

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN



**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN**

**“Modelo de aceptación tecnológica UTAUT y su relación con la intención de uso
de aplicativos móviles de pago en Piura 2023”**

Línea de Investigación:
Marketing

Autoras:

Panta Periche, Cruz María
Querevalú Tume, Leydee Marylle

Jurado evaluador:
Presidente: Ramos Flores Francisco
Secretario: Sánchez Pacheco Luis
Vocal: Millones Coronel Jose

Asesor:
Ugarriza Gross Gustavo

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5724-9179>

PIURA - PERÚ

2023

Fecha de sustentación: 2024/04/17

Modelo de aceptación tecnológica UTAUT y su relación con la intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023

INFORME DE ORIGINALIDAD

7%

INDICE DE SIMILITUD

7%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

repositorio.upao.edu.pe

Fuente de Internet

3%

2

manglar.uninorte.edu.co

Fuente de Internet

2%

3

hdl.handle.net

Fuente de Internet

2%

Excluir citas Activo Excluir coincidencias < 2%

Excluir bibliografía Activo

A handwritten signature in black ink on a light blue background. The signature is cursive and appears to read 'G. Ugarriza Gross'.

MG. GUSTAVO UGARRIZA GROSS
ASESOR

Declaración de originalidad

Yo, Ms. Gustavo Ugarriza Gross, docente del Programa de Estudio de Administración, de la Universidad Privada Antenor Orrego, asesor de la tesis de investigación titulada “Modelo de aceptación tecnológica UTAUT y su relación con la intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023”, autoras, Panta Periche, Cruz Maria y Querevalú Tume, Leydee Marylle, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 7%.
Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software Turnitin el 18 de diciembre del 2023).
- He revisado con detalle dicho reporte y la tesis, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las normas establecidas por la Universidad.

Piura, 18 de diciembre del 2023

Apellidos y nombres del asesor: Ms. Gustavo Ugarriza Gross

DNI: 18181673

ORCID:
0002-



<https://orcid.org/0000-5724-9179> FIRMA:

Apellidos y nombres del autor: Panta Periche, Cruz Maria

DNI:74628528

FIRMA: 

Apellidos y nombres del autor: Querevalú Tume, Leydee Marylle

DNI: 72697730 FIRMA:



PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

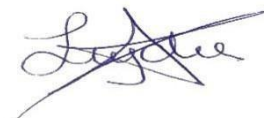
De acuerdo con el cumplimiento de las disposiciones del reglamento de grados y títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, exponemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: “Modelo de aceptación tecnológica UTAUT y su relación con la intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023”

Desarrollado con el fin de obtener el título de Licenciado en Administración. El objetivo principal es: Establecer la relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

A ustedes miembros del jurado, mostramos nuestro especial y mayor reconocimiento por el dictamen que se haga merecedor y correspondiente del presente trabajo.



Br. Panta Periche
Cruz Maria



Br. Querevalu Tume
Leydee Marylle

DEDICATORIA

Mi tesis está dedicada a Dios por ser siempre mi guía, por brindarme sabiduría y fortaleza para superar cada obstáculo y dificultades a lo largo de mi vida personal y profesional. A mi padre quien fue mi mayor ejemplo a seguir y que ahora desde el cielo me cuida, a mi madre por sus consejos y apoyo incondicional en todo momento. A mis hermanos por creer y confiar en mí siempre.

Panta Periche Cruz Maria

La presente tesis es dedicada a Dios por brindarme la vida de poder realizarme como profesional, a mis padres y hermanos por ser el motor y fuerza para poder salir adelante.

Querevalú Tume Leydee Marylle

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por sus infinitas bendiciones y por habernos permitido llegar a donde estamos ahora y poder realizar la tesis.

A nuestros padres por su apoyo incondicional y por confiar en cada uno de nosotras, por alentarnos y motivarnos a largo de nuestra vida para alcanzar cada una de nuestras metas.

A nuestra casa de estudios UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO por habernos brindado una formación de calidad y necesaria para desarrollar de manera exitosa nuestra tesis.

Asimismo, agradecer de manera especial a nuestro Ms Gustavo Ugarriza Gross por habernos compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de nuestra investigación, por la paciencia y su constante apoyo para el desarrollo de nuestro trabajo.

Las autoras.

RESUMEN

El presente estudio surge del interés de las autoras por explicar la creciente adopción de la tecnología móvil en las transacciones financieras y por ello el objetivo general fue establecer la relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023. Se trató de una investigación básica,

no experimental con enfoque cualitativo, corte transversal y diseño correlacional. La población fueron personas residentes en la ciudad de Piura, mayores de 18 años y que utilicen los aplicativos móviles de pago. La muestra estuvo constituida por 384 personas a quienes se aplicó una encuesta que incluyó un cuestionario de 19 preguntas que incluye dimensiones e indicadores tanto del modelo UTAUT como de la intención de uso. De los resultados de este estudio se concluye que la variable modelo UTAUT con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.260 esto es cuando la variable modelo UTAUT mejora, la variable intención de uso también mejora de manera débil.

Palabras clave: Modelo UTAUT, intención de uso, aplicativo móvil

ABSTRACT

This study emerges from the author's interest to explain the increasing adoption of mobile technology in financial transactions and because of this the general objective was to establish the relationship between the UTAUT model and the intention of using mobile applications in Piura 2023. This was a basic non experimental research, with quantitative approach, cross sectional type and correlational design. The population were people who used the mobile applications. The sample were 384 persons to whom were applied a survey which included a 19 items questionnaire. This instrument included dimensions and indicators of UTAUT model and intention of use. From the results it was concluded that the UTAUT model and the intention of use have a positive and weak relationship obtaining a level of 0.000 ($p < 0.05$) and a Spearman coefficient of 0.260. It means that when the variable UTAUT model improves, the variable intention also improves in a weak way.

Keywords: UTAUT model, intention of use, mobile application

INDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INDICE DE CONTENIDOS	ix
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE FIGURAS	xii
I. INTRODUCCIÓN	13
1.1. Formulación del Problema	13
1.1.1. Realidad problemática	13
1.1.2. Enunciado del problema	15
1.2. Justificación	15
1.3. Objetivos	17
1.3.1. Objetivo general	17
1.3.2. Objetivos específicos	17
II. MARCO DE REFERENCIA	18
2.1. Antecedentes	18
2.1.1. A nivel internacional	18
2.1.2. A nivel nacional	19
2.1.3. A nivel local	21
2.2. Marco teórico	22
2.2.1. Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT)	22
2.2.2. Expectativa de Rendimiento.....	23
2.2.3. Expectativa de Esfuerzo	23
2.2.4. Influencia Social	23
2.2.5. Condiciones Facilitadas	24
2.2.6. Autoeficiencia y Ansiedad	24
2.2.7. Intención de uso	25
2.3. Marco conceptual	27
2.4. Hipótesis	28
2.5. Variables	29

MATERIAL Y MÉTODOS	30
2.6. Material	30
2.6.1. Población	30
2.6.2. Marco muestral	30
2.6.3. Unidad de análisis	30
2.6.4. Muestra	30
2.7. Métodos	31
2.7.1. Diseño de contrastación	31
2.7.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos	32
3.2.2.1. Encuesta	32
3.2.2.3. Procesamiento y análisis de datos	32
III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	34
3.1. Presentación de resultados	34
3.2. Discusión de resultados	43
CONCLUSIONES	47
RECOMENDACIONES.....	48
REFERENCIAS	49
ANEXOS	52

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	29
Tabla 2. Operacionalización de la variable intensidad de uso de aplicativos móviles de pago.....	29
Tabla 3. Prueba de Normalidad Kolmogorov-Smimov	35
Tabla 4. Interpretación Coeficiente de Spearman	36
Tabla 5. Relación entre el desempeño esperado y la intención de uso los aplicativos	37
Tabla 6. Relación entre el esfuerzo esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura	38
Tabla 7. Relación entre la facilidad de condiciones y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura	39
Tabla 8. Relación entre la influencia social y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023	40
Tabla 9. Relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura	41
Tabla 10. Prueba Chi Cuadrado	42

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Modelo UTAUT. Tomado de Venkatesh, et al. (2003).	22
---	----

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Formulación del Problema

1.1.1. Realidad problemática

El uso del dinero físico ha ido reduciéndose en el mundo, sobre todo en países más desarrollados. El notable desarrollo de la tecnología de telecomunicaciones, ha creado para los consumidores nuevas opciones que abarcan muchos ámbitos. Por ejemplo, hoy es posible comprar sin acudir presencialmente a una tienda y los consumidores hacen operaciones financieras desde su celular. Entre estas nuevas tecnologías, ahora se puede hacer pagos por medio de dispositivos móviles. La irrupción en este mercado de empresas de rubro no financiero como Apple Inc, (con su aplicación Apple pay), Tencent Holdings Limite (con WeChat), Google LLC (con Google Pay), PayPal Holdings, Inc (con Paypal) y otras no solo permiten a los usuarios usar métodos de pago innovadores y amigables, sino que han extendido sus aplicaciones a cualquier ámbito de la cotidianidad de los consumidores. El llamado pago móvil está referido a los servicios para realizar pagos por medio de celulares. Así, los clientes pueden utilizar sus teléfonos en muchas formas, que abarcan compras en tiendas y la adquisición de servicios y bienes en establecimientos físicos como supermercados, bodegas, comprar entradas para conciertos o el pago de taxis e incluso de servicios como gasfitería, albañilería y otros. Como avanzado método de pago electrónico, este pago móvil ha crecido notoriamente a nivel mundial. Este pago tiene las bondades de la conveniencia y rapidez para sus usuarios que, sumado a la gran penetración en el mercado de los celulares, explica su amplia aceptación. (Luna et al, 2019)

En los países latinoamericanos, se usa todavía el dinero en efectivo como medio de pago en las tiendas. Sin embargo, la digitalización ha logrado ampliar de servicios a costos accesibles y con diseños amigables. Por ello, resulta relevante conocer los factores que inciden la intención de uso por parte de las personas de estos novedosos medios de pago. Worldpay Group plc en su reporte Global Payment Report (2020) indica que “las formas en que pagamos surgen de nuestras culturas, hábitos e

innovaciones, y de la tecnología que tenemos a nuestro alcance”. Un factor de apoyo para la adopción de métodos digitales fue la emergencia sanitaria generada por el covid-19, pues en el mundo las transacciones debieron realizarse respetando el distanciamiento social. La firma consultora Capgemini SA publicó su reporte Informe Open Data (2020) en el que se indica que en el 2023 los pagos digitales sumarán 1,1 billones de dólares. Es cierto que se menciona la crisis económica mundial, la recesión en una serie de mercados y la reducción del gasto en rubros no necesarios. No obstante, la pandemia también ha generado al incremento de los métodos de pagos no monetarios y una muy fuerte migración hacia lo virtual como nunca antes. Según el informe de la consultora Minsait (2020), los pagos digitales han tenido un gran impulso debido a las medidas de distanciamiento que la emergencia sanitaria del Covid 19 exigía. Esta coyuntura hizo que la población, de distintas generaciones deje de utilizar la forma de pago tradicional y por el contrario se aventure a aplicar novedosas formas de pagar sus productos o servicios. La consultora McKinsey & Company, Inc, en su Global Payments Report (2020) indica que las naciones que con anterioridad tenían la infraestructura y los medios virtuales requeridos han afrontado con mejores resultados este cambio. Empero, en los países latinoamericanos, este equipamiento es insuficiente y todavía subsiste el temor a de utilizar los medios digitales, el cambio hacia lo digital será paulatino y el dinero en efectivo mantendrá su hegemonía.

En el Perú, los aplicativos móviles de pago tienen el respaldo de los bancos más representativos que operan en el país: Así Yape es la aplicación del Banco de Crédito del Perú (BCP), Plin es la del Banco

Internacional del Perú (Interbank) y Luquita es la del Banco Bilbao Vizcaya (BBVA). Estas aplicaciones Se descargan en el celular y el cliente vincula su número telefónico a una cuenta de ahorros. De esta forma, está listo para realizar operaciones a través del celular a sus contactos siempre que cuenten con la misma aplicación sin que sea necesario saber el número de cuenta de la persona con quien hace la operación y sin contar una clave de seguridad. Todos los bancos que hoy disponen de estas aplicaciones móviles sostienen que la competencia no es entre bancos sino contra el dinero en efectivo. Con acuerdo a Ortiz (2020), el caso más conocido es el

de Yape, aplicación del Banco de Crédito. “En junio del año pasado celebramos nuestro primer millón de afiliados a Yape. Ahora ya tenemos más de 3’400.000 usuarios y vamos a terminar el año con un poco más de cinco millones. El ritmo de afiliación diaria se ha duplicado en comparación con [el registrado] antes de la pandemia”, explica a El Comercio Luis Alfonso Carrera, CEO de Yape.

A nivel de Piura, también es fácil advertir un fuerte crecimiento del uso de estos aplicativos móviles de pago, que por su amigabilidad son utilizados en muchas operaciones cotidianas. Como ocurre con las aplicaciones tecnológicas, en un primer momento, aplicaciones como Plin, Yape o Lukita, tuvieron rápida aceptación entre millennials y centennials debido a que son prácticamente nativos digitales y están familiarizados con el uso de las operaciones virtuales. Sin embargo, la facilidad de uso y posteriormente la pandemia hicieron que otras generaciones como la generación X y los baby boomers también accedan y utilicen estos novedosos medios de pago. En este sentido, es importante conocer los factores que condicionan el uso de este tipo de aplicativos móviles. Por ello, asociar esta intención de uso con una teoría ampliamente validada es un interesante ejercicio. En ese sentido existe la teoría unificada de aceptación y uso de tecnología, conocida por sus siglas en inglés UTAUT, que tiene por objetivo analizar la aceptación y el uso de alguna tecnología entre usuarios o clientes de alguna aplicación. De allí que se busque explicar a través de esta teoría la intención de uso de estos aplicativos móviles de pago en la ciudad de Piura

1.1.2. Enunciado del problema

¿Cuál es la relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023?

1.2. Justificación

- Teórica: Esta investigación se justifica desde el punto de vista teórico ya que para su estructura y desarrollo se basará en teorías de reconocidos autores de las materias que se abordan. Para la variable modelo UTAUT, se utilizará la teoría de Venkatrsh et al (2003) pero adaptada a la

tecnología actual. Y para la variable intención de compra se basará en la teoría de Chu y Lu (2007). Otro autor en los que se basa la fundamentación de la intención de uso son Bebbler et al (2017) y como autores clásicos se ha revisado la teoría de Ajzen y Fishbein (1980). Los hallazgos que se consigan podrán ser de utilidad para consolidar las mencionadas teorías o podrían aportar nuevos descubrimientos que se originen de la presente investigación. Sin duda, los usos de los medios móviles de pago han cambiado parcialmente los hábitos de los consumidores y se justifica plenamente estudiarlos con profundidad.

- Práctica: La justificación de carácter práctico para la presente investigación radica en que los bancos e instituciones financieras que ofrecen aplicativos móviles de pago podrán obtener información que les oriente respecto a las estrategias que deben formular para captar y fidelizar a su clientela. Estas estrategias implican facilitar los pagos evitando procesos complejos o riesgosos que desalienten a los clientes actuales y potenciales de los bancos, cajas y financieras.

- Metodológica: Este estudio, para su desarrollo utilizará instrumentos validados por expertos y modificados con acuerdo a las características del estudio y ello puede ofrecer nuevos aportes al tema que la investigación aborda. Los cuestionarios utilizados en investigaciones anteriores referidas al uso de tecnología de amplio uso, han sido adaptados para su aplicación para el caso de los medios móviles de pago. Considerando que ya vienen apareciendo otras aplicaciones vinculadas a pagos o a programas de fidelización, el instrumento elaborado podrá utilizarse como base para ser utilizado en ulteriores investigaciones sobre las nuevas aplicaciones móviles. Este instrumento se basa en el cuestionario desarrollado en la Universidad de Salamanca por Briz-Ponce et al (2016).

- Social: El presente estudio posee una justificación de carácter social porque dada la amplia aceptación y utilidad percibida que las aplicaciones móviles tienen entre consumidores y empresas,

especialmente mypes, el identificar los fundamentos de su aceptación permitirá que las instituciones financieras puedan depurar y mejorar estas aplicaciones facilitando las transacciones, más aún en este caso en el que esta herramienta es de uso masivo y favorece las compras y ventas de los interesados.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Establecer la relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la relación entre el desempeño esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.
- Evaluar la relación entre el esfuerzo esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.
- Establecer la relación entre la facilidad de condiciones y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.
- Establecer la relación entre la influencia social y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes

2.1.1. A nivel internacional

Hernández (2019) sustentó en Chile su tesis titulada “Estudio sobre los factores que afectan el comportamiento respecto a la intención de uso de aplicaciones móviles tipo delivery” La investigación buscó identificar los factores que mayor influencia tienen en la conducta de las personas con relación a la intención de uso de aplicativos móviles de delivery, esta información es clave para el diseño estrategias de marketing de las empresas que tienen ese tipo de servicio tanto para incrementar el conocimiento de marca como para hacer más masivo el uso de estas aplicaciones. El estudio comenzó iterando entre distintos modelos de

cuestionarios para recoger la información requerida por medio de una encuesta online, y se seleccionó el modelo UTAUT 2, debido a que se enfoca en un entorno de consumo, y por ello se adecuaba al propósito de la investigación y al tipo de negocios que usan estas aplicaciones. Para analizar la data recopilada por medio de las encuestas, se utilizaron dos programas, el primero SPSS statistics y el segundo fue SPSS AMOS. La técnica utilizada fue la encuesta y para ello se elaboró un cuestionario que sirvió de instrumento y se encuestó a un total de 370 personas. Los resultados señalan que los elementos Hábito, Valor, Precio, Facilidad de Condiciones e influencia social afectan directamente a la conducta de intención de uso de aplicativos de Delivery en Chile. En adición a ello, los resultados muestran que el hábito es el factor más influyente, este tiene un rol fundamental en comparación con el resto de los factores.

Sánchez (2018) presentó en la Universidad de Salamanca, España, su tesis titulada “Diseño de un modelo de adopción tecnológica para evaluar la aceptación de tecnologías móviles en el profesorado de primaria”. Tuvo como objetivo general formular un modelo de adopción de tecnología fundamentado en el Modelo TAM planteado por Davis (1989). Este modelo se adaptó para ser utilizado profesores de educación primaria. En primer lugar, se realizó una revisión sistemática de la literatura y un estudio de mapping para determinar el estado de la investigación en este campo, establecer cuáles son las prácticas más adecuadas e identificar áreas susceptibles de ser investigadas. En función de los resultados obtenidos en la revisión se elaboró la primera propuesta del modelo, la cual fue sometida a un proceso de validación de contenido por parte un grupo de expertos. Se utilizó una experiencia propia del autor en la ciudad de Macao, China. La conclusión de esta investigación fue el diseño de un modelo de nueve constructos: norma subjetiva, entretenimiento percibido, autoeficacia, compatibilidad, ansiedad móvil, condiciones de facilitación, facilidad de uso percibida, intención de conducta y utilidad percibida, que incluyó dos dimensiones: la indulgencia e individualismo que surgen de la teoría esbozada por Hofstede.

2.1.2. A nivel nacional

Bustamante y Paredes (2021) presentaron en Lima su tesis titulada “Factores según el modelo unificado de adopción y uso de tecnología (UTAUT 2) que influyen sobre la conducta de compra en habitantes del distrito de Barranco a través del comercio electrónico en supermercados 2020”. El objetivo de esta investigación fue determinar el nivel influencia de los factores planteados en el Modelo Unificado de Adopción y Uso de Tecnología (UTAUT 2) sobre el comportamiento de compra online de los consumidores residentes en el Distrito de Barranco y de qué manera los supermercados han conseguido adaptarse a este nuevo estilo de vida. La investigación tuvo un diseño de investigación correlacional causal, limitándose a establecer relaciones entre ambas variables sin determinar causalidad. La población considerada fueron ciudadanos de Barranco. Se desarrolló un muestreo por conveniencia siendo éste una técnica no probabilística de muestreo seleccionándose a 200 personas. La técnica fue la encuesta y su instrumento el cuestionario. Se concluye que el factor con mayor influencia sobre el comportamiento de compra es la expectativa de rendimiento, lo que implica que mientras más resultados positivos logran, mayores posibilidades de compra tendrán.

Arrunátegui y Tolentino (2021) sustentaron en Lima su tesis a la que titularon “Estudio Cualitativo del UTAUT: Identificación de factores para la adopción de la aplicación de pagos móviles YAPE en bodegas de distritos de Lima Metropolitana durante la pandemia por Covid-19”. La investigación apuntó a identificar qué factores influyen para que las bodegas adopten las aplicaciones móviles de pago y se eligió el aplicativo YAPE del BCP, que de acuerdo a los sondeos había tenido rápida acogida entre los dueños de bodegas. Como metodología, la investigación fue de enfoque cualitativo, de nivel descriptivo, y el diseño fue del modelo de caso múltiple. El recojo de la información se llevó a cabo por medio de entrevistas a profundidad a 15 titulares de bodegas que fueron los participantes del estudio y a 3 expertos del rubro de aplicativos móviles de pago y pequeños negocios. Con posterioridad, la información obtenida se analizó y codificó por medio del programa Atlas. Ti 8. Del análisis, se determinó que el modelo UTAUT es particularmente útil para identificar los más importantes para que las bodegas adopten el aplicativo de pago YAPE del BCP. No obstante, el estudio también mostró nuevas variables influyentes en el proceso de adopción

de esta aplicación. En adición a ello, el trabajo también brindó una explicación de las principales características comunes en los bodegueros y los negocios que utilizan esta aplicación de pago.

Devotto et al (2020) presentaron su tesis de maestría en Centrum Católica a la que titularon “Influencia de los factores del Modelo TAM en la intención de uso del YAPE”. Dicho estudio tuvo por objetivo identificar los factores del Modelo TAM que mayor influencia tienen en la intención de uso del Yape, aplicativo móvil de pago del Banco de Crédito del Perú. Esta investigación fue de tipo cuantitativo y de corte transversal. El modelo TAM desarrollado por Fred Davis se utilizó como referencia para las bases teóricas de la investigación ya que en estudios anteriores se había demostrado el impacto de dichos factores. El cuestionario que se usó fue el mismo utilizado la investigación realizada por los investigadores Pamakawa, Guerreiro y Rees. La muestra la constituyeron 408 clientes del

BCP que en ese momento no utilizaban el aplicativo móvil de pago Yape. Los resultados del estudio concluyen que la Compatibilidad con el Estilo de Vida de una persona es el factor que más influye sobre la intención de uso del referido aplicativo Yape.

2.1.3. A nivel local

Cortez y Neyra (2021) presentaron en la Universidad Privada Antenor Orrego filial Piura su tesis titulada “Modelo de aceptación tecnológica y la intención de compra por internet de la generación x en Piura 2021”. La investigación se centró en evaluar el Modelo de Aceptación Tecnológica, también llamado TAM como base para explicar las razones de intención de compra en línea de la generación X en Piura. El estudio se basó en una variante del referido modelo y para ello se tuvo por objetivo general establecer la relación existente entre el citado modelo TAM y la intención de compra online de la generación X en la ciudad de Piura 2021. Se trató de una investigación correlacional, descriptiva y transversal. La población considerada la conformaron individuos residentes en la ciudad de Piura y cuyas edades oscilaban entre 40 y 55 años. La muestra seleccionada fue de 384 personas a quienes se aplicó la técnica de la encuesta. Las conclusiones indican una existente relación positiva y altamente significativa

entre el Modelo TAM y la intención de compra en línea de la generación X en la ciudad de Piura.

More et al. (2018) presentaron su tesis la Universidad Cesar Vallejo, cuyo título fue: “Uso del comercio electrónico aplicando el modelo de aceptación tecnológica (TAM) en profesionales universitarios Piura-Perú 2018”, el objetivo del estudio fue identificar el uso del e-commerce basándose en el modelo TAM aplicado en individuos con grado universitario. Se trató de una investigación cuantitativa, aplicada, con orientación cuantitativa y de corte transversal. El diseño fue no experimental. La encuesta fue la técnica de recojo de datos. Se aplicó a 662 profesionales. Las conclusiones a las que arribaron los autores fue que los encuestados dominan las tecnologías de comercio electrónico, sin embargo, las habilidades para percibir el beneficio, las aplican fuera del hogar. Esto se da por el uso mayor de dispositivos. Proponen fomentar compras de productos y servicios en las páginas web, resaltando la facilidad de uso entre los profesionales universitarios.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Teoría Unificada de Aceptación y Uso de Tecnología (UTAUT)

Esta teoría surge de las semejanzas y discrepancias de ocho tipos de modelos, que fueron experimentados por Venkatesh en el 2003 en una investigación longitudinal hecha en cuatro empresas a individuos que estaban conduciendo el uso de la tecnología en el ambiente laboral. La investigación hecha a través de preguntas que van midiendo la construcción de estos ocho tipos de modelos, fueron puestos a prueba mediante tres etapas, desde el instante en que los trabajadores reciben la capacitación del uso tecnológico: el primero es el post-entrenamiento; el segundo es el mes siguiente de la implementación; y el tercero, seis meses próximos al darse la capacitación. El propósito en sí era debatir las características y participaciones que ofrecía cada clase de esquema para

desarrollar una Teoría Unificada de Aceptación Individual de la Tecnología.

Según el autor antes mencionado los resultados mostraron que existen cuatro elementos que son necesarios en la actitud del usuario hacia el uso de tecnología: perspectiva de esfuerzo, perspectiva de rendimiento, poder

social y facilidad de condiciones. También la edad, la voluntad, el género y la experiencia son factores imprescindibles que inciden directamente en la intención y el uso de la tecnología (Figura 1)

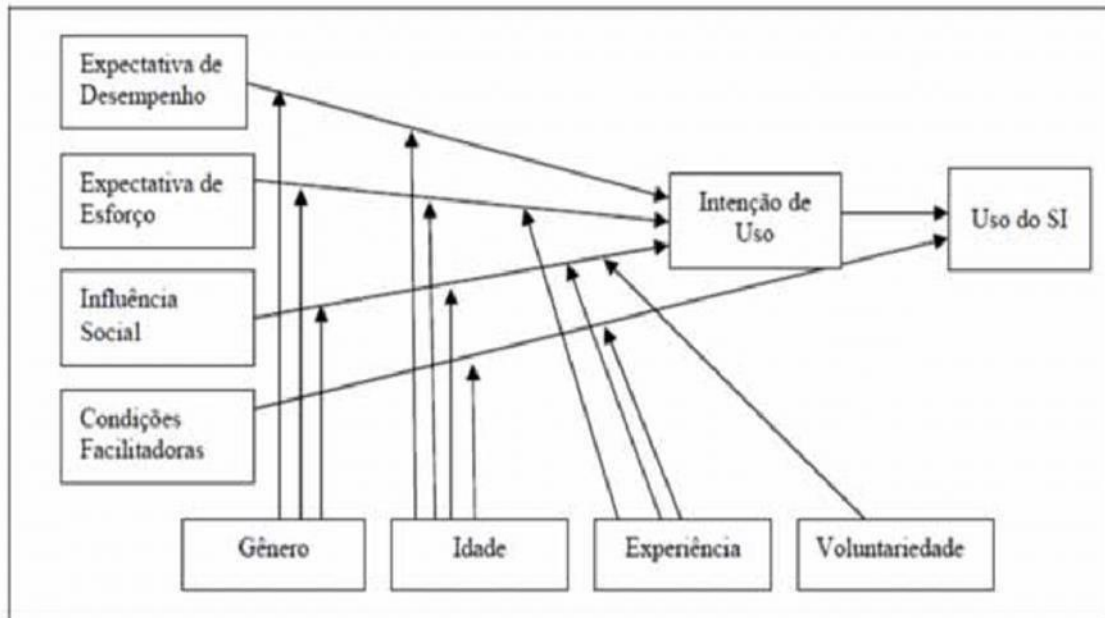


Figura 1. Modelo UTAUT. Tomado de Venkatesh, et al. (2003).
2.2.2. Expectativa de Rendimiento

Venkatesh et al., (2003) mencionan que la UTAUT identifica a esta dimensión como un factor clave en este modelo. Esta expectativa de rendimiento se refiere al grado en que una persona está convencida de que usar el sistema le ayudará a alcanzar metas en su desempeño laboral en la empresa donde trabaje. Este factor se torna como el más relevante del impulso de la conducta de la persona, ya que cada tipo estudiado para UTAUT siempre era importante. En el estudio, Expectativa de rendimiento puede ser controlada por la edad y el género. Las investigaciones de género diferente apuntan a que los seres humanos poseen una alta tendencia a orientarse a diversas actividades (Minton y Schneider 1980), así que el rendimiento que se basa en actividades, tiende a ser más importante en los seres humanos. Con respecto a la edad, los colaboradores jóvenes les dan mayor relevancia a las recompensas. Con respecto a esto, el primer supuesto dado por la UTAUT formula que la predominancia de la expectativa de rendimiento en el impulso de utilización será controlada por la edad y el

género, de tal forma que, el impacto sea más relevante en los seres humanos y sobre todo en los más jóvenes.

2.2.3. Expectativa de Esfuerzo

Venkatesh et al. (2003) conceptúan esta dimensión como el grado de facilidad con relación al uso del sistema. Y los autores mencionan que las primeras experiencias y contactos con el sistema son críticos en la actitud del usuario hacia seguir utilizando la nueva tecnología. Por otro lado, Plude y Hoyer (1985) afirman que este elemento es más importante para el sexo femenino que para el masculino. En relación a la intervención de la edad, se ha cerciorado que aumentando esta, también aumentan los obstáculos de procesar difíciles estímulos. Estos autores refiriéndose a UTAUT afirman que la expectativa de esfuerzo está notoriamente influenciada por las experiencias anteriores con las tecnologías, el género y también la edad, y por ello afirman que el impacto será más notorio para mujeres en las etapas iniciales de la vivencia.

2.2.4. Influencia Social

Venkatesh et al (2003) la definen como el grado que un individuo percibe que para el resto de personas de su entorno es importante que él use la nueva tecnología. Influir socialmente tiene un efecto en la conducta individual por medio de tres mecanismos; empezando por el cumplimiento, identificación e internalización. Esto hace que una persona cambie su intención de uso nada más en contestaciones a su entorno social. Esta teoría apunta a que el sexo femenino suele ser más sensibles a las críticas de los demás, por ello, la influencia social suele ser decisiva en el instante de aplicar tecnologías nuevas. La tercera suposición que surge de UTAUT menciona que el impacto de la influencia social acerca de la intención de aplicar la TIC está controlando la edad, el género la experiencia y la voluntariedad, de tal forma que, el impacto sería más fuerte con las mujeres de más edad en las fases primeras de la experiencia, sobre todo cuando el uso es obligatorio.

2.2.5. Condiciones Facilitadas

Según Venkatesh et al. (2003) este término da referencia al grado en que un potencial usuario considera que la organización que le da acceso a la tecnología tiene una infraestructura adecuada de protección para usar el sistema. Al ser importantes para usar el sistema la expectativa de esfuerzo y rendimiento, los medios facilitados no son críticos para conocer la intención de uso, eliminando el impacto debido a estar condicionado por la expectativa de esfuerzo. De lo contrario si tendrían un impacto directo acerca del uso certero de las TIC. Psicólogos de organizaciones señalan que los colaboradores de edades mayores dan más relevancia a recepcionar ayuda y asistencia en lo laboral. El cuarto supuesto A de UTAUT apunta que proporcionar las condiciones no aportará una importante influencia en el impulso de usar. El cuarto supuesto B de UTAUT apunta a que la influencia de las condiciones proporcionadas acerca del uso certero será controlado por la edad y la experiencia, de tal forma que, el efecto será más relevante para los colaboradores mayores.

2.2.6. Autoeficiencia y Ansiedad

Con respecto a la comparación de los tipos y las contestaciones dadas, el supuesto número cinco de UTAUT menciona que la autoeficiencia y ansiedad no influye de gran manera ni en el impulso de uso certero del sistema. Según Venkatesh, et al (2003), la intención de uso con respecto a los tipos discutidos, la sexta suposición de UTAUT afirma que la intención de uso posee una influencia afirmativa de gran importancia en el uso de las TIC.

2.2.7. Intención de uso

Tanto en el aspecto físico como tecnológico, la intención de compra da referencia a la posibilidad de que un cliente pueda poseer un servicio o un producto dentro de tiempo determinado. Es decir, se puede contextualizar como el instante en el que un cliente tiene el impulso de comprar y trata de involucrarse en el hecho de una transacción comercial, sea en un contexto offline o tecnológico.

La autora Lynda Andrews, siendo académica con la especialidad en el comportamiento de los usuarios tecnológicos, relata que la conducta hacia el entorno digital es uno de los elementos principales que afecta en la

intención de compra. En otras palabras, si un individuo posee algún modelo de suspicacia, celo o desconfianza hacia la ejecución de transacciones comerciales en la web o en apps de celulares de los últimos tiempos, su propósito de compra por internet se reducirá con gran importancia.

Ajzen y Fishbein (1980), que estudiaron las actitudes y su impacto en los futuros comportamientos, concuerdan con la investigadora Andrews y afirman que una certeza negativa o positiva o negativa con relación a la confiabilidad hacia la tecnología se advertirán directamente en comportamientos que podrían tener efectos adversos en su intención de uso de sistemas o tecnologías nuevas. Otros factores que pueden afectar son el contorno sociodemográfico del usuario y la colocación ante la adquisición tecnológica.

Los autores Ajzen y Fishbein (1980) también conceptúan a la intención del comportamiento como "la probabilidad subjetiva de un individuo que ejecutará una actitud" y también la conducta real como "la conducta de un individuo está determinado por el impulso de ejecutar esa conducta". Ambas definiciones aportan el inicio de partida para la evolución del marco teórico de la presente investigación. Por su parte Warshaw et al (1985) definen la intención de utilización como el grado en que las personas tienen una adecuada disposición para poder ejecutar o evadir la acción.

La intención de conducta siempre apuntará a la decisión de voluntad a desarrollar o no una acción en específico, o nada más al futuro comportamiento (Alkhunaizan & Love, 2012). Cabe resaltar que, según la mayor parte de investigaciones de conductas de la persona con respecto a la TI, IUB se piensa que es la parte de información más significativa como predictor de un comportamiento en específico (Venkatesh et al, 2003). Para la investigación, el instrumento asumirá la tarea de cuantificar la conducta de los profesionales hacia la utilización de las apps de pago.

Para Bebber et al (2017), la intención de uso es, desde un enfoque de la mercadotecnia, el impulso para adquirir un producto o servicio y es la fase final de decisión de compra que toda persona enfrenta diaria y cotidianamente. Para el caso de la presente investigación, la intención de uso se conceptualiza en la intención de utilizar una app de pago y la decisión de comprar un producto por las captaciones positivas del mismo. Su

relevancia es tanta, que tiene un papel importante en la conducta del usuario; el consumidor tiene la opción de seleccionar el producto deseado, pero al final quien decide si se compra o no, es la intención de comprar. Además, que cumple un papel significativo ya que contribuye a saber el comportamiento de compra de la persona. Así mismo para Athapaththu y Kulathunga (2018) señalan que los clientes que se sienten motivados a comprar positivamente y que han logrado construir actitudes y sentimientos positivos hacia la marca o el producto que necesita, tendrán mayor probabilidad de hacer alguna adquisición. Con respecto al tiempo, siempre hay una etapa en el que el consumidor indaga por información, selecciona lo deseado, hace una comparación con productos similares y finalmente busca su seguridad en la elección. En esta fase siempre afecta la información importante que se encuentra a disposición, junto con la confianza y otros medios que deben resaltar para obtener una intención de compra certera con respecto a los productos de una organización (Rozekhi et al, 2016).

2.3. Marco conceptual

- Actitud hacia el uso

“El modelo TAM sostiene que la actitud hacia el uso de un sistema de información está basada en dos variables antecedentes, la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida del sistema”. (Davis, 1989).

- APP.

“Una App o Aplicación es un programa informático, generalmente diseñado para funcionar en dispositivos móviles, que permite que el usuario lleve a cabo una o varias operaciones” (Gardner & Davis, 2013). - Aplicativo móvil de pago

“Aplicaciones que permiten pagar bienes y servicios desde tu smartphone sin necesidad de utilizar dinero en efectivo o una tarjeta de crédito física. Los pagos por móvil funcionan a través de un software que vincula tu smartphone, reloj inteligente o tableta con una tarjeta de crédito o cuenta bancaria,” (Enelx, 2020).

- Condiciones facilitadas

“Nivel en que la persona considera que la empresa posee la infraestructura técnica para proteger la utilización del sistema, descartando las fases naturales para usar la tecnología” (Venkatesh et al, 2003). - Esfuerzo esperado

“Es el nivel de facilidad con respecto a la utilización del sistema tal como es percibido por un usuario” (Venkatesh et al, 2003).

- Facilidad de uso percibida.

“Es grado en el que el usuario espera que el manejo de un determinado sistema conlleve la realización de menores esfuerzos.” (Davis, 1989).

Influencia social

“el nivel en el que una persona capta que para los demás individuos es relevante que él o ella utilice el sistema nuevo”. (Venkatesh et al, 2003).

Intención hacia el uso.

“Este factor explica la voluntad que tiene el usuario para utilizar el servicio móvil. Forma parte del modelo TAM original, y según lo señalado por Davis, es influenciado directamente por la actitud del usuario.” (Davis, 1989).

- Modelo TAM

“Esquema que busca explicar los factores que determinan el uso de las TIC por un número importante de usuarios. El TAM sugiere que la utilidad y la facilidad de uso son determinantes en la intención que tenga un individuo para usar un sistema.” (Davis, 1989).

- Pasarela de pago

Una pasarela de pago es un servicio que brinda un proveedor que autoriza pagos a negocios que realizan transacciones por comercio electrónico y además proporcionan una conexión segura entre la tienda online y el comprador final. (Alvites, 2020).

- UTAUT

“Es un modelo de aceptación de tecnología cuyo objetivo de esta teoría es explicar las intenciones de los usuarios para utilizar un sistema de información y su comportamiento en el uso subsiguiente.” (Venkatesh et al, 2003).

- Utilidad percibida

La utilidad percibida se orienta a conocer las evaluaciones de las personas acerca de las consecuencias que puede tener en la productividad de su trabajo el uso de un determinado sistema de información” (Davis, 1989).

2.4. Hipótesis

- Hipótesis de investigación (H1):
Existe una relación directa y significativa entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

- Hipótesis nula (H0):
No existe una relación directa y significativa entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

2.5. Variables

2.5.1. Operacionalización de variables

Tabla 1. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA	ITEMS
MODELO DE ACEPTACIÓN TECNOLÓGICA UTAUT	“El Modelo de Aceptación Tecnológica UTAUT es un modelo que busca explicar las intenciones de los usuarios para utilizar un sistema de información y su comportamiento en el uso subsiguiente (Venkatesh et al, 2003)	Este modelo será medido recogiendo la percepción de los actuales y potenciales usuarios respecto a los aplicativos móviles El cuestionario se ha diseñado con las .dimensiones propuestas por Verkates et al (2003)	Desempeño esperado	Ahorro Seguridad Flexibilidad	ORDINAL	1,2,3,4,5,6
			Esfuerzo esperado	Facilidad de descarga Facilidad de uso		7,8,9
			Influencia social	Influencia de terceros Influencia de la publicidad		10,11,12
			Facilidad de condiciones	Respaldo Amplitud		13,14,15

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Operacionalización de la variable intención de uso de aplicativos móviles de pago.

INTENCIÓN DE USO DE APLICATIVOS MÓVILES DE PAGO	“El grado en el que al consumidor le gustaría comprar determinado producto; generalmente está relacionada con el comportamiento, las percepciones y las actitudes” (Chu y Lu, 2007)	Esta variable se medirá recogiendo la voluntad del encuestado sobre el uso de los aplicativos móviles como medio de pago. Para ello se han considerado las dimensiones de Chu y Lu (2007)	Voluntad de uso	Nivel de interés Nivel de deseo	ORDINAL	16,17
			Decisión de uso	Descarga de aplicativo Recomendación		18,19

Fuente: Elaboración propia de las autoras

MATERIAL Y MÉTODOS

2.6. Material

2.6.1. Población

La población objeto de investigación está constituida por los pobladores de la ciudad de Piura, que tengan posibilidad de utilizar un aplicativo móvil de pago. Si bien no se conoce el número exacto, a nivel nacional, según el Banco Central de Reserva (2023) solo en Yape hay 12 millones de usuarios la proporción de la población de Piura permite afirmar que los usuarios exceden los 50,000 por lo que se considerará población infinita.

2.6.2. Marco muestral

Personas mayores de 18 años con posibilidad de utilizar un aplicativo móvil de pago.

2.6.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis es cada persona mayor de 18 años, residente en los distritos de Piura, Castilla o 26 de octubre con posibilidad de utilizar un aplicativo móvil de pago.

Como criterio de inclusión se indica que deben ser personas mayores de 18 años y que utilicen algún aplicativo móvil de pago. Como criterio de exclusión, no son objeto de esta investigación personas menores de edad o mayores que no utilicen ni tengan intención de usar algún aplicativo móvil de pago.

2.6.4. Muestra

Debido a que la población involucrada es mayor a 10,000 personas, para determinar el tamaño de la muestra se utilizará la fórmula correspondiente a poblaciones infinitas:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2}$$

Dónde:

- Z: 1.96
- P: 0.5 (50% de posibilidad)
- Q: 0.5 (50% sin posibilidad)
- N: tamaño de la población
- E: 0.05

Por lo tanto, la muestra estará constituida por 384 personas

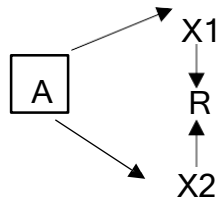
Como resultado de dicha fórmula se realizará la encuesta a 384 personas del público objetivo. Y se utilizará un muestreo estratificado proporcional con acuerdo a la siguiente tabla donde se incluye a los tres distritos de la ciudad de Piura:

Distrito	Población	Muestra
Piura	155934	130
Castilla	147693	124
26 de octubre	154824	130
TOTAL	458451	384

2.7. Métodos

2.7.1. Diseño de contrastación

La presente investigación tiene enfoque correlacional y transversal. El diseño para la contrastación es el llamado modelo descriptivo - correlacional, en el que se apunta a demostrar la naturaleza de la relación que existe entre el modelo UTAUT y la intención de uso de un aplicativo móvil de pago.



A = Muestra de la población:

X1 = Modelo UTAUT R

= Relación.

X2 = Intención de uso de un aplicativo móvil de pago.

2.7.2. Técnicas e instrumentos de colecta de datos

TECNICAS	INSTRUMENTOS
Encuesta	Cuestionario

3.2.2.1. Encuesta

Arias (2009), define encuesta como “una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de si mismo, o en relación con un tema particular”. Se ha seleccionado esta técnica por ser un método de investigación adecuado sobre todo si se trata de muestras grandes como es el caso. y permite recopilar obtener información de personas, en este caso de quienes pueden utilizar un aplicativo móvil de pago.

3.2.2.2. Cuestionario

El instrumento de recolección de datos será un cuestionario con escala de Likert que recoja las percepciones de los encuestados con relación al modelo UTAUT y a su intención de utilizar un aplicativo móvil de pago.

3.2.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Los datos conseguidos fueron analizados y procesados utilizando los programas, Microsoft Excel y el software SPSS en su versión 22 de

IBM. Con ello se podrán armar gráficos y tablas que permitan entender los resultados, facilitando la interpretación correspondiente. Con posterioridad los datos se someterán al test de normalidad de Kolmogorov - Smirnov con el fin de definir la prueba estadística idónea para la contrastación de la hipótesis. Con acuerdo a los resultados de esta prueba de normalidad, se utilizó la correlación de Spearman.

III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Presentación de resultados

Prueba de Normalidad

Se aplica a continuación la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, para muestras mayores a 50 elementos ($n=384$) para poder establecer si se aplica la prueba paramétrica de Pearson o la no paramétrica de Spearman, para ello es necesario plantear las siguientes hipótesis:

Ho: El comportamiento de los datos siguen una distribución normal.

(Aplica Pearson).

Hi: El comportamiento de los datos no siguen una distribución normal. (Aplica Spearman).

Al ser el valor $p < 0,05$ se procede a aceptar la hipótesis Hi y a rechazar la hipótesis nula Ho

Al ser el valor $p \geq 0,05$ se procede a aceptar la hipótesis Ho, y a rechazar la hipótesis afirmativa Hi

El Nivel de significancia empleado es $p= 0.05$

Tabla 3*Prueba de Normalidad de Kolmogorov-Smirnov*

		Desempeño Esperado	Esfuerzo Esperado	Influencia Social	Facilidad de Condiciones	Modelo UTAUT	Voluntad de Uso	Decisión de Uso	Intención de uso
N		384	384	384	384	384	384	384	384
Parámetros normales ^{a,b}	Media	4.37	4.05	3.94	4.30	4.07	4.05	4.42	4.13
	Desv.	0.549	0.706	0.637	0.635	0.410	0.838	0.761	0.635
Máximas diferencias extremas									
	Desviación Absoluto	0.346	0.283	0.334	0.296	0.446	0.230	0.336	0.320
	Positivo	0.346	0.274	0.304	0.296	0.446	0.189	0.224	0.320
	Negativo	-0.278	-0.283	-0.334	-0.250	-0.382	-0.230	-0.336	-0.300
Estadístico de prueba		0.346	0.283	0.334	0.296	0.446	0.230	0.336	0.320
Sig. asintótica(bilateral)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba no es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

En base a la tabla 3 que muestra el desarrollo de la prueba de normalidad se aprecia que los valores de significancia son para todos los casos 0.000 siendo así se cumple el siguiente parámetro:

Al ser el valor $p < 0,05$ se procede a aceptar la hipótesis H_1 y a rechazar la hipótesis nula H_0

Entonces se aprueba:

H_1 : El comportamiento de los datos no siguen una distribución normal. (Aplica Spearman)

Los valores de interpretación del coeficiente de Spearman se muestran a continuación:

Tabla 4 interpretación Coeficiente de Spearman

Rango de Coeficiente	Descripción de la Fuerza
± 0.81 a ± 1.0	Muy fuerte
± 0.61 a ± 0.8	Fuerte
± 0.41 a ± 0.6	Moderada
± 0.21 a ± 0.4	Débil
± 0.00 a ± 0.2	Muy débil

Nota. González (2018)

Objetivo específico 1: Identificar la relación entre el desempeño esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023. **Tabla 5**

Relación entre el desempeño esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura

	Desempeño Esperado	Intención de uso

Rho de Spearman	Desempeño Esperado	Coefficiente de correlación	1.000	,132**
		Sig. (bilateral)		0.010
	Intención de uso	N	384	384
		Coefficiente de correlación	,132**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.010	
		N	384	384

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

Interpretación

Según la tabla 5, la dimensión desempeño esperado con la variable intención de uso guardan una relación positiva muy débil, al obtener un nivel de significancia de 0.010 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.132 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera muy débil, por tanto, el desempeño esperado de los aplicativos móviles origina un efecto muy débil en su intención de uso.

Objetivo específico 2: Evaluar la relación entre el esfuerzo esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

Tabla 6

Relación entre el esfuerzo esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura.

			Esfuerzo Esperado	Intención de uso
Rho de Spearman	Esfuerzo Esperado	Coefficiente de correlación	1.000	,223**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Intención de uso	N	384	384
		Coefficiente de correlación	,223**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	

N

384

384

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

Interpretación

Según la tabla 6, la dimensión esfuerzo esperado con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.223 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera débil, por tanto, el esfuerzo esperado de los aplicativos móviles origina un efecto débil en su intención de uso.

Objetivo específico 3: Establecer la relación entre la facilidad de condiciones y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

Tabla 7

Relación entre la facilidad de condiciones y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura

			Facilidad de Condiciones	Intención de uso
Rho de Spearman	Facilidad de Condiciones	Coefficiente de correlación	1.000	,185**
		Sig. (bilateral)		0.000
	Intención de uso	N	384	384
		Coefficiente de correlación	,185**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	384	384

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

Interpretación

Según la tabla 7, la dimensión facilidad de condiciones con la variable intención de uso guardan una relación positiva muy débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.185 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera muy débil casi nula, por

tanto, la facilidad de condiciones de los aplicativos móviles origina un efecto muy débil en su intención de uso.

Objetivo específico 4: Establecer la relación entre la influencia social y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

Tabla 8

Relación entre la influencia social y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

			Influencia Social	Intención de uso
Rho de Spearman	Influencia Social	Coefficiente de correlación	1.000	,291**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	384	384
	Intención de uso	Coefficiente de correlación	,291**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	384	384

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

Interpretación

Según la tabla 8, la dimensión influencia social con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.291 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera débil, por tanto, la influencia social de los aplicativos móviles origina un efecto débil en su intención de uso.

Objetivo General: Establecer la relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

Tabla 9

Relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura.

			Modelo UTAUT	Intención de uso
Rho de Spearman	Modelo UTAUT	Coefficiente de correlación	1.000	,260**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	384	384
	Intención de uso	Coefficiente de correlación	,260**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	384	384

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

Interpretación

Según la tabla 9, la variable modelo UTAUT con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.260 esto es cuando la variable modelo UTAUT mejora, la variable intención de uso también mejora de manera débil, por tanto, los esfuerzos realizados en el modelo UTAUT con mejoras en desempeño esperado, esfuerzo esperado, condiciones de uso, influencia social lograda por los aplicativos móviles, permiten que su intención de uso mejore.

Contrastación de hipótesis

Para la contrastación de la hipótesis de investigación se desarrolla seguidamente la prueba no paramétrica Chi Cuadrado para ello se consideran las siguientes hipótesis:

- Hipótesis de investigación (H1):
Existe una relación directa y significativa entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.
- Hipótesis nula (H0):
No existe una relación directa y significativa entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

Los parámetros a cumplirse son los siguientes:

Al ser el p-valor < 0.05 se acepta la H_i y se rechaza la H_o

Al ser el p-valor $= > 0.05$ se acepta la H_o y se rechaza la H_i

Tabla 10

Prueba Chi Cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	93,066 ^a	6	0.000
Razón de verosimilitud	57.246	6	0.000
Asociación lineal por lineal	33.749	1	0.000
N de casos válidos	384		

a. 5 casillas (41,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,26.

Interpretación

En la tabla 10 se observa que el p-valor o significancia es 0.000 ($p < 0.05$) por lo cual el parámetro aceptado es el siguiente:

Al ser el p-valor < 0.05 se acepta la H_i y se rechaza la H_o Por tanto:

Hipótesis de investigación (H1): Existe una relación directa y significativa entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023.

Además, el valor de Chi Cuadrado = 93,066 $>$ 12,592 Chi cuadrado tabulado, por lo cual la aceptación de la hipótesis de investigación es corroborada.

3.2. Discusión de resultados

La presente investigación se enfocó en mostrar que el modelo UTAUT explicaba la intención de uso de los aplicativos móviles, focalizando el estudio a la ciudad de Piura en el 2023. En efecto, la rápida penetración de estas herramientas financieras puede explicarse de distintos enfoques y por ello se buscó analizar si el modelo UTAUT ofrecía un análisis plausible para entender el fenómeno de uso de estos

aplicativos móviles. Considerando la rápida adopción en su utilización, la muestra no requirió mayor esfuerzo debido a que muchas personas ya manejan estos aplicativos en sus operaciones financieras. Esto se da en todos los niveles, desde grandes comercios hasta en pequeños negocios y también en servicios como taxis o reparaciones del hogar.

El primer objetivo específico fue identificar la relación entre el desempeño esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023. Los resultados señalan que la dimensión desempeño esperado con la variable intención de uso guardan una relación positiva muy débil, al obtener un nivel de significancia de 0.010 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.132 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera muy débil, por tanto, el desempeño esperado de los aplicativos móviles origina un efecto muy débil en su intención de uso. Este resultado difiere del obtenido por Bustamante y Paredes (2021) quien en su investigación desarrollada en Lima y referida al comercio electrónico en supermercados encontró que el factor con mayor influencia sobre el comportamiento de compra es la expectativa de rendimiento, lo que implica que mientras más resultados positivos logran, mayores posibilidades de compra tendrán. El resultado tampoco concuerda con lo expresado por Venkatesh et al., (2003) quienes mencionan que la UTAUT identifica a esta dimensión como un factor clave en este modelo y que esta expectativa de rendimiento se refiere al grado en que una persona está convencida de que usar el sistema le ayudará a alcanzar metas en su desempeño laboral en la empresa donde trabaje. Los autores señalan que este factor se torna como el más relevante del impulso de la conducta de la persona, ya que cada tipo estudiado para UTAUT siempre era importante.

El segundo objetivo específico fue evaluar la relación entre el esfuerzo esperado y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023. Con relación a este objetivo los resultados señalan que la dimensión esfuerzo esperado con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.223 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera débil, por tanto, el esfuerzo esperado de los aplicativos móviles origina un efecto débil en su intención de uso. Al respecto Plude y Hoyer (1985) afirman que este elemento es más importante para el sexo femenino que para el masculino. Con relación a la

intervención de la edad, se ha cerciorado que aumentando esta, también aumentan los obstáculos de procesar difíciles estímulos. Estos autores refiriéndose a UTAUT afirman que la expectativa de esfuerzo está notoriamente influenciada por las experiencias anteriores con las tecnologías, el género y también la edad, y por ello afirman que el impacto será más notorio para mujeres en las etapas iniciales de la vivencia. Los bajos resultados en este estudio difieren de lo planteado por Sánchez (2018) quien en su investigación desarrollada en España, incluyó al esfuerzo esperado como variable crítica en su propuesta de modelo de adopción tecnológica para evaluar la aceptación de tecnologías móviles en el profesorado de primaria

Como tercer objetivo específico, esta investigación fijó establecer la relación entre la facilidad de condiciones y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023. Los resultados muestran que la dimensión facilidad de condiciones con la variable intención de uso guardan una relación positiva muy débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.185 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera muy débil casi nula, por tanto, la facilidad de condiciones de los aplicativos móviles origina un efecto muy débil en su intención de uso. Este resultado se alinea con lo expresado por Venkatesh et al. (2003), quienes señalan que al ser importantes para usar el sistema la expectativa de esfuerzo y rendimiento, los medios facilitados no son críticos para conocer la intención de uso, eliminando el impacto debido a estar condicionado por la expectativa de esfuerzo. También estos resultados se relacionan con los hallazgos de Hernández (2019) quien, en su investigación hecha en Chile, referida a los aplicativos tipo delivery, encontró que la Facilidad de Condiciones afecta directamente a la conducta de intención de uso de aplicativos de delivery en Chile. Otro estudio vinculado es el de More et al quien en su tesis realizada en Piura halló que los encuestados dominan las tecnologías de comercio electrónico, sin embargo, las habilidades para percibir el beneficio, las aplican fuera del hogar. Esto se da por el uso mayor de dispositivos. Proponen fomentar compras de productos y servicios en las páginas web, resaltando la facilidad de uso entre los profesionales universitarios.

El cuarto objetivo específico en el presente estudio fue establecer la relación entre la influencia social y la intención de uso los aplicativos móviles de pago en Piura 2023. Al respecto los resultados de esta investigación señalan que la dimensión

influencia social con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.291 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera débil, por tanto, la influencia social de los aplicativos móviles origina un efecto débil en su intención de uso. Esto se alinea con lo hallado por Devotto et al (2020) quien en Lima también analizó un modelo de intención de uso para el aplicativo Yape y encontró que la Compatibilidad con el Estilo de Vida, factor equivalente a la influencia social, de una persona es el factor que más influye sobre la intención de uso del referido aplicativo Yape. Los hallazgos también se vinculan con lo expresado por Venkatesh et al (2003) quien indica que influir socialmente tiene un efecto en la conducta individual por medio de tres mecanismos; empezando por el cumplimiento, identificación e internalización. Esto hace que una persona cambie su intención de uso nada más en contestaciones a su entorno social

Como objetivo general se tuvo establecer la relación entre el modelo UTAUT y la intención de uso de los aplicativos móviles de pago en Piura 2023. DE los resultados de este estudio se concluye que la variable modelo UTAUT con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.260 esto es cuando la variable modelo UTAUT mejora, la variable intención de uso también mejora de manera débil, por tanto, los esfuerzos realizados en el modelo UTAUT con mejoras en desempeño esperado, esfuerzo esperado, condiciones de uso, influencia social lograda por los aplicativos móviles, permiten que su intención de uso mejore. Aunque los resultados del presente estudio señalan una correlación débil, el ser directa coincide con Verkatesh et al (2003) quienes al diseñar su modelo plantearon que según el autor antes mencionado los resultados mostraron que existen cuatro elementos que son necesarios en la actitud del usuario hacia el uso de tecnología: perspectiva de esfuerzo, perspectiva de rendimiento, poder social y facilidad de condiciones. También el autor expresa que la edad, la voluntad, el género y la experiencia son factores imprescindibles que inciden directamente en la intención y el uso de la tecnología.

El resultado para el objetivo general se relaciona con lo encontrado por Arrunátegui y Tolentino (2021) quienes en su investigación hecha en Lim sobre un aplicativo móvil de pago hallaron que el modelo UTAUT es particularmente útil para identificar

los más importantes para que las bodegas adopten el aplicativo de pago YAPE del BCP. También Hernández, en Chile encontró que los elementos Hábito, Valor, Precio, Facilidad de Condiciones e influencia social afectan directamente a la conducta de intención de uso de aplicativos de Delivery en Chile. En adición a ello, los resultados muestran que el hábito es el factor más influyente, este tiene un rol fundamental en comparación con el resto de los factores. También en Piura, Cortez y Neyra (2020) hallaron una existente relación positiva y altamente significativa entre el Modelo TAM y la intención de compra en línea de la generación X en la ciudad de Piura. Como se sabe, el modelo TAM es también un esquema de explicación de conducta vinculada a la tecnología, similar al modelo UTAUT.

CONCLUSIONES

1.- La dimensión desempeño esperado con la variable intención de uso guardan una relación positiva muy débil, al obtener un nivel de significancia de 0.010 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.132 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera moderada, por tanto, el desempeño esperado de los aplicativos móviles origina un efecto débil en su intención de uso.

2.- la dimensión esfuerzo esperado con la variable intención de uso guardan una relación positiva débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.223 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera positiva media, por tanto, el desempeño esperado de los aplicativos móviles origina un efecto moderado en su intención de uso.

3.- La dimensión facilidad de condiciones con la variable intención de uso guardan una relación positiva muy débil, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.185 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera débil, por tanto, la facilidad de condiciones de los aplicativos móviles origina un efecto débil en su intención de uso.

4.- La dimensión influencia social con la variable intención de uso guardan una relación positiva media, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.291 esto es cuando esta dimensión mejora la variable también mejora de manera moderada, por tanto, la influencia social de los aplicativos móviles origina un efecto débil en su intención de uso.

5.- La variable modelo UTAUT con la variable intención de uso guardan una relación positiva media, al obtener un nivel de significancia de 0.000 ($p < 0.05$) y un coeficiente de Spearman de 0.260 esto es cuando la variable modelo UTAUT mejora, la variable intención de uso también mejora de manera moderada, por tanto, los esfuerzos realizados en el modelo UTAUT con mejoras en desempeño esperado, esfuerzo esperado, condiciones de uso, influencia social lograda por los aplicativos móviles, permiten que su intención de uso mejore.

RECOMENDACIONES

1.- Se recomienda a las empresas operadoras de aplicativos móviles de pago mejorar su comunicación con relación a los beneficios que estas herramientas financieras ofrecen a su clientela. La baja correlación ente el desempeño esperado y la intención de uso indica que estos beneficios no son percibidos por los clientes y una correcta comunicación podría acelerar aún más el proceso de adopción de estos aplicativos.

2.- La publicidad de las empresas que operan estos aplicativos móviles de pago debe incidir en que usar estas herramientas es muy sencillo. Por ello el uso del condicionamiento instrumental en las campañas de estos aplicativos debe mejorar aún más la penetración de estas aplicaciones entre la población de la región.

3.- Al margen de los beneficios que estos aplicativos brindan, las empresas operadoras de estas herramientas financieras deben lanzar campañas que muestren la facilidad que las empresas involucradas (retail, servicios, etc) brindan para uso de estas aplicaciones. Existe todavía un importante número de personas que desconocen la sencillez de los citados instrumentos, tal como lo señalan los resultados de esta investigación relativos a la dimensión facilidad de condiciones

4.- Se recomienda a las instituciones financieras que manejan aplicativos móviles, resaltar el positivo impacto social que el uso de estas herramientas ofrece a sus usuarios, explicando las ventajas de contar con estos aplicativos para realizar transacciones entre amigos, familiares o allegados.

5.- Se sugiere a las empresas que lancen aplicativos financieros similares a los operativos móviles de pago, utilizar el modelo UTAUT para entender el impacto de cada factor en la intención de uso de estas novedosas aplicaciones. Y también se

recomienda a los investigadores, incluir dentro del análisis para medir el impacto de estas herramientas tecnológicas, utilizar el modelo UTAUT 2 para encontrar relaciones importantes que den luces sobre el uso que se da estos dispositivos.

REFERENCIAS

Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980) *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs.

Factors Affecting Online Purchase Intention: A Study Of Sri Lankan Online Customers.

Alkhunaizan, A., Love, S. (2013). Effect of Demography on Mobile Commerce Frequency of Actual Use in Saudi Arabia. *Advances in Information Systems and Technologies. Advances in Intelligent Systems and Computing*, vol 206.

Springer, Berlin, Heidelberg. https://doi.org/10.1007/978-3-642-36981-0_12

Arias, (2009) *Técnicas e instrumentos de investigación científica*.

Arrunátegui, R. y Tolentino, D. (2021). Estudio Cualitativo del UTAUT: Identificación de factores para la adopción de la aplicación de pagos móviles YAPE en bodegas de distritos de Lima Metropolitana durante la pandemia por Covid-19. Pontificia Universidad Católica del Perú.

Athapaththu, J. y Kulathunga, D. (2018) *Factors Affecting Online Purchase Intention: A Study Of Sri Lankan Online Customers*.

BCRP (2023) *La clave esta en la inclusión financiera*. Revista Moneda

Bebber, S., Sperandio, G. De Toni, M., Eberle, L & Slongo, L. (2017) Antecedents of Purchase Intention in the Online Context, *Journal of Relationship Marketing*, 16:1, 82-98

Briz-Ponce, L., Juanes-Méndez, J.A., & García-Peñalvo, F.J (2016). Recurso disponible de una encuesta basada en el modelo UTAUT para la aceptación de tecnologías móviles entre estudiantes y profesores. Salamanca, España: Grupo de Investigación GRIAL. Universidad de Salamanca, España, <http://repositorio.grial.eu/handle/grial/600>. doi:

<https://dx.doi.org/10.6084/m9.figshare.3413677.v1>

Bustamante, C. y Paredes, K. (2021) Factores según el modelo unificado de adopción y uso de tecnología (UTAUT 2) que influyen sobre la conducta de compra en habitantes del distrito de Barranco a través del comercio electrónico en supermercados 2020. Universidad San Ignacio de Loyola.

Capgemini (2020) Informe open data 2020. Recuperado de

<https://www.capgemini.com/es-es/noticias/notas-de-prensa/informe-open-data-2020/>

Cortez, R. y Neyra, C. (2021) Modelo de aceptación tecnológica y la intención de compra por internet de la generación x en Piura 2021. Universidad Privada Antenor Orrego.

Davis, F. (1989) Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. MIS Quarterly, 13, 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>

Enelx (2020) ¿Qué son los pagos por móvil y cómo funcionan? Recuperado de <https://corporate.enelx.com/es/question-and-answers/how-do-mobile-payments-work>

Fishbein, M., y Ajzen, I. Belief, (1975). Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Addison-Wesley, Reading, MA.

Hernández, I. (2019) Estudio sobre los factores que afectan el comportamiento respecto a la intención de uso de aplicaciones móviles tipo delivery. Universidad Técnica Federico Santa María.

Luna, I. R., Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2019). Mobile payment is not all the same: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied. Technological Forecasting and Social Change, 146, 931-944.

McKinsey & Company. (2020). The 2020 McKinsey Global Payments Report (pp.

- 1-10).Recuperadode
<https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/financiamientos/our%20insights/accelerating%20winds%20of%20change%20in%20global%20payments/2020- mckinsey-global-payments-report-vf.pdf>
- Minsait. (2020). Tendencias en Medios de Pago. Madrid. Recuperado de https://mediosdepago.minsait.com/es?utm_campaign=InformeMediosPago&utm_source=referral&utm_medium=WebMinsait#download-medi
- Minton, H. L., y Schneider, F. W. (1980). Differential Psychology. Waveland Press,
- More, R., Rodríguez, N., y Castillo, F. (2018) Uso del comercio electrónico aplicando el modelo de aceptación tecnológica (TAM) en profesionales universitarios Piura- Perú 2018.
- Ortiz, B. (2 ago 2020) El Comercio. TENDENCIAS | La hora del adiós al dinero en efectivo. Recuperado de <https://elcomercio.pe/tecnologia/actualidad/tendencias-apps-de-pago-la-hora-del-adios-al-dinero-en-efectivo-noticia/>
- Plude, D. J., y Hoyer, W. J. (1985). Attention and Performance: Identifying and Localizing Age Deficits. In Aging and Human Performance, N. Charness (ed.), London: Wiley, 47-99.
- Rozekhi, N. Noor, A & Hussin, S (2016) Attributable E-commerce toward Purchase Intention: Online Search of Food Product
- Sánchez, J. (2018) Diseño de un modelo de adopción tecnológica para evaluar la aceptación de tecnologías móviles en el profesorado de primaria.
Universidad de Salamanca. España
- Venkatesh, V, Morris, M Davis, G & Davis, F. User (2003) Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View MIS Quarterly [Vol. 27, No. 3 \(Sep., 2003\)](#),

Warshaw, R. & Davis, D. (1985) The Accuracy of Behavioral Intention Versus Behavioral Expectation for Predicting Behavioral Goals. The journal of psychology. Vol 119

Worldpay (2020). The 2020 Global Payments Report: The pathways of people and payments. Recuperado de https://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JOA-856/images/GPR2020.pdf?mkt_tok=

ANEXOS

ANEXO N°1: CUESTIONARIO

Cuestionario

El presente cuestionario tiene como objetivo evaluar el modelo de aceptación tecnológica UTAUT y el uso de aplicativos móviles de pago en Piura. Por favor, responda con honestidad. La información proporcionada será utilizada para fines académicos.

MODELO UTAUT:

A continuación, se presenta un conjunto de afirmaciones y una escala equivalente a 5 puntos. Marque con un aspa (X) la puntuación con la que más se identifique.

VARIABLE: MODELO UTAUT		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
ITEM	DIMENSIÓN I: DESEMPEÑO ESPERADO	1	2	3	4	5
1	Los aplicativos móviles de pago me ahorran tiempo.					
2	Los aplicativos móviles de pago me ahorran dinero.					
3	Con los aplicativos móviles de pago tengo mayor seguridad que cargar efectivo.					
4	Con los aplicativos móviles de pago puedo hacer muchas compras.					
5	Puedo pagar servicios con mis aplicativos móviles de pago.					

6	El uso de los aplicativos móviles de pago es más higiénico que usar efectivo.					
ITEM	DIMENSIÓN II: ESFUERZO ESPERADO	1	2	3	4	5
7	Fue sencillo descargar en mi teléfono un aplicativo móvil de pago.					
8	Fue fácil aprender el manejo del aplicativo móvil de pago.					
9	Es fácil usar los aplicativos móviles de pago.					
ITEM	DIMENSIÓN III: INFLUENCIA SOCIAL	1	2	3	4	5
10	Mis conocidos están muy de acuerdo para que yo use aplicativos de pago.					
11	Cuando no tenía aplicativos, al momento de pagar, los dueños de negocios me animaron a usar aplicativos de pago.					
12	La publicidad me animó a usar aplicativos móviles.					
ITEM	DIMENSIÓN IV: FACILIDAD DE CONDICIONES	1	2	3	4	5
13	Los aplicativos móviles tienen respaldo de los bancos.					
14	Los aplicativos móviles tienen amplia aceptación en los negocios.					
15	Basta con el número de celular para hacer operaciones con aplicativos móviles de pago.					

INTENSION DE USO

Del mismo modo, se presenta un conjunto de afirmaciones y una escala equivalente a 5 puntos. Por favor marque con un aspa (X) la puntuación con la que más se identifique:

VARIABLE: INTENCIÓN DE USO		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
		1	2	3	4	5
ITEM	DIMENSIÓN I: VOLUNTAD DE USO	1	2	3	4	5

16	Las características de los aplicativos despertaron mi interés.					
17	Después de ver sus características sentí deseos de contar con aplicativos.					
ITEM	DIMENSIÓN II: DECISIÓN DE USO	1	2	3	4	5
18	En un momento dado me decidí a descargar mi aplicativo de pago.					
19	Recomiendo el uso de los aplicativos a quienes no lo tienen.					

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Datos del Experto					
Apellidos y nombres	CHUECAS WONG EFRAÍN				
Profesión	ECONOMISTA				
Especialidad	FINANZAS				
Experiencia profesional	DOCENTE UPAO				
Institución	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO ORREGO				
Fecha de Validación	29 DE MARZO DE 2023				
E- mail	echuecasw@upao.edu.pe				
Datos del trabajo de Investigación					
Título	"Modelo de aceptación tecnológica UTAUT y su relación con la intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023"				
Investigadores	Br. Cruz María Panta Periche				
	Br. Leydee Marylle Querevalú Tume				
Tipo de instrumento	Encuesta/Cuestionario - Creado				
Rangos de valoración	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Objetivo del instrumento	El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para determinar la relación existente entre el modelo UTAUT y su intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura, 2023.				
Variable Independiente: Modelo UTAUT					
ÍTEMS	Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. Los aplicativos móviles de pago me ahorran tiempo	✓				
2. Los aplicativos móviles de pago me ahorran dinero	✓				
3. Con los aplicativos móviles de pago tengo mayor seguridad que cargar efectivo	✓				
4. Con los aplicativos móviles de pago puedo hacer muchas compras	✓				


5. Puedo pagar servicios con mis aplicativos móviles de pago	✓				
6. El uso de los aplicativos móviles de pago es más higiénico que usar efectivo	✓				
7. Fue sencillo descargar en mi teléfono un aplicativo móvil de pago	✓				
8. Fue fácil aprender el manejo del aplicativo móvil de pago	✓				
9. Es fácil usar los aplicativos móviles de pago	✓				
10. Mis conocidos están muy de acuerdo para que yo use aplicativos de pago	✓				
11. Cuando no tenía aplicativos, al momento de pagar, los dueños de negocios me animaron a usar aplicativos de pago	✓				
12. La publicidad me animó a usar aplicativos móviles	✓				
13. Los aplicativos móviles tienen respaldo de los bancos	✓				
14. Los aplicativos móviles tienen amplia aceptación en los negocios	✓				
15. Basta con el número de celular para hacer operaciones con aplicativos móviles de pago	✓				
Variable Dependiente: Intención de uso					
ÍTEMS	Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
16. Las características de los aplicativos despertaron mi interés	✓				
17. Después de ver sus características sentí deseos de contar con aplicativos	✓				
18. En un momento dado me decidí a descargar mi aplicativo de pago	✓				
19. Recomiendo el uso de los aplicativos a quienes no lo tienen	✓				

Resultados de ítems	Excelente	Reformular	Anular
		✓	
Apellidos y Nombres CHUECAS WONG EFRAÍN <hr/> DNI: <u>41482116</u>  FIRMA	Comentarios finales: INSTRUMENTO VIABLE PUEDE APLICARSE.		

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Datos del Experto					
Apellidos y nombres	José Castillo Carrillo				
Profesión	Administrador				
Especialidad	ADMINISTRACIÓN				
Experiencia profesional	DOCENTE UPAO				
Institución	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONOR ORREGO				
Fecha de Validación	05 DE MAYO DE 2023				
E- mail	Jcastilloc25@upao.edu.pe				
Datos del trabajo de Investigación					
Título	"Modelo de aceptación tecnológica UTAUT y su relación con la intensidad de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023"				
Investigadores	Br. Cruz Maria Panta Periche				
	Br. Leydee Marylle Querevalú Tume				
Tipo de instrumento	Encuesta/Cuestionario - Creado				
Rangos de valoración	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Objetivo del instrumento	El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para medir la relación existente entre el modelo UTAUT y su intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023.				
Variable Independiente: Modelo UTAUT					
ÍTEMS	Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. Los aplicativos móviles de pago me ahorran tiempo.	✓				
2. Los aplicativos móviles de pago me ahorran dinero.	✓				
3. Con los aplicativos móviles de pago tengo mayor seguridad que cargar efectivo.	✓				


4. Con los aplicativos móviles de pago puedo hacer muchas compras.	✓				
5. Puedo pagar servicios con mis aplicativos móviles de pago.	✓				
6. El uso de los aplicativos móviles de pago es más higiénico que usar efectivo.	✓				
7. Fue sencillo descargar en mi teléfono un aplicativo móvil de pago.	✓				
8. Fue fácil aprender el manejo del aplicativo móvil de pago.	✓				
9. Es fácil usar los aplicativos móviles de pago.	✓				
10. Mis conocidos están muy de acuerdo para que yo use aplicativos de pago.	✓				
11. Cuando no tenía aplicativos, al momento de pagar, los dueños de negocios me animaron a usar aplicativos de pago.	✓				
12. La publicidad me animó a usar aplicativos móviles.	✓				
13. Los aplicativos móviles tienen respaldo de los bancos.	✓				
14. Los aplicativos móviles tienen amplia aceptación en los negocios.	✓				
15. Basta con el número de celular para hacer operaciones con aplicativos móviles de pago.	✓				
Variable Dependiente: Intensión de uso					
ÍTEM	Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
16. Las características de los aplicativos despertaron mi interés.	✓				
17. Después de ver sus características sentí deseos de contar con aplicativos.	✓				
18. En un momento dado me decidí a descargar mi aplicativo de pago.	✓				
19. Recomiendo el uso de los aplicativos a quienes no lo tienen.	✓				

Resultados de ítems	Excelente	Reformular	Anular
		✓	
Apellidos y Nombres Castillo Carrillo, José DNI: 02801160 FIRMA 	Comentarios finales: INSTRUMENTO VIABLE PUEDE APLICARSE.		

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Datos del Experto					
Apellidos y nombres	MENDOZA OTINIANO ROYER				
Profesión	ADMINISTRADOR				
Especialidad	MARKETING				
Experiencia profesional	DOCENTE UPAO				
Institución	UNIVERSIDAD PRIVADA ANTONIO ORREGO				
Fecha de Validación	29 DE MARZO DE 2023				
E- mail	rmendozao@upao.edu.pe				
Datos del trabajo de Investigación					
Título	"Modelo de aceptación tecnológica UTAUT y su relación con la intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura 2023"				
Investigadores	Br. Cruz Maria Panta Periche				
	Br. Leydee Marylle Querevalú Tume				
Tipo de instrumento	Encuesta/Cuestionario - Creado				
Rangos de valoración	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
Objetivo del instrumento	El presente cuestionario, tiene como propósito obtener la validez del instrumento para determinar la relación existente entre el modelo UTAUT y su intención de uso de aplicativos móviles de pago en Piura, 2023.				
Variable Independiente: Modelo UTAUT					
ÍTEMS	Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
1. Los aplicativos móviles de pago me ahorran tiempo	✓				
2. Los aplicativos móviles de pago me ahorran dinero	✓				
3. Con los aplicativos móviles de pago tengo mayor seguridad que cargar efectivo	✓				
4. Con los aplicativos móviles de pago puedo hacer muchas compras	✓				

5. Puedo pagar servicios con mis aplicativos móviles de pago	✓				
6. El uso de los aplicativos móviles de pago es más higiénico que usar efectivo	✓				
7. Fue sencillo descargar en mi teléfono un aplicativo móvil de pago	✓				
8. Fue fácil aprender el manejo del aplicativo móvil de pago	✓				
9. Es fácil usar los aplicativos móviles de pago	✓				
10. Mis conocidos están muy de acuerdo para que yo use aplicativos de pago	✓				
11. Cuando no tenía aplicativos, al momento de pagar, los dueños de negocios me animaron a usar aplicativos de pago	✓				
12. La publicidad me animó a usar aplicativos móviles	✓				
13. Los aplicativos móviles tienen respaldo de los bancos	✓				
14. Los aplicativos móviles tienen amplia aceptación en los negocios	✓				
15. Basta con el número de celular para hacer operaciones con aplicativos móviles de pago	✓				
Variable Dependiente: Intención de uso					
ÍTEMS	Totalmente De acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	En desacuerdo	Totalmente en desacuerdo
16. Las características de los aplicativos despertaron mi interés	✓				
17. Después de ver sus características sentí deseos de contar con aplicativos	✓				
18. En un momento dado me decidí a descargar mi aplicativo de pago	✓				
19. Recomiendo el uso de los aplicativos a quienes no lo tienen	✓				

Resultados de ítems	Excelente	Reformular	Anular
		✓	
Apellidos y Nombres MENDOZA OTINIANO ROYER DNI: <u>41051358</u> FIRMA 	Comentarios finales: INSTRUMENTO VIABLE PUEDE APLICARSE.		