altered to blend into the white background of the document.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.