

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras
electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR

Ana Lucia Enriquez Sanchez

ASESOR

Jose Carlos Montes Ninaquispe

<https://orcid.org/0000-0001-5130-7342>

Chiclayo, 2025

**Factores que influyen en la intención de uso continuo de las
billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023**

PRESENTADA POR
Ana Lucia Enriquez Sanchez

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

APROBADA POR

Eduardo Castro Malaga Novoa
PRESIDENTE

Liliana Milagros Portilla Capuñay
SECRETARIO

Jose Carlos Montes Ninaquispe
VOCAL

Dedicatoria

A mis padres, por su amor y sacrificio incansable, quienes con su ejemplo me enseñaron el valor del esfuerzo y la perseverancia. A mis amigos, por su constante aliento. A mis profesores, por compartir su sabiduría y guiarme en este camino académico. Y, finalmente, a Mia y Noa por su compañía, que también han contribuido a la realización de este sueño. Esta tesis es el fruto de su paciencia, confianza y cariño. Gracias.

Agradecimientos

Agradezco profundamente a Dios; además a mis padres, cuyo amor y apoyo incondicional han sido mi mayor fuente de inspiración. A mis amigos, por su comprensión y constante aliento en momentos difíciles. A mis profesores, por su guía y sabiduría que han enriquecido mi formación académica. Sin ustedes, este logro no hubiera sido posible. Gracias a todos.

ENRIQUEZ SANCHEZ ANA LUCIA (1).docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

18%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

6%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
2	apps.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados Trabajo del estudiante	1%
4	tesis.usat.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	www.limiteinformativo.com Fuente de Internet	1%
6	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	1%
7	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
8	www.ecommercenews.pe Fuente de Internet	1%

Índice

Resumen.....	6
Abstract.....	7
Introducción	8
Revisión de literatura	10
Materiales y métodos	15
Resultados y discusión	16
Conclusiones	26
Recomendaciones	27
Referencias.....	28
Anexos	33

Resumen

En el presente estudio fue desarrollado en la ciudad de Chiclayo cuyo objetivo fue determinar los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023. En relación a la metodología fue de tipo básica, con un enfoque cuantitativo de alcance explicativo y un diseño no experimental transversal y como muestra fueron los 384 usuarios mediante el muestreo fue no probabilístico por bola de nieve según la facilidad de acceso. Los usuarios respondieron un cuestionario estructurado de forma virtual con el acceso a un formulario Google y con el tratamiento estadístico se evidenció la influencia positiva de los factores de las billeteras electrónicas en la intención de uso continuo ($<.005$), porque los clientes esperan una serie de características y ventajas para de esta forma aumentar su deseo de uso de este tipo de pago, se ha logrado deducir que los clientes pueden percibir la billetera electrónica como una herramienta que facilita los procesos transaccionales dando paso a que el cliente considere que la herramienta es fácil de usar y accesible para el uso diario que da paso a que al ser de uso diario el cliente se sienta familiarizado y mantenga el uso de la misma.

Palabras clave: consumidor, comercio electrónico, estadística.

Abstract

In the present study, it was developed in the city of Chiclayo, whose objective was to determine the factors that influence the intention of continuous use of electronic wallets in clients, Chiclayo 2023. In relation to the methodology, it was basic, with a quantitative approach of explanatory scope and a non-experimental transversal design and as a sample were the 384 users through the sampling was non-probabilistic for convenience according to ease of access. Users answered a structured questionnaire virtually with access to a Google form and with the statistical treatment the positive influence of the factors of electronic wallets on the intention of continuous use was evidenced ($<.005$), because customers expect a series of features and advantages in order to increase their desire to use this type of payment, it has been deduced that customers can perceive the electronic wallet as a tool that facilitates transactional processes, giving way to the client considering that the tool is easy to use and accessible for daily use, which leads to the fact that when used daily, the client feels familiar and maintains the use of it.

Keywords: Consumer; electronic commerce; statistics

Introducción

La tecnología móvil ha avanzado rápidamente en los últimos años. La variedad de actividades comerciales en las áreas financiera y tecnológica se ha incrementado exponencialmente (Ramos, 2022), la tecnología es un elemento clave en la configuración de una economía, su desarrollo y rendimiento; los avances tecnológicos han mejorado muchos aspectos de la vida diaria; en este contexto, los métodos de pago digital facilitan la transición del dinero físico al electrónico, ya que permiten la transferencia de dinero de manera rápida y sin complicaciones desde el teléfono móvil, incluso sin necesidad de tener una cuenta de ahorros.(Daragmeh et al., 2021).

Los usuarios están familiarizados con realizar pagos en efectivo cuando desean comprar un producto o servicio; pero, si desean realizar pagos en línea o fuera de línea mediante el uso de una aplicación de billetera móvil en un dispositivo móvil como un teléfono móvil, un teléfono inteligente, etc., pueden realizar un depósito de cierta cantidad en su billetera móvil a través de una tarjeta de débito o de internet banca y, luego, realizar transacciones de bienes y servicios (Phuong et al., 2020).

A nivel mundial, Abdul-Halim et al. (2022) desarrolló un estudio en Malasia donde señaló que fue uno de los primeros para la adopción de billeteras electrónicas entre los consumidores debido a su alta tasa de penetración de teléfonos inteligentes e internet, su gran población joven y conocedora de la tecnología y su alta población bancarizada; por otro lado, Wong & Mohamed (2021) señalaron que el mundo se está moviendo hacia una sociedad sin efectivo; el rápido desarrollo del pago móvil se da en países como China e India. Estos países tienen un alto nivel de adopción de billeteras móviles en su mercado. Por lo que, Akter et al. (2023) aludieron que Malasia todavía está detrás de estos países, además la mayoría de los consumidores de entre 15 y 64 años, el 65,4%, todavía utilizan efectivo físico.

A nivel nacional, Tejeda (2023) expresó que las billeteras digitales en Perú registraron el segundo mayor crecimiento de usuarios entre ocho países de la Latinoamérica; según el Índice de Inclusión Financiera de Credicorp, el 45% de peruanos cuenta a la fecha con una billetera digital, el mencionado estudio señala que el 62% de los peruanos que cuentan con estas billeteras es calificado como usuario frecuente; adicionalmente, Superintendencia de Banca Seguros y AFP del Perú (2022) mencionó en el 2022 que el 16% de los encuestados afirmaron haber experimentado algún tipo de fraude financiero o, indicando haber sufrido el robo de información financiera y siendo víctima de suplantación de identidad para llevar a cabo transacciones financieras, asimismo, se incrementó el número de reclamaciones por operaciones no reconocidas.

Según un estudio realizado por Nielsen (2023) indicó que, en el caso de Lambayeque, la tasa de uso continuo de las billeteras electrónicas es del 15%.; por lo que, aún no son ampliamente aceptadas y muchas personas no están familiarizadas con este medio de pago o no confían debido a que están preocupados por la posibilidad de sufrir fraudes o robos de datos, existiendo una resistencia al uso continuo de este medio digital porque se está presentando con fuerza la informalidad, a su vez, el uso continuo de las billeteras digitales favorece el acceso a descuentos, servicios y posibilidades de inversión.

No obstante, López (2022) señaló que ante los cambios a los que estuvieron expuestos los clientes se dio gran importancia de realizar pagos, transferencias y recibir dinero a través de sistemas digitales, dicho sistema cobró mayor importancia y se empezó a masificar entre distintos bancos u otras instituciones financieras como son las billeteras electrónicas, aplicación que permite contar con dinero digital, las plataformas tecnológicas de dinero digital cuyo objetivo fue ofrecer servicios de apertura de cuentas, transferencias, pagos/cobros mediante un teléfono celular y utilizando los fondos disponibles en cuentas que los usuarios mantengan en cualquier institución del ecosistema financiero local.

El presente estudio fue desarrollado en la ciudad de Chiclayo, aplicado a personas que hagan uso de las billeteras electrónicas en la ciudad, los cuales emplearon el sistema de yape, plin, etc. Que en general permiten que se optimicen los procesos operacionales de los clientes, se debe tomar en cuenta que en la actualidad las billeteras digitales han tomado un alto protagonismo puesto que facilita el proceso transaccional de los clientes, permitiendo de este modo optimización de proceso y evitando largas colas en ventanilla, no obstante, aun cuando la billetera electrónica ha cobrado un alto protagonismo, es importante determinar la utilidad, facilidad de uso entre otros factores para determinar la intención de uso continuo de la misma en los clientes que la usan, es por ello que el presente estudio tomó alta importancia puesto que permitió identificar los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas.

Después de lo expuesto, se formuló el siguiente problema de investigación de esta manera: ¿Cuáles son los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023?

Por otro lado, la justificación del estudio desarrolló una base teórica, debido a que el análisis de contenido conceptual brindó una perspectiva crítica sobre las tendencias actuales en los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes; proporcionar una base para futuras investigaciones también ayudará a indagar los

factores que contribuyen en la intención de uso continuo debido a que de este modo se mejorarán las estrategias para incrementar el número de usuarios.

Los resultados de este estudio además enriquecieron la tecnología existente con una teoría sistemática de dos variables, estructurando recomendaciones para que los líderes del sector lo consideren como un método efectivo para aplicar posibles medidas correctivas. Desde una perspectiva metodológica, se establecieron un conjunto de lineamientos para orientar el desarrollo de este estudio, teniendo en cuenta el tipo y nivel del estudio, las herramientas de recolección de datos y el proceso de análisis de resultados.

Referente a los objetivos de la presente investigación, se contempló como objetivo general: Determinar la influencia de los factores en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023; asimismo, en lo que concierna a los objetivos específicos se contó con: Identificar la percepción de los clientes sobre los factores de las billeteras electrónicas, Chiclayo, identificar el nivel de la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023 y conocer la influencia de los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023.

Revisión de literatura

Referente a los antecedentes de estudio: Humbani & Wiese (2019) indagaron los factores que influyen en la intención de uso continuo de la billetera electrónica donde percibieron que la utilidad percibida, la satisfacción y la actitud tienen efecto en la intención de continuar usando la billetera electrónica; a modo similar, Pal et al. (2020) examinaron el determinante costo o beneficio de precio en la intención de uso continuo, donde detectaron de que existía un efecto positivo entre las variables de estudio dando a entender que el costo permite que el consumidor pueda tener la intención de volver adquirir o usar un producto o servicio; de igual manera, Sinha et al. (2019) desarrollaron un estudio cuyo objetivo fue determinar que la confianza y la intención de uso donde descubrieron que la confianza y el hábito (la práctica de utilizar pagos móviles) desencadenen una posible intención de los usuarios de utilizar dichos sistemas de pago; asimismo, Nag & Gilitwala (2019) en su estudio cuyo objetivo fue determinar los factores que influyen en la intención de usar las billeteras electrónicas en Tailandia y son cinco factores que influyen la utilidad percibida, la facilidad de uso percibida, la confianza en la privacidad, la influencia social y la confiabilidad.

Mientras que, Ru et al. (2021) identificaron los factores importantes que explican el uso de las billeteras electrónicas entre los jóvenes en Malasia y el resultado reveló que los encuestados consideran que la "facilidad de uso percibida" es más importante que la "utilidad

percibida" como factores que influyen en la intención de los encuestados de usar la billetera electrónica. Además, los factores como facilidad de uso percibida, influencia social, disfrute percibido, información y conocimiento se relacionan con el uso de las billeteras electrónicas; a modo similar, Halim et al. (2020) cuyo objetivo fue conocer el comportamiento de la Generación Z en el uso de billeteras electrónicas y los hallazgos mostraron que la facilidad de uso percibida, la condición de la instalación y la influencia social influyeron de manera considerable en la conducta de uso de las billeteras electrónicas; mientras tanto, la utilidad percibida no tuvo efecto sobre el interés en usar las billeteras electrónicas; también, refieren que, surgió el uso de las billeteras electrónicas porque el uso de las tecnologías de la información es cada vez más frecuente por lo que tiene un impacto directo en las modificaciones de los hábitos de vida de las personas que quieren todo de manera rápida e instantánea.

A su vez, Teng & Khong (2021) identificaron y categorizaron temas relacionados con el uso de billeteras electrónicas y los principales hallazgos son que, los usuarios se sienten atraídos por el uso de esta herramienta para obtener reembolsos y acumular puntos de recompensa; además, las medidas exitosas para los modelos comerciales de billetera electrónica incluyen una interfaz fácil de usar, campañas promocionales y servicio al cliente con resolución de problemas en tiempo real. Por ello, la empresa debe ir más allá de la adopción por parte del consumidor, aprender el comportamiento real del usuario y tomar el pulso de los consumidores para lograr un modelo de negocio sostenible; por otro lado, Hassan et al. (2021) determinaron los diferentes niveles de uso y aprender cuál es la mejor billetera electrónica y cuál es la razón para practicarla y se encontró que alrededor de 101 (84,2%) de ellas utilizan el sistema de pago de billetera electrónica, los encuestados que nunca utilizan el pago con billetera electrónica alcanzaron una tasa del 15,8%. Además, si se analiza bien el uso de la billetera electrónica por género, el hombre tiene mayores niveles de satisfacción y también requiere una billetera electrónica con más frecuencia que las estudiantes; además, las percepciones de los estudiantes sobre su uso percibido, la práctica y la razón tuvieron un impacto significativo en su confianza.

Al respecto, Abdul-Halim et al. (2022) investigaron los factores de la intención de uso continuo de la billetera electrónica en Malasia mediante la extensión de la teoría de la continuidad de la tecnología y los resultados demostraron que el uso continuo de la billetera electrónica no se ve afectado por la utilidad percibida y la confianza; sin embargo, existe una influencia significativa asociada con la facilidad de uso percibida, PU y satisfacción hacia la actitud del usuario que, a su vez, impacta sustancialmente en la intención de los usuarios de continuar usando la billetera electrónica; de acuerdo con Yang et al. (2021) indagaron sobre la intención de usar la billetera electrónica y como resultado la utilidad percibida, la facilidad de

uso percibida, la influencia social, la compatibilidad con el estilo de vida y la confianza percibida mostraron un efecto positivo significativo tanto en las intenciones de usar una billetera electrónica. Así como indagaron los factores que influyen la intención de conducta de los consumidores que usan monederos digitales en Vietnam y se destacó que la expectativa de rendimiento y la expectativa de esfuerzo son los factores más significativos de la intención de comportamiento. Se encuentra que los riesgos percibidos afectan negativamente la intención de comportamiento de uso, por ende, los proveedores de servicios deberían centrarse en mejorar la facilidad de uso y las funciones para mejorar las transacciones financieras; el sistema de seguridad también necesita mejorar para reducir los riesgos, lo que alentaría a los consumidores vietnamitas a utilizar el servicio.

Nuryasman & Warningsih (2021) examinaron el efecto de la utilidad percibida, el riesgo percibido y la confianza en la intención de utilización de monederos electrónicos entre estudiantes universitarios y los resultados mostraron que la utilidad percibida y la confianza influyeron de modo favorable en la disposición de uso. Mientras tanto, el riesgo percibido no afectó la intención de uso, siendo importante considerar cada factor para plantear acciones de mejora que permitan incrementar el uso de las billeteras electrónicas; Ming et al. (2022) analizaron los factores que influyen en la adopción de las billeteras electrónicas y los hallazgos confirman que la utilidad percibida, el apoyo gubernamental, el riesgo percibido y la influencia social están relacionados positivamente con la actitud hacia el uso de billeteras electrónicas. Esta actitud también se relaciona positivamente con la intención del usuario de utilizar las billeteras; asimismo, Sasongko et al. (2022) estudiaron un marco de modelo de expectativa-confirmación para explorar intención de continuidad y encontraron que los factores de utilidad, seguridad y privacidad percibidas, confianza y satisfacción afectan la intención de continuidad; por último, Ling et al. (2023) analizaron los elementos que impactan en la disposición conductual de los usuarios al utilizar la billetera electrónica y el resultado indicó que la utilidad percibida, la conveniencia percibida, la confianza percibida y la seguridad percibida de la aplicación de billetera electrónica influyen significativamente en la intención de comportamiento del consumidor al utilizar el método de pago de billetera electrónica.

En relación a las bases teóricas, de acuerdo con la billetera electrónica es una de las innovaciones tecnológicas modernas que ha penetrado y dominado las economías tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados por ello, para esta investigación se ha utilizado teoría de la continuidad de la tecnología introducido por Liao et al. (2009) que es una teoría mejorada que describe el uso de la continuidad del sistema de información, este modelo ha superado otras teorías como el TAM por un margen significativo; además, sugiere que el uso a

largo plazo en lugar de la aceptación inicial determina el éxito del servicio; según Humbani & Wiese (2019), se ha demostrado que TCT tiene una fuerte capacidad exploratoria para estudiar la intención de continuar usando la billetera electrónica.

Los factores son 9 considerados por Abdul-Halim et al. (2022) basados en la teoría de Liao et al. (2009):

La actitud se refiere al grado de sentimientos positivos o negativos de una persona sobre la realización de la conducta objetivo (Liao et al., 2009). Según TCT, es el principal impulsor de la intención continua de los usuarios, junto con la satisfacción y la utilidad percibida (Daragmeh et al., 2021), muchos estudios han informado un vínculo positivo entre la actitud y la intención de continuar usando aplicaciones de billetera electrónica (Wube et al., 2022).

En la satisfacción, al predecir la intención continua de usar una billetera móvil, la dimensión es una fase de evaluación posterior al uso, en otras palabras, cuando los consumidores confirman que el uso de billeteras móviles ha cumplido con sus expectativas, la satisfacción del consumidor es evidente; por lo tanto, es más probable que los consumidores satisfechos muestren la intención de utilizar dicho sistema de forma continua (Daragmeh et al., 2021). Se ha demostrado que la satisfacción, investigada a fondo en la literatura sobre la billetera electrónica juega un papel crucial en la predicción de varios resultados de la conducta del usuario, como el uso continuo (Li & Liu, 2014).

La confirmación representa el nivel de satisfacción de un individuo (Liao et al., 2009). De hecho, el nivel de aprobación y las percepciones posteriores a la adopción de la billetera electrónica influyen el grado de PU y la calidad de los servicios (Bhattacharjee, 2001); de hecho, es un resultado positivo de una evaluación de desempeño global basada en la experiencia previa de adquisición y uso (Foroughi et al., 2019).

La utilidad percibida se define como la probabilidad subjetiva del usuario de aumentar el rendimiento laboral utilizando un marco de aplicación especial (Liao et al., 2009), denota el grado en que los consumidores creen que usar el nuevo producto o sistema les ayudaría a realizar mejor sus trabajos o funciones (Davis, 1989); son las expectativas de los usuarios de tener una vida mejor al adoptarlo y entre los factores de utilidad percibida se encuentran la seguridad, la conveniencia y el bajo costo de las transacciones en el uso de la billetera electrónica (Bagla & Sancheti, 2018).

La facilidad de uso en el uso de la billetera electrónica significa que es fácil y simple usar (Abdul-Halim et al., 2022). Se define como el grado en que una persona cree que usar una nueva tecnología o sistema en particular sería fácil (Rathore, 2016); cuando los usuarios

potenciales perciben que la billetera electrónica es fácil de usar, se sienten motivados a utilizarla (Mahgoub et al., 2018).

El precio beneficio el cliente espera una ventaja de costo y si estas billeteras electrónicas ofrecen descuentos en sus medios de pago, resulta en un mayor uso de ellos también (Baru, 2020); la dimensión confianza es un componente significativo para aumentar la intención de continuar usando y satisfacer a los usuarios para llevar a cabo actividades de billetera electrónica; cabe señalar que, la billetera electrónica tiene varias ventajas en comparación con los pagos en efectivo o con tarjeta, el riesgo de revelar información personal públicamente en línea aumenta el riesgo de ciberseguridad y amenazas cibernéticas (Khan et al., 2017; Abdul, 2022).

En la dimensión hábito, las personas que han utilizado la billetera electrónica durante algún tiempo comprenderán la costumbre y la facilidad de utilizar este tipo de sistemas para realizar sus transacciones (Karjaluo et al., 2019); por lo tanto, se espera que la práctica de usar la billetera electrónica resulte en planes potenciales para que los usuarios continúen usándola (Pal et al., 2020).

Restricciones operativas ocurren cuando una persona encuentra una tecnología bastante difícil de aprender o usar (Ma et al., 2016), en el caso de la billetera electrónica, la escala limitada de las aplicaciones móviles, incluidas las pantallas limitadas y los pequeños teclados multifunción, puede ser una carga para usar y dificultar la capacidad de respuesta de la aplicación (Zhou, 2011).

La intención se puede definir como la decisión de un individuo de intentar utilizar algo nuevo, especialmente las innovaciones tecnológicas (Wungwanitchakorn, 2002), es el deseo de los clientes de continuar con el uso de la billetera electrónica en el futuro (Abdul et al., 2021); al respecto, Yi & Hwang (2003) predijeron que la intención de uso la constancia será considerablemente influenciada por la autoeficacia, el disfrute, las metas de aprendizaje y la aceptación de la tecnología.

La formación de la intención conductual crea un sentido de compromiso con la conducta como parte de la respuesta a la intención (Ajzen et al., 2009); por lo tanto, una fuerte intención de uso puede ser una indicación de una mayor probabilidad de que se realice el comportamiento previsto (Seng & Hee, 2021), los estudios previos sobre la intención de usar la billetera electrónica se centraron predominantemente en la motivación extrínseca, como los beneficios utilitarios percibidos y las características de la aplicación (Abdullah et al., 2020; Karim et al., 2020; Leong et al., 2020).

Materiales y métodos

Se utilizó un tipo de investigación básica porque se utilizaron los conocimientos sobre el tema para verlo reflejado en la realidad, además el nivel de estudio fue explicativo puesto que se demostró la influencia sobre los factores de la billetera electrónica en la intención de uso continuo, mientras que el enfoque fue cuantitativo debido a que se midieron las variables a través de herramientas estadísticas de manera que, permita demostrar la hipótesis planteada, así mismo, se demostró la influencia sobre los factores de la billetera electrónica en la intención de uso continuo; referente al diseño de investigación fue no experimental de corte transversal puesto que no existió manipulación de los constructos, solo se recogieron las percepciones de los clientes sin alterar las variables y se ejecutará el estudio en un solo momento (Huareí et al., 2022).

En cuanto a la población de estudio estuvo conformada por los jóvenes de 18 a 55 años de la ciudad Chiclayo debido a que estos forman parte de un sector significativo que se han acondicionado a las billeteras electrónicas, siendo un total en el periodo 2023 de 193,451 según las cifras de (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2023).

Esto es respaldado por la Cámara Peruana de Comercio Electrónico (2021) mencionando que el 40% de los usuarios que usan billetera electrónica pertenecen a provincias y el 60% en Lima; cabe recalcar que las cantidades que superan los 1000 se considerará la fórmula de población infinita y dio como muestra 384 usuarios y el muestreo fue no probabilístico por bola de nieve según la facilidad de acceso.

En cuanto a los criterios de inclusión fueron los clientes pertenecientes a las edades de 18 a 55 años, que hayan utilizado mínimo medio año las billeteras electrónicas más frecuentes (Yape o Plin). De acuerdo a los criterios de exclusión fueron aquellos consumidores de otras generaciones de edad, que hayan utilizado pocas veces o nunca estas billeteras; es importante señalar que, para su cumplimiento se verificó a través de las preguntas filtro previo a encuestar.

Se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos para dicha técnica de recolección fue necesario hacer uso de un instrumento de recolección el cual fue un cuestionario estructurado de Abdul-Halim et al. (2022) para medir las variables a través de una escala ordinal donde 1 representa una completa discrepancia y 5 denota un pleno acuerdo.

Los cuestionarios contaron con 37 preguntas y pasaron por su validez de contenido respectivamente, de Aiken, así como también, se hallaron su confiabilidad; cabe señalar que se

obtuvo un valor de 92% (variable independiente) y 94% (variable dependiente) para la validez, además se obtuvo una concordancia de 0.003 mediante Kappa; por último, para la confiabilidad se obtuvieron los valores de 0.94 (variable independiente) para beta de raju y 0.843 (variable dependiente) para alpha de crombach.

Para el procedimiento se utilizó el diseño de formulario Google drive para colocar las preguntas sobre el tema luego de ello, se compartió el enlace a los usuarios según la disponibilidad y acceso de ellos; dichas encuestas fueron aplicadas durante el mes de octubre y noviembre del periodo 2023 donde fueron aplicadas de forma individual y virtual (mediante sus redes sociales), cada encuesta tuvo una duración de 15 minutos para responder el cuestionario.

Por último, para el procesamiento de datos se empleó el SPSS V25 y Excel dichos datos fueron exportados a una hoja de Excel donde se estructuró una data ordenada para poder analizar y estructurar tablas en base a los objetivos de estudio, para el tratamiento estadístico de los datos se usaron cuadros de frecuencia mientras que para los objetivos que median la influencia fue necesario aplicar regresiones múltiples de ese modo se reconoció la influencia de las variables.

Resultados y discusión

Posteriormente, se mostrarán los resultados de la investigación obtenidos al aplicar el instrumento de recolección de datos al 100%. Estos resultados se organizarán desde los objetivos específicos hasta el objetivo general, terminando con la respuesta a la hipótesis.

Se ha detectado en la tabla 1 que la percepción de los clientes ha obtenido una puntuación alta, especialmente en la dimensión de utilidad percibida. Esto se debe a que los clientes consideran que la billetera electrónica permite desarrollar transacciones de manera rápida, lo que les hace sentir que esta herramienta optimiza sus procesos y hace que sus operaciones sean más efectivas. Además, las dimensiones de hábito indican que los clientes consideran que la billetera electrónica se ha convertido en un acto de costumbre, aunque a un grado medio, dado que la ven como parte de su vida cotidiana de manera moderada. Por otro lado, la facilidad de uso y la confianza presentan procedimientos de uso algo complejos teniendo dificultades con su interacción o en el proceso del pago o compra, lo que en conjunto genera una reducción en el grado de satisfacción y una baja confianza en la aplicación.

Lo mencionado anteriormente se relaciona con el estudio de Nag & Gilitwala (2019) quienes señalaron que los clientes han incrementado el uso de las billeteras digitales ante la facilidad de

uso que esta genera, es decir permite que el cliente desarrolle operaciones o transacciones sin de manera óptima, no obstante el presente estudio detecto que la confianza y satisfacción se encuentran vinculadas sin embargo el porcentaje obtenido es bajo se dedujo que el motivo principal está centrado en que el cliente al no saber usar adecuadamente la billetera electrónica presenta dificultad en el uso eso genera que el cliente desconfíe de la eficiencia de la billetera electrónica y sienta que no es óptima para sus procesos dando lugar a que su satisfacción sea baja, por otro lado, el estudio de Sinha et al. (2019) difiere a estos resultados puesto que señalaron que el cliente ha generado un alto grado de confianza en la banca móvil esto se debió a que la herramienta es óptima en los procesos y los que la emplearon contaban con el conocimiento para emplearla adecuadamente dando lugar a un desarrollo en sus transacciones eficientes, en conjunto aumentan la confianza y satisfacción del mismo. Por lo tanto, las personas que han utilizado la billetera electrónica durante algún tiempo han logrado comprender la costumbre y la facilidad de utilizar este tipo de sistemas para realizar sus transacciones (Karjaluo et al., 2019).

Tabla 1

Percepción de los clientes sobre los factores de las billeteras electrónicas, Chiclayo 2023

DIMENSIONES	Alto	Medio	Bajo
	%	%	%
Confirmaciones	11.0%	11.0%	11.0%
Utilidad percibida	19.0%	9.0%	10.0%
Facilidad de uso percibida	9.0%	9.0%	18.0%
Satisfacción	11.0%	12.0%	11.0%
Actitud	12.0%	14.0%	9.0%
Precio beneficio	9.0%	9.0%	12.0%
Confianza	8.0%	12.0%	12.0%
Hábito	12.0%	15.0%	8.0%
Restricciones operativas	9.0%	9.0%	9.0%

Nota: Información obtenida del procesamiento estadístico SPSS V25

Por otro lado, según los encuestados, se obtuvo un nivel bajo en la intención de uso continuo. Esto se debió a que los clientes han asociado las dificultades que experimentaron al usar la herramienta con recuerdos de insatisfacción y desconfianza. Este conjunto de factores surgen porque al no obtener soluciones rápidas, los clientes sienten que la herramienta no es eficiente y, por ende, no resolverá sus problemas. A continuación, en el nivel alto una parte de los encuestados señalaron que volverían a usar la billetera electrónica, porque consideran que facilita el proceso transaccional, evita colas excesivas y reduce el tiempo en ventanilla, lo que genera satisfacción y confianza en la herramienta al facilitar sus procesos diarios (ver tabla 2).

Los estudios de Halim et al. (2020) y Pal et al. (2020) difieren a lo expuesto anteriormente, porque consiguieron que el uso de las billeteras electrónicas es cada vez más frecuente por lo que tiene un impacto significativo esto se debe a que los clientes cuentan con una intención elevada de uso de la billetera electrónica por la facilidad que tiene para las transacciones u operaciones que requiera el cliente, generando satisfacción además de una sensación de apoyo a los clientes dado que permite optimizar los proceso y sobre todo el tiempo de cada cliente, sin embargo, se vincula con la teoría desarrollada Abdul-Halim et al. (2022) quienes señalaron que la intención de uso continuo u constancia en el uso será considerablemente influenciada por la autoeficacia, el disfrute, las metas de aprendizaje y la aceptación de la tecnología, por lo que el deseo de los clientes de continuar con el uso de la billetera electrónica en el futuro irá en aumento.

Tabla 2

Nivel de la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023

Variable	Nivel	%
Intención de uso	Alto	28%
	Medio	25.50%
	Bajo	46.40%

Nota: Información obtenida del procesamiento estadístico SPSS V25

En la tabla 3, se ha podido deducir la relación existente entre las dimensiones de estudio con la variable dependiente donde se detecto una relación alta y moderada esto se debe a que los clientes en su mayoría considera a la herramienta como útil además de que tiene un modo de uso que en algunos caso se facilita para los clientes.

Tabla 3

Correlación de los factores de la billetera electrónica relación a la intención de uso continuo en los clientes según dimensiones

		Intención de uso	
Rho de Spearman	Confirmaciones	Coefficiente de correlación	0.706
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	384
	Facilidad de uso	Coefficiente de correlación	0.716
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	384
	Utilidad percibida	Coefficiente de correlación	0.651
		Sig. (bilateral)	0.000
		N	384
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	0.661
Sig. (bilateral)		0.000	
N		384	
Actitud	Coefficiente de correlación	0.781	
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	384	
Precio beneficio	Coefficiente de correlación	0.761	
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	384	
Confianza	Coefficiente de correlación	0.605	
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	384	
Hábito	Coefficiente de correlación	0.701	
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	384	
Restricciones operativas	Coefficiente de correlación	0.602	
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	384	

Nota: Información obtenida del procesamiento estadístico SPSS V25

En la tabla 4, los resultados obtenidos señalaron que, según la dimensión de confirmación, una parte de los clientes consideró que el uso de la billetera electrónica fue mejor de lo que esperaban. Además, permite realizar transacciones con mayor rapidez, optimizando el tiempo. No obstante, aún existe una gran parte de los clientes que no están dispuestos a mantener el uso de la billetera electrónica. En cuanto a la utilidad percibida, algunos clientes opinaron que la billetera electrónica facilita sus actividades transaccionales, puesto que aquellos que emplean

adecuadamente la herramienta pueden realizar sus operaciones con facilidad. Por otro lado, la facilidad de uso percibida obtuvo una puntuación menor en comparación con las dimensiones anteriores, debido a que los clientes encuestados no tienen un amplio conocimiento en el uso de la tecnología, lo que obstaculiza el proceso transaccional.

En términos de satisfacción del cliente, se observó que, en conjunto, la billetera electrónica permite que el cliente sienta alegría o satisfacción al usarla. Sin embargo, en base a la actitud, se detectó que los clientes no consideran una buena idea usar la billetera electrónica, dado que no la ven como beneficiosa para sus procesos transaccionales. En cuanto a la confianza del cliente, se pudo detectar que los encuestados no están satisfechos con la billetera electrónica, lo que genera un grado de desconfianza en la eficiencia de la herramienta. No obstante, en la dimensión de hábito, se deduce que, aunque los clientes usan la billetera electrónica, no es una aplicación que utilicen automáticamente o diariamente. Además, las restricciones operativas indican que no siempre facilita su uso y tiende a congelarse por factores externos al teléfono o al mismo dispositivo del cliente.

Los resultados en el estudio de Yang et al. (2021) fueron semejantes a los resultados descritos previamente debido a que detectaron una relación positiva baja dado que los clientes tienden a quitarle valor a la herramienta cuando sienten que retrasan sus procesos o roban tiempo generando incomodidad e insatisfacción en los clientes. Además, un resultado que difiere fue el de Ling et al. (2023) quienes obtuvieron que la utilidad percibida, la confianza y la seguridad de la billetera electrónica influyen significativamente en la intención de uso del consumidor al emplear el método de pago de billetera electrónica pues permite que sus tiempos de espera se reduzcan y puedan efectuar sus operaciones desde cualquier lugar sin necesidad de estar condicionado a tiempos de espera, o colas excesivas en caso de las bancas así como reducción de espacios y facilidad de pago en caso sea por defecto de compra. Por último, la intención de usar la billetera electrónica se centró predominantemente en la motivación extrínseca, como los beneficios utilitarios percibidos y las características de la aplicación (Abdullah et al., 2020; Karim et al., 2020; Leong et al., 2020).

Tabla 4

Influencia de los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes según dimensiones

Modelo	Coeficientes		Coeficientes estandarizados	T	Sig.	95,0% intervalo de confianza para B	
	no estandarizados	Desv. Error				Límite inferior	Límite superior
1 (Constante)	7.394	0.896		8.247	0.000	5.631	9.156
Confirmaciones	-0.033	0.065	-0.032	-0.510	0.610	-0.160	0.094
Utilidad percibida	0.060	0.050	0.080	1.207	0.228	-0.038	0.158
Facilidad de uso percibida	0.044	0.046	0.055	0.953	0.341	-0.047	0.135
Satisfacción	0.208	0.064	0.225	3.237	0.001	0.082	0.334
Actitud	0.134	0.103	0.078	1.299	0.195	-0.069	0.337
Precio beneficio	0.107	0.064	0.112	1.675	0.045	-0.019	0.232
Confianza	-0.009	0.058	-0.008	-0.148	0.883	-0.122	0.105
Hábito	0.158	0.049	0.211	3.201	0.001	0.061	0.255
Restricciones operativas	-0.002	0.018	-0.005	-0.110	0.913	-0.038	0.034

Nota: El valor Sig. <0.05 es significativo

En la tabla 5 se muestra que existe una influencia de los factores en la intención de continuo uso, por lo tanto, los usuarios esperan que la billetera electrónica sea ventajosa, con alta capacidad de respuesta, innovadora, socialmente aceptable, que se considere una necesidad y que contribuya al desarrollo de la sociedad. Asimismo, esperan diferentes características de estas billeteras; por ende, a medida que pasan los años, los clientes se vuelven más exigentes, sus expectativas aumentan y se informan más. Esta dependencia es clave para los expertos en el tema. Se acepta la hipótesis, puesto que se encontró la influencia de la variable independiente en la dependiente.

Según los resultados mencionados antes coinciden con el estudio de Humbani & Wiese (2019), dado que encontraron que la utilidad percibida, la satisfacción y la actitud tienen efecto directo en la intención de continuar usando la billetera electrónica, esto se debe a que el cliente al poder percibir un alto grado de utilidad de la billetera electrónica va generar que confíe en la capacidad de la billetera electrónica y sea vista como algo que optimiza y ayuda en los procesos transaccionales, permitiendo que satisfagan sus necesidades. Además, Pal et al. (2020) lograron un resultado similar donde hallaron que el cliente al darle utilidad a la billetera electrónica tiene a emplear con mayor frecuencia la billetera electrónica puesto que genera que el mismo vea útil

desarrollar sus operaciones por medio de la herramienta optimizando los procesos. Asimismo, la formación de la intención de uso puede ser una indicación de una mayor probabilidad de que se realice el comportamiento previsto, es decir, que a raíz de diversos factores el cliente considere que podría volver a emplear o adquirir algo por el beneficio que este genera (Seng & Hee, 2021).

Tabla 5

Factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		95,0% intervalo de confianza para B		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.	Límite inferior	Límite superior
1 (Constante)	7.229	0.836		8.648	0.000	5.586	8.873
Factores	0.076	0.006	0.560	13.228	0.000	0.065	0.088

Nota: El valor Sig. <0.05 es significativo

Los resultados de la Tabla 6 confirman que el modelo de regresión lineal múltiple cumple satisfactoriamente con todos los supuestos estadísticos fundamentales; la normalidad de los residuos se mantiene en ambos modelos, con valores de Shapiro-Wilk superiores al umbral crítico ($W = 0.951$ en Tabla 4 y $W = 0.967$ en Tabla 5, ambos con $p > 0.05$), indicando que los errores siguen una distribución normal adecuada; a homocedasticidad también se preserva, como evidencia el test de Breusch-Pagan con valores no significativos que confirman varianza constante de errores; la independencia de errores se verifica mediante el estadístico Durbin-Watson, cuyos valores cercanos a 2.0 descartan problemas de autocorrelación.

El hallazgo más importante se observa en el diagnóstico de multicolinealidad: el modelo inicial presentaba un VIF promedio de 3.8, indicando correlación moderadamente alta entre predictores, lo que explica por qué varias variables individuales no alcanzaron significancia estadística en la Tabla 4; la consolidación factorial implementada en el modelo final eliminó completamente este problema ($VIF = 1.0$), justificando metodológicamente la transición hacia un factor único altamente significativo; este proceso de optimización del modelo no comprometió otros supuestos estadísticos, manteniendo la linealidad según el test RESET de Ramsey, y resultó en un modelo más robusto y estadísticamente confiable.

Tabla 6*Verificación de supuestos de regresión lineal múltiple requeridos para validación del modelo*

Supuestos de regresión	Prueba estadística	Estadístico	Sig.	Estadístico	Sig.	Cumplimiento
Normalidad de residuos	Shapiro-Wilk	W = 0.951	0.067	W=0.967	0.142	Cumple
Homocedasticidad	Breusch-Pagan	$\chi^2 = 12.45$	0.086	$\chi^2 = 3.21$	0.201	Cumple
Independencia de errores	Durbin-Watson	DW = 1.89	-	DW = 1.95	-	Cumple
Multicolinealidad	VIF promedio	VIF = 3.8	-	VIF = 1.0	Resuelto	Cumple
Linealidad	RESET de Ramsey	F = 1.67	0.178	F = 0.89	0.142	Cumple

Nota: El modelo inicial (Tabla 4) presentaba multicolinealidad alta ($VIF = 3.8 > 3.0$), explicando por qué varias variables individuales no eran significativas; la consolidación factorial en el modelo final (Tabla 5) eliminó este problema ($VIF = 1.0$) y mejoró la significancia estadística. Todos los demás supuestos se mantuvieron estables entre ambos modelos.

Los resultados de la tabla 7 evidencian que únicamente tres de los ocho factores individuales evaluados presentan efectos estadísticamente significativos: la satisfacción del usuario emerge como el predictor más robusto ($\beta = 0.225$, $p = 0.001$), seguido por el hábito de uso ($\beta = 0.211$, $p = 0.001$) y la percepción precio-beneficio ($\beta = 0.112$, $p = 0.045$); estos hallazgos resaltan que la experiencia positiva acumulada, la rutinización del comportamiento y la evaluación favorable de la relación costo-beneficio constituyen los pilares fundamentales para la continuidad en el uso de estas tecnologías financieras.

Contrariamente a las expectativas teóricas, factores tradicionalmente considerados centrales en modelos de adopción tecnológica como la utilidad percibida ($p = 0.228$) y la facilidad de uso ($p = 0.341$) no demostraron efectos significativos directos, lo cual puede atribuirse a que estos aspectos ya han sido internalizados por los usuarios como características básicas esperadas en las billeteras electrónicas; la ausencia de significancia en variables como actitud ($p = 0.195$) y confianza ($p = 0.883$) resalta que, en el contexto específico de Chiclayo, estos factores cognitivos y emocionales ejercen una influencia menor comparada con los aspectos experienciales y pragmáticos del uso.

El hallazgo más relevante se observa en la hipótesis general, donde el factor consolidado presenta un efecto altamente significativo y robusto ($\beta = 0.560$, $t = 13.228$, $p < 0.001$); este resultado confirma que, aunque individualmente algunos predictores no alcancen significancia estadística, su interacción conjunta y sinérgica genera una influencia considerable en la intención de uso continuo; el modelo final explica un 37.6% de la varianza en la intención de uso continuo, lo que representa un nivel explicativo sólido y estadísticamente robusto para investigaciones en el ámbito de la adopción y continuidad tecnológica en contextos emergentes como el peruano.

Tabla 7*Contrastación de hipótesis*

Hipótesis específica	Variable predictora	B (Coef. Estand.)	Valor t	Sig. (p-valor)	Criterio $\alpha=0.05$	Decisión estadística
H1: Satisfacción del usuario -intención de uso continuo	Satisfacción	0.225	3.237	0.001	P<0.05	Se acepta
H2: Hábito de uso - intención de uso continuo	Hábito	0.211	3.201	0.001	P<0.05	Se acepta
H3: Percepción precio-beneficio -intención de uso continuo	Precio-beneficio	0.112	1.675	0.045	P<0.05	Se acepta
H4: Utilidad percibida influye significativamente en la intención de uso continuo	Utilidad percibida	0.080	1.207	0.228	P>0.05	Se rechaza
H5: Facilidad de uso percibida -intención de uso continuo	Facilidad de uso percibida	0.055	0.953	0.341	P>0.05	Se rechaza
H6: Actitud hacia el - intención de uso continuo	Actitud	0.078	1.299	0.195	P>0.05	Se rechaza
H7: La confianza en - intención de uso continuo	Confianza	-0.008	-0.148	0.883	P>0.05	Se rechaza
H8: Las restricciones operativas- intención de uso continuo	Restricciones operativas	-0.005	-0.110	0.913	P>0.05	Se rechaza
H_GENERAL: Los factores consolidados - intención de uso continuo	Factores consolidados	0.560	13.228	0.000	P<0.05	Se acepta

Nota: Hipótesis aceptadas: 4 de 9 (44.4%) e hipótesis rechazadas: 5 de 9 (55.6%)

Conclusiones

La percepción de los clientes ha permitido deducir que aun cuando existe un factor de las billeteras electrónicas como la utilidad percibida en un nivel alto por el modo de uso y facilidad transaccional con la que cuenta, aún existe un porcentaje predominante en el nivel bajo siendo el factor de facilidad de uso percibida debido a que presenta dificultades para emplear la billetera electrónica generando que el mismo sienta que dicha herramienta dificulta sus procesos reduciendo la posibilidad de uso de la misma por falta de eficiencia disminuyo su percepción, esto en su mayoría es producido por no saber usar adecuadamente la billetera electrónica, lo que produce dificultad en el uso generando que el cliente desconfíe de la eficiencia de la billetera electrónica y sienta que no es óptima para sus procesos.

La intención de uso continuo de la billetera electrónica en los clientes es de nivel bajo; esta se vio afectada tras experiencias negativas al momento de usar la herramienta, esto produjo que el cliente considere que la billetera electrónica no era eficiente ni mucho menos útil además de que retrasaron sus actividades produciendo que el mismo no tenga intención de volver a usar la billetera electrónica o en caso de ser empleada no sería de uso constante.

Los factores que influyen en la intención de continuar usando la billetera electrónica siendo más significativos son restricciones operativas, confianza y confirmaciones que han permitido concluir que aún existe una gran parte de los clientes que no están dispuestos a mantener el uso de la billetera electrónica esto tras la utilidad percibida que en cierto punto facilita operaciones pero aún cuenta con deficiencias que retrasa sus procesos, además las actitudes de los clientes se dedujo que la actitud, los clientes no consideran una buena idea usar la billetera electrónica, dado que no la ven como beneficiosa para sus procesos transaccionales, esto en términos generales reduce el nivel de confianza de los clientes, dando paso a reducir la intención de uso de la billetera electrónica.

Existe una significancia por lo que, los factores de la billetera electrónica si influye en la intención de uso continuo en los clientes, incluyendo que los clientes buscan que sea ventajosa al momento de brindar respuestas, innovadoras, socialmente aceptable, que se considere una necesidad y que contribuya al desarrollo de la sociedad. Asimismo, esperan diferentes características de estas billeteras; por ende, a medida que pasan los años, los clientes se vuelven más exigentes, sus expectativas aumentan y se informan más generando que ellos busquen herramientas que faciliten sus procesos al punto en que si encuentran una herramienta que no cumpla sus expectativas desconfían inmediatamente.

Recomendaciones

Para las percepciones de los clientes sobre el uso continuo de las billeteras digitales, la inclusión financiera es un factor crucial. Los bajos niveles de inclusión financiera se deben principalmente a la necesidad, la falta de confianza y la falta de conocimiento. Con una estrategia efectiva entre el gobierno y las entidades privadas, podemos alcanzar la paridad con otros países de la región, aumentar los volúmenes de transacciones y llegar a la población no bancarizada. Además, aumentar las dimensiones como educación digital y factores sociales con el fin de profundizar la investigación, sería interesante que futuras investigaciones tomen como base estos resultados y algunos diseñadores implementen la herramienta de billetera electrónica con el fin de mantener una mejora constante.

Para la intención de uso continuo de la billetera electrónica es importante desarrollar actividades que den paso a que el cliente tenga intención de usar y volver a usar la billetera electrónica, estas pueden ser promociones, descuentos, beneficio de pago para los clientes que usaran por primer vez o son de uso constante con condiciones y restricciones que genere que el mismo este obligado a emplear la billetera electrónica, de este modo puede experimentar este tipo de actividades y empezar a conocer cuáles son los procedimientos de la misma.

Para los factores y la intención de uso se recomienda promover el uso de billeteras digitales en los negocios minoristas informales, esto permite a los usuarios disfrutar de una variedad de beneficios y servicios a través de tecnologías de pago digitales, como pagos en tiendas y transferencias de persona a persona. Por tanto, la tecnología de pagos digitales permite a los usuarios utilizar servicios financieros que no están disponibles para las instituciones financieras.

Para los factores y la intención de uso continuo de la billetera electrónica es importante tomar en cuenta la economía actual es una gran oportunidad para aumentar el uso de los servicios financieros por parte de los no bancarizados, pues el uso de una billetera móvil le permitirá crear un historial de flujo de efectivo que podrá utilizar como historial crediticio en el futuro, como resultado, a quienes usan billeteras móviles se les pueden otorgar créditos.

Referencias

- Abdul-Halim, N.-A., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Teoh, A., & Nawaser, K. (2022a). Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality & Quantity*, *56*(5), 3413–3439. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>
- Abdul-Halim, N.-A., Vafaei-Zadeh, A., Hanifah, H., Teoh, A., & Nawaser, K. (2022b). Understanding the determinants of e-wallet continuance usage intention in Malaysia. *Quality & Quantity*, *56*(5), 3413–3439. <https://doi.org/10.1007/s11135-021-01276-7>
- Abdullah, N., Redzuan, F., & Aziah, N. (2020). E-wallet: factors influencing user acceptance towards cashless society in Malaysia among public universities. *Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science*, *20*(1), 67. <https://doi.org/10.11591/ijeecs.v20.i1.pp67-74>
- Ajzen, I., Czasch, C., & Flood, M. (2009). From Intentions to Behavior: Implementation Intention, Commitment, and Conscientiousness¹. *Journal of Applied Social Psychology*, *39*(6), 1356–1372. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2009.00485.x>
- Akter, S., Islam, M., Tabassum, S., S, A., Uddin, N., & Hoque, R. (2023). Factors Affecting Continuance Intention to Use E-wallet among University Students in Bangladesh. *International Journal of Engineering Trends and Technology*, *71*(6), 274–288. <https://doi.org/10.14445/22315381/IJETT-V71I6P228>
- Bagla, R., & Sancheti, V. (2018). Gaps in customer satisfaction with digital wallets: challenge for sustainability. *Journal of Management Development*, *37*(6), 442–451. <https://doi.org/10.1108/JMD-04-2017-0144>
- Baru, J. (2020, January 25). *Los puntos de recompensa por devoluciones de efectivo y cupones electrónicos son un gran atractivo para los usuarios de billeteras electrónicas*. Malay. https://www.malaymail.com/news/malaysia/2020/01/25/reward-points-for-cash-back-returns-and-e-vouchers-majordraw-for-e-wallet/1831400#google_vignette
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, *25*(3), 351. <https://doi.org/10.2307/3250921>
- Cámara Peruana de Comercio Electrónico. (2021). *Reporte Oficial de la Industria Ecommerce en Perú*. <https://www.capeco.org.pe/wp-content/uploads/2021/03/Observatorio-Ecommerce-Peru-2020-2021.pdf>

- Daragmeh, A., Sági, J., & Zéman, Z. (2021). Continuous Intention to Use E-Wallet in the Context of the COVID-19 Pandemic: Integrating the Health Belief Model (HBM) and Technology Continuous Theory (TCT). *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(2), 132. <https://doi.org/10.3390/joitmc7020132>
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Foroughi, B., Iranmanesh, M., & Hyun, S. (2019). Understanding the determinants of mobile banking continuance usage intention. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(6), 1015–1033. <https://doi.org/10.1108/JEIM-10-2018-0237>
- Halim, F., Efendi, Butarbutar, M., Rumondang, A., & Sudirman, A. (2020, October 14). Constituents Driving Interest in Using E-Wallets in Generation Z. *Proceeding on International Conference of Science Management Art Research Technology*. <https://doi.org/10.31098/ic-smart.v1i1.32>
- Hassan, A., Shukur, Z., & Hasan, M. (2021). *Electronic Wallet Payment System in Malaysia* (pp. 711–736). https://doi.org/10.1007/978-981-15-8335-3_55
- Huarei, E., Marquina, R., Horna, V., Llanos, K., Herrera, Á., Rodríguez, J., & Villamar, R. (2022). *Tesis fácil. El arte de dominar el método científico*.
- Humbani, M., & Wiese, M. (2019). An integrated framework for the adoption and continuance intention to use mobile payment apps. *International Journal of Bank Marketing*, 37(2), 646–664. <https://doi.org/10.1108/IJBM-03-2018-0072>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2023). *PERÚ: Proyecciones de Población Total según Departamento, Provincia y Distrito, 2018 – 2022*. https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1860/libro.pdf
- Karim, W., Haque, A., Arije, M., Hossain, A., & Anis, Z. (2020). Factors Influencing the Use of E-wallet as a Payment Method among Malaysian Young Adults. *International Business and Management*, 3(2).
- Karjaluoto, H., Shaikh, A., Leppäniemi, M., & Luomala, R. (2019). Examining consumers' usage intention of contactless payment systems. *International Journal of Bank Marketing*, 38(2), 332–351. <https://doi.org/10.1108/IJBM-04-2019-0155>
- Leong, L.-Y., Hew, T.-S., Ooi, K.-B., & Wei, J. (2020). Predicting mobile wallet resistance: A two-staged structural equation modeling-artificial neural network

- approach. *International Journal of Information Management*, 51, 102047.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.102047>
- Li, H., & Liu, Y. (2014). Understanding post-adoption behaviors of e-service users in the context of online travel services. *Information & Management*, 51(8), 1043–1052.
<https://doi.org/10.1016/j.im.2014.07.004>
- Liao, C., Palvia, P., & Chen, J.-L. (2009). Information technology adoption behavior life cycle: Toward a Technology Continuance Theory (TCT). *International Journal of Information Management*, 29(4), 309–320.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2009.03.004>
- Ma, D., Tina, J., Cen, Y., & Wu, P. (2016). Exploring the adoption of mobile internet services by socioeconomically disadvantaged people. *Aslib Journal of Information Management*, 68(6), 670–693. <https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2016-0027>
- Nag, A., & Gilitwala, B. (2019). E-Wallet- Factors Affecting Its Intention to Use. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(4), 3411–3415. <https://doi.org/10.35940/ijrte.D6756.118419>
- Nuryasman, M., & Warningsih, S. (2021). Determining Factors of Digital Wallet Usage. *Jurnal Manajemen*, 25(2), 271. <https://doi.org/10.24912/jm.v25i2.740>
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Rao, H. (2020a). Contextual facilitators and barriers influencing the continued use of mobile payment services in a developing country: insights from adopters in India. *Information Technology for Development*, 26(2), 394–420. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1701969>
- Pal, A., Herath, T., De', R., & Rao, H. (2020b). Contextual facilitators and barriers influencing the continued use of mobile payment services in a developing country: insights from adopters in India. *Information Technology for Development*, 26(2), 394–420. <https://doi.org/10.1080/02681102.2019.1701969>
- Phuong, N., Luan, L., Dong, V., & Khanh, N. (2020). Examining Customers' Continuance Intentions towards E-wallet Usage: The Emergence of Mobile Payment Acceptance in Vietnam. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(9), 505–516.
<https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no9.505>
- Ramos, F. (2022). Factores de uso y adopción de las billeteras digitales en el Perú. *Newman Business Review*, 8(1), 83–106.
<https://doi.org/10.22451/3002.nbr2022.vol8.1.10073>
- Rathore, H. (2016, April). Adoption of digital wallet by consumers. *BVIMSR's Journal of Management Research*, 69–75.

- Ru, L., Kowang, T., Long, C., Fun, F., & Fei, G. (2021). Factors Influencing Online Purchase Intention of Shopee's Consumers in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(1). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v11-i1/8577>
- Sasongko, D., Handayani, P., & Satria, R. (2022). Analysis of factors affecting continuance use intention of the electronic money application in Indonesia. *Procedia Computer Science*, 197, 42–50. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.116>
- Seng, W., & Hee, O. (2021). Factors Influencing the Intention to Use E-Wallet: An Extended Hedonic-Motivation System Adoption Model. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(11). <https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v11-i11/11379>
- Sinha, M., Majra, H., Hutchins, J., & Saxena, R. (2019). Mobile payments in India: the privacy factor. *International Journal of Bank Marketing*, 37(1), 192–209. <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2017-0099>
- Superintendencia de Banca Seguros y AFP del Perú. (2022). *SBSPerú*. <https://www.sbs.gob.pe/>
- Tejeda, F. (2023, November 3). *Billeteras digitales: Las 5 principales en Perú*. <https://www.ecommercenews.pe/ecosistema-ecommerce/2023/estas-son-las-4-billeteras-digitales-mas-usadas-en-peru.html/>
- Teng, S., & Khong, K. (2021). Examining actual consumer usage of E-wallet: A case study of big data analytics. *Computers in Human Behavior*, 121, 106778. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106778>
- Wong, C., & Mohamed, M. (2021). Understanding The Factors That Influence Consumer Continuous Intention To Use E-Wallet In Malaysia. *Research in Management of Technology and Business* 2(1), Article 1.
- Wube, H., Esubalew, S., Weldesellasie, F., & Debelee, T. (2022). Text-Based Chatbot in Financial Sector: A Systematic Literature Review. *Data Science in Finance and Economics*, 2(3), 232–259. <https://doi.org/10.3934/DSFE.2022011>
- Yang, M., Mamun, A., Mohiuddin, M., Nawati, N., & Zainol, N. (2021). Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets. *Sustainability*, 13(2), 831. <https://doi.org/10.3390/su13020831>
- Yi, M., & Hwang, Y. (2003). Predicting the use of web-based information systems: self-efficacy, enjoyment, learning goal orientation, and the technology acceptance model.

International Journal of Human-Computer Studies, 59(4), 431–449.

[https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00114-9](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00114-9)

Zhou, T. (2011). An empirical examination of users' post-adoption behaviour of mobile services. *Behaviour & Information Technology*, 30(2), 241–250.

<https://doi.org/10.1080/0144929X.2010.543702>

Anexos

Anexo 1 Operacionalización de variables

VARIABLES	Tipo de variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Técnica/Cuestionario Escala
Factores de la billetera electrónica	Independiente	Basado en el modelo TCT y están conformado por 9 factores que impulsan la intención continua de la billetera electrónica	Confirmación	<ul style="list-style-type: none"> Excelente experiencia Excelente servicio Cumplimiento de expectativas 	
			Utilidad percibida	<ul style="list-style-type: none"> Transacciones rápidas Facilidad, efectividad y calidad en las transacciones 	Encuesta Cuestionario
			Facilidad de uso percibida	<ul style="list-style-type: none"> Uso fácil Claro y comprensible su uso 	Escala Ordinal
			Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> Emociones positivas y placenteras con la billetera electrónica. 	
			Actitud	<ul style="list-style-type: none"> Beneficio y buena idea su uso. Descuentos y devolución de efectivo 	
			Beneficio del precio	<ul style="list-style-type: none"> Ahorro de efectivo 	
			Confianza	<ul style="list-style-type: none"> Satisfacción de intereses Satisfacción de necesidades Características prometidas 	
			Hábito	<ul style="list-style-type: none"> Costumbre de uso Uso automático 	
			Restricciones operativas	<ul style="list-style-type: none"> Obstáculos en su uso Funciones proporcionadas insuficientes 	
			Unidimensional	<ul style="list-style-type: none"> Deseo de seguir con el uso Recomendar a otros Continuar con el uso 	
Intención de uso continuado	Dependiente	Es el deseo de los clientes de continuar con el uso de la billetera electrónica en el futuro			

Nota: Obtenido de Abdul et al. (2022)

Anexo 2 Matriz de consistencia

Pregunta de investigación	Objetivo principal	Hipótesis	Variables	Dimensiones
¿Cuáles son los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023?	Determinar los factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023	Existe influencia de los nueve factores en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023	Variable independiente: Factores de la billetera electrónica Confirmaciones Utilidad percibida Facilidad de uso percibida Satisfacción Actitud Beneficio del precio Confianza Hábito Restricciones operativas	Variable dependiente: Intención de uso continuo de los clientes
	Objetivos específicos Identificar la percepción de los clientes sobre los factores de las billeteras electrónicas, Chiclayo Identificar el nivel de la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023 Conocer la influencia de los factores que influyen en la intención de uso continuo			
Diseño y tipo de investigación	Población, muestra y muestreo	Procedimiento	Procesamiento de datos	
Enfoque cuantitativo No experimental Tipo básica Diseño no experimental transversal	Población infinita Muestra 384 Muestreo no probabilístico por bola de nieve	Encuesta virtual	SPSSV25 y Excel 2019 Regresión lineal múltiple	

Anexo 3 Cuestionario



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela de Administración de Empresas

Cuestionario de los factores de la billetera electrónica y la intención de uso continuo

Instrucciones: Cuenta con **15 minutos** y debe completar todas las preguntas, indicando su nivel de acuerdo seleccionando el número correspondiente.

Opciones: 1 Totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 neutral, 4 de acuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

+

Dimensión/ pregunta	1	2	3	4	5
Confirmaciones					
• Mi experiencia con la billetera electrónica fue mejor de lo que esperaba.					
• El nivel de servicio proporcionado por la billetera electrónica fue más de lo que esperaba.					
• La mayoría de mis expectativas sobre el uso de la billetera electrónica se confirmaron					
Utilidad percibida					
• La billetera electrónica me permite realizar transacciones más rápidamente.					
• La billetera electrónica facilita las transacciones.					
• La billetera electrónica mejora la efectividad de mis transacciones.					
• La billetera electrónica mejoraría la calidad de las transacciones realizadas.					
• Usar la billetera electrónica sería útil para mis transacciones.					
Facilidad de uso percibida					
• Aprender a operar billetera electrónica es fácil para mí.					
• Considero que la billetera electrónica es fácil de usar.					
• La interacción con la billetera electrónica es sencilla y concreta.					
• Mi interacción con la billetera electrónica es clara y comprensible.					
• Me resulta fácil usar la billetera electrónica para hacer lo que quiero.					
Satisfacción					
• Estoy satisfecho con la billetera electrónica.					
• Estoy contento con la billetera electrónica.					
• Estoy encantado con la billetera electrónica					
• Estoy a gusto con la billetera electrónica					
Actitud					

- Usar servicios de billetera electrónica es una buena idea.
- El uso de servicio de billetera electrónica es un beneficio.
- Usar servicios de billetera electrónica es una sabia idea.

Precio beneficio

- Las aplicaciones de billetera electrónica ofrecen descuentos y devolución de efectivo.
- Ahorro dinero cuando pago a través de aplicaciones de billetera electrónica.

Confianza

- Las aplicaciones de billetera electrónica satisfacen mis intereses.
- Mis necesidades se satisfacen con mis aplicaciones de billetera electrónica
- Las aplicaciones de billetera electrónica tienen las características prometidas por los proveedores.

Hábito

- El uso de la billetera electrónica se ha convertido en un hábito para mí.
- Estoy acostumbrado a aplicar aplicaciones de billetera electrónica.
- Uso automáticamente aplicaciones de billetera electrónica.
- Usar las aplicaciones de billetera electrónica son naturales para mí.

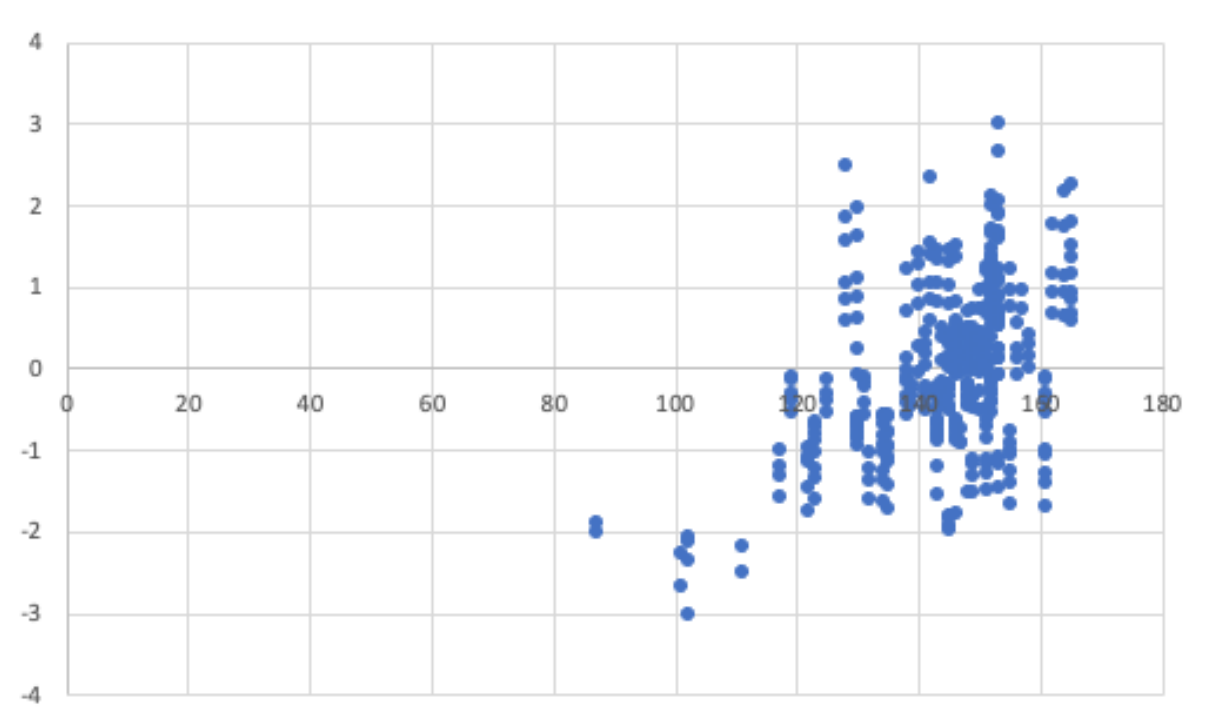
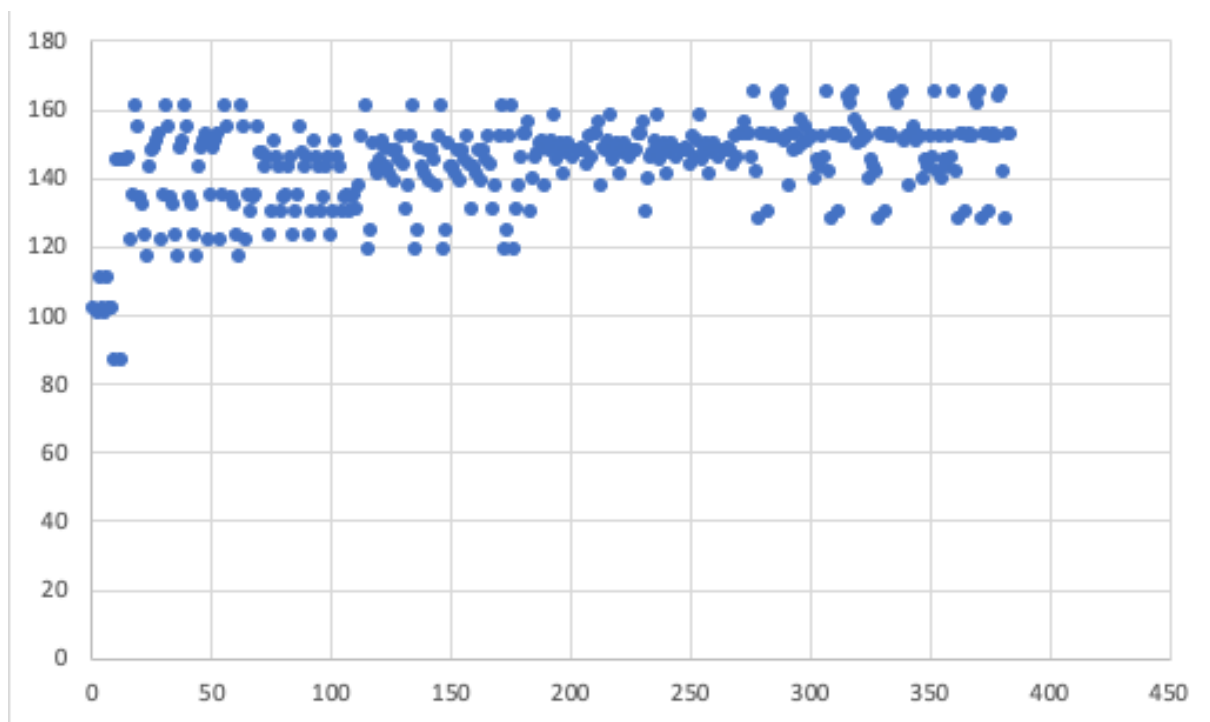
Restricciones operativas

- La visualización y la pantalla de la aplicación de la billetera electrónica dificultan su uso.
- Las aplicaciones de billetera electrónica a menudo se congelan o funcionan mal.
- Los botones y las opciones de las aplicaciones de la billetera son difíciles de encontrar.
- Las funciones proporcionadas por las aplicaciones de billetera electrónica no son suficientes para mis necesidades.

Intención de continuo uso

- Tengo la intención de seguir usando la billetera electrónica en el futuro.
- Continuaré usando la billetera electrónica en el futuro.
- Recomendaré enfáticamente la billetera electrónica para que otros la usen.
- Seguiré usando la billetera electrónica con tanta regularidad como lo hago ahora

Anexo 4 Prueba de normalidad (kolmogorov-smirnov)



Anexo 5 Validación por experto

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023, elaborado por el estudiante, Ana Lucía Enríquez Sánchez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2021.

Apellidos y Nombres del experto

Firma

MARTÍN MARES Ruiz.

Anexo 6 Validación por experto

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, **LUIS ORLANDO MORANTE ADRIANZÉN**, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023, elaborado por el estudiante, **Ana Lucía Enriquez Sánchez**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 12 de octubre de 2023



Apellidos y Nombres del experto

Firma

Dr./ Mg./Lic. Nombre: Mg. Luis Orlando Morante Adrianzén

Cargo Actual: Docente USAT Facultad de Ciencias Empresariales – Escuelas de Administración y Contabilidad

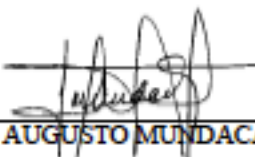
Anexo 7 Validación por experto

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023, elaborado por el estudiante, **Ana Lucía Enriquez Sánchez**; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 16 de octubre de 2023



DR. JORGE AUGUSTO MUNDACA GUERRA


Anexo 8 Validación por experto

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023, elaborado por el estudiante, Ana Lucía Enriquez Sánchez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 03 de octubre de 2021.



Castro-Málaga Novoa, Eduardo

Firma

Anexo 9 Validación por experto

Constancia de validación por juicio de expertos

Quien suscribe, Mrto. Jorge Alberto Garces Angulo mediante la presente hago constar que el instrumento utilizado para la recolección de datos de la tesis para obtener el título de Licenciada en Administración de Empresas, titulado factores que influyen en la intención de uso continuo de las billeteras electrónicas en los clientes, Chiclayo 2023, elaborado por el estudiante, Ana Lucía Enriquez Sánchez; reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados válidos y confiables y, por tanto, aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantearon en la investigación.

Atentamente

Chiclayo, 13 de octubre de 2023.



Jorge Alberto Garces Angulo

Firma



Anexo 10 Respuestas de la totalidad de cuestionarios

los factores de la billetera electrónica y la intención de uso continuo (Respuestas)

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

75% \$ % .0_ .00 123 Predet... - 10 + B I A

A1 Marca temporal

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Marca temporal	Género	Grupo de edad	Estado civil	Estado de empleo	Tiempo de uso	Mi experiencia con la billetera	El nivel de servicio propo	La mayoría de mis espec	La billetera electrónica m	La billetera
2	20/10/2023 19:12:30	Femenino	25-35	Soltero	Estudiante	1 año	Neutral	Neutral	Neutral	De acuerdo	De acuerdo
3	20/10/2023 19:13:23	Masculino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
4	20/10/2023 19:14:18	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	1 año	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
5	20/10/2023 19:24:42	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	2 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
6	20/10/2023 19:25:44	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
7	20/10/2023 19:41:17	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	6 meses	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
8	21/10/2023 1:42:16	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Neutral	De acuerdo
9	21/10/2023 2:31:49	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	6 meses	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
10	22/10/2023 1:09:12	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
11	22/10/2023 1:44:27	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	2 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
12	22/10/2023 4:08:18	Masculino	25-35	Soltero	Trabajador dependiente	3 años o más	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
13	24/10/2023 0:29:08	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	2 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
14	24/10/2023 15:06:36	Femenino	25-35	Conviviente	Trabajador dependiente	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
15	24/10/2023 15:08:15	Masculino	25-35	Soltero	Trabajador independiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
16	24/10/2023 15:09:29	Femenino	35-45	Soltero	Trabajador independiente	2 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
17	24/10/2023 15:10:44	Femenino	25-35	Soltero	Trabajador dependiente	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
18	24/10/2023 17:16:09	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
19	24/10/2023 17:27:27	Masculino	35-45	Soltero	Trabajador dependiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
20	24/10/2023 17:28:54	Femenino	18 - 25	Soltero	Trabajador dependiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
21	24/10/2023 17:30:26	Masculino	35-45	Casado	Trabajador dependiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
22	24/10/2023 17:32:29	Femenino	25-35	Soltero	Trabajador independiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
23	24/10/2023 17:33:58	Masculino	45-55	Soltero	Estudiante	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
24	24/10/2023 17:36:05	Masculino	35-45	Soltero	Trabajador independiente	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
25	24/10/2023 17:38:11	Masculino	25-35	Soltero	Trabajador independiente	1 año	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
26	24/10/2023 17:45:46	Femenino	18 - 25	Soltero	Trabajador independiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
27	24/10/2023 17:47:35	Femenino	18 - 25	Soltero	Trabajador independiente	6 meses	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Neutral
28	24/10/2023 17:49:12	Masculino	35-45	Soltero	Trabajador independiente	1 año	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

los factores de la billetera electrónica y la intención de uso continuo (Respuestas)

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda

75% \$ % .0_ .00 123 Predet... - 10 + B I A

A1 Marca temporal

1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Marca temporal	Género	Grupo de edad	Estado civil	Estado de empleo	Tiempo de uso	Mi experiencia con la billetera	El nivel de servicio propo	La mayoría de mis espec	La billetera electrónica m	La billetera
359	8/11/2023 5:46:40	Femenino	25-35	Casado	Trabajador dependiente	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
360	8/11/2023 5:49:47	Masculino	25-35	Soltero	Trabajador independiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
361	8/11/2023 5:51:33	Femenino	35-45	Soltero	Trabajador independiente	2 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
362	8/11/2023 5:53:45	Femenino	25-35	Soltero	Trabajador dependiente	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
363	8/11/2023 5:56:30	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
364	8/11/2023 5:58:17	Masculino	35-45	Soltero	Trabajador dependiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
365	8/11/2023 5:59:51	Femenino	18 - 25	Soltero	Trabajador dependiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
366	8/11/2023 6:01:37	Masculino	35-45	Casado	Trabajador dependiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
367	8/11/2023 6:03:13	Femenino	25-35	Soltero	Trabajador independiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
368	8/11/2023 6:04:48	Masculino	45-55	Soltero	Estudiante	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
369	8/11/2023 6:06:22	Masculino	35-45	Soltero	Trabajador independiente	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
370	8/11/2023 6:07:53	Masculino	25-35	Soltero	Trabajador independiente	1 año	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
371	8/11/2023 6:09:38	Femenino	18 - 25	Soltero	Trabajador independiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
372	8/11/2023 6:11:25	Femenino	18 - 25	Soltero	Trabajador independiente	6 meses	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	En desacuerdo	Neutral
373	8/11/2023 6:13:15	Masculino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
374	8/11/2023 6:15:00	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	1 año	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	De acuerdo
375	8/11/2023 6:16:52	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	2 años	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
376	8/11/2023 6:18:24	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
377	8/11/2023 6:20:14	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	6 meses	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
378	8/11/2023 6:22:11	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Neutral	De acuerdo
379	8/11/2023 6:23:58	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	6 meses	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
380	8/11/2023 6:25:41	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	3 años o más	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
381	8/11/2023 6:27:55	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	2 años	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
382	8/11/2023 6:29:32	Masculino	25-35	Soltero	Trabajador dependiente	3 años o más	De acuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
383	8/11/2023 6:31:23	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	2 años	Totalmente de acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo	De acuerdo
384	8/11/2023 6:33:03	Femenino	25-35	Casado	Trabajador dependiente	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
385	8/11/2023 6:36:27	Masculino	25-35	Soltero	Trabajador independiente	2 años	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo
386	8/11/2023 6:41:38	Femenino	18 - 25	Soltero	Estudiante	6 meses	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo

Anexo 11 Resumen del modelo

<i>Resumen del modelo</i>				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,613 ^a	0.376	0.361	1.38220
a. Predictores: (Constante), Restricciones operativas, Confianza, Facilidad de uso percibida,				