

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela Profesional de Contabilidad



Adopción del uso de los monederos electrónicos en el Perú

Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público

Autores:

Yeni Lizbeth Perez Huaman
Rocio Elizabeth Sanchez Vasquez
Keisy Mylene López Vásquez

Asesor:

Dr. Avelino Sebastian Villafuerte de la Cruz

Tarapoto, mayo de 2024

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DE TESIS

Yo, Dr. Avelino Sebastian Villafuerte de la Cruz, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Contabilidad y Gestión Tributaria, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“ADOPCIÓN DEL USO DE LOS MONEDEROS ELECTRÓNICOS EN EL PERÚ”** de los autores Keisy Mylene López Vásquez, Yeni Lizbeth Perez Huaman y Rocio Elizabeth Sanchez Vasquez tiene un índice de similitud de 16% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Morales, a los 13 días del mes de mayo del año 2024.



Dr. Avelino Sebastian
Villafuerte de la Cruz

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En San Martín, Tarapoto, Morales, a los 13 día(s) del mes de mayo del año 2024 siendo las 08:30 horas se reunieron los miembros del jurado en la Universidad Peruana Unión Tarapoto, bajo la dirección del (de la) Presidente(a):

Dr. Juan Felix Quispe Gonzales, el (la) secretario(a): Dr. Eudal Delmar Santos Gutiérrez y los demás miembros, Mtra. Marisol Carranza Molina, Mtra. Erika Lilliana Castro Carlos, y el asesor(a): Dr. Avelino Sebastián Villafuerte De La Cruz, con el propósito de administrar el acto académico de sustentación de la tesis titulado:

"Adopción del uso de los monederos electrónicos en el Perú"

Del (los) bachiller/es:

- a) Yeni Lizbeth Perez Huaman
- b) Rocio Elizabeth Sanchez Vasquez
- c) Keisy Mylene López Vásquez

Conducente a la obtención del título profesional de:

Contador Público

(Denominación del Título Profesional)

El presidente inició el acto académico de sustentación invitando al (a la) / a (los) (las) candidato (a)/s hacer uso del tiempo determinado para su exposición. Concluida la exposición, el Presidente invitó a los demás miembros del jurado a efectuar las preguntas, y aclaraciones pertinentes, las cuales fueron absueltas por al (a la) / a (los) (las) candidato(a)/s. Luego se produjo un receso para las deliberaciones y la emisión del dictamen del jurado.

Posteriormente, el jurado procedió a dejar constancia escrita sobre la evaluación en la presente acta, con el dictamen siguiente:

Bachiller (a): Yeni Lizbeth Perez Huaman

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	18	A-	MUY BUENO	SOBRESALIENTE

Bachiller (b): Rocio Elizabeth Sanchez Vasquez

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	18	A-	MUY BUENO	SOBRESALIENTE

Bachiller (c): Keisy Mylene López Vásquez

CALIFICACIÓN	ESCALAS			Mérito
	Vigesimal	Literal	Cualitativa	
APROBADO	18	A-	MUY BUENO	SOBRESALIENTE

Finalmente, el Presidente del Jurado invito al (a la) / (los) (las) candidato (a)/s a ponerse de pie, para recibir la evaluación final y concluir el acto académico de sustentación procediéndose a registrar las firmas respectivas.

.....
Presidente/a

.....
Secretario/a

.....
Asesor

.....
Miembro

.....
Miembro

.....
Bachiller (a)

.....
Bachiller (b)

.....
Bachiller (c)

RESUMEN

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar el nivel de los factores de la adopción de monederos electrónicos por parte de los consumidores en el Perú. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y con un alcance descriptivo, la muestra estuvo compuesta por 350 ciudadanos residentes en el Perú. Concluyendo que, el nivel de la adopción del uso de monederos electrónicos en el Perú es alto en un 50.6%; asimismo, las dimensiones de conocimiento del consumidor y la utilidad percibida con respecto al uso de los monederos electrónicos indican que un 61.7% de los encuestados tiene un alto nivel de conocimiento sobre el concepto, funcionamiento y un alto nivel de percepción de su utilidad de los monederos electrónicos.

Palabras clave: Monedero electrónico, Adopción de monederos, Conocimientos, Utilidad percibida, Intención de comportamiento.

ABSTRACT

The present research was carried out with the objective of determining the level of factors of the adoption of electronic purses by consumers in Peru. The methodology had a quantitative approach, with a non-experimental design and a descriptive scope, the sample was composed of 350 citizens residing in Peru. The study concluded that the level of adoption of the use of electronic purses in Peru is high at 50.6%; likewise, the dimensions of consumer knowledge and perceived usefulness with respect to the use of electronic purses indicate that 61.7% of respondents have a high level of knowledge about the concept, operation and a high level of perception of the usefulness of electronic purses.

Keywords: Electronic purse, Adoption of electronic purses, Knowledge, Perceived usefulness, Behavioral intention.

INTRODUCCIÓN

Kim et al., (2023) argumentan que, los movimientos de las transacciones electrónicas han ido en aumento durante la emergencia sanitaria por el COVID-19, teniendo como resultado el uso de una nueva herramienta de pago, como son los teléfonos móviles con funcionalidad inteligente. Convirtiendo estas herramientas en nuestras nuevas tarjetas digitales. Rosli et al., (2023) mencionan que, los monederos electrónicos son uno de los avances logrados por la evolución de la tecnología financiera (Fintech), por lo que se ha posicionado durante la pandemia del COVID-19. Por lo tanto, es esencial comprender el factor de aceptación de los monederos electrónicos; ya que, a medida que evoluciona esta tecnología se realizan lagunas en el conocimiento y la investigación. Por otro lado, Wei et al., (2023) indican, que las compras en línea se incrementaron impulsivamente; dado que, los resultados sobre los monederos electrónicos fueron favorables para la disposición de la demanda que requería ante los sectores comerciales. Según Mohd et al., (2022), la intención de adaptar a los usuarios a un medio de pago electrónico tuvo diferentes visiones, ya que el uso de efectivo se vio obligado a ser reemplazado por el servidor digital. Además, para Johan et al., (2022) desde las restricciones sanitarias durante la pandemia del 2020 se ha incrementado el uso de pagos y transacciones financieras a través de los monederos electrónicos. Alam et al., (2021) nos indica que la satisfacción es considerada al impacto de las estrategias, en cuanto a los servicios y funciones, hacia la compatibilidad en la seguridad en las transacciones.

En el Perú existe una tendencia en crecimiento y de significancia con respecto al uso de la banca por internet para las diversas transacciones comerciales personales y empresariales, esto como consecuencia de las restricciones sanitarias durante la pandemia del covid-19 (Arámbulo et al., 2022). Por otro lado, el uso de los medios electrónicos para realizar transacciones de pagos, en especial el uso de los equipos móviles, depende de la aceptación o la adopción de los usuarios (Bermeo-Giraldo et al., 2019).

Las contribuciones del presente estudio radican en que hace un aporte a la Innovación

Tecnológica y Financiera, porque proporciona evidencia actualizada sobre cómo la pandemia de COVID-19 ha acelerado la adopción de tecnologías financieras innovadoras como los monederos electrónicos. Provee una base para Estrategias Empresariales porque los hallazgos pueden servir para que los empresarios diseñen estrategias más informadas para fomentar la inclusión financiera y la digitalización de pagos, considerando aspectos como la seguridad, la educación financiera y la mejora de la infraestructura tecnológica.

Así también, contribuye a la literatura académica existente sobre la adopción de tecnología financiera, particularmente en un contexto emergente como el peruano, llenando posibles vacíos de investigación identificados en la revisión de literatura.

Los beneficiarios del estudio son el Sector Financiero y Fintech porque pueden utilizar los hallazgos para desarrollar productos que se alineen mejor con las necesidades y expectativas de los consumidores, mejorando la experiencia del usuario y la adopción de servicios. Asimismo, se beneficia a la Comunidad Académica, porque añade conocimiento al campo de la tecnología financiera, sirviendo de referencia para futuras investigaciones en el área.

La investigación aborda una necesidad crucial de entender los factores que impulsan o inhiben esta adopción, lo que es fundamental para diseñar intervenciones efectivas que promuevan una mayor inclusión financiera y una economía más digital y segura.

En tal sentido, el objetivo del estudio es evaluar el nivel de adopción de los monederos electrónicos entre los consumidores peruanos, identificando los principales factores que influyen en su decisión de adoptar esta tecnología financiera, incluyendo el conocimiento del consumidor, la utilidad percibida, la facilidad de uso percibida, la confianza, la actitud y la intención de comportamiento, en el contexto post-pandemia del COVID-19. Por tal razón, se plantea la siguiente pregunta: ¿Cómo los consumidores peruanos han adoptado los monederos electrónicos, considerando múltiples dimensiones que influyen en su comportamiento hacia estas herramientas financieras digitales?.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, puesto que la información es medida a través de técnicas estadísticas (Sánchez, 2019). Asimismo, tiene un alcance descriptivo porque menciona características de la variable de estudio (Ramos, 2020). Finalmente, cuenta con un diseño no experimental; ya que, la variable de estudio no fue manipulada (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Con respecto al diseño muestral, cuya población está constituida por ciudadanos que residen en Perú, consumidores de teléfonos móviles y que tienen experiencias con transacciones financieras. La muestra estuvo conformada por 350 ciudadanos que residen en Perú, la muestra fue determinada a través de la técnica del muestreo no probabilístico por conveniencia (Otzen & Manterola, 2017).

En la Tabla 1 se muestra la distribución de la muestra, que está conformada por el 50.3% del género femenino, el 66.0% menores de 25 años, 61.7% de la selva, 82.6% solteros y 62.3% con grado de instrucción universitario.

TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica utilizada para la recolección de datos fue la encuesta. El instrumento utilizado fue el cuestionario de Adopción de monederos electrónicos conformado por 6 dimensiones: Conocimiento del consumidor, utilidad percibida, facilidad de uso percibida, confianza, actitud, intención de comportamiento, con un total de 22 ítems. El cuestionario cuenta con una escala de valoración tipo Likert de 5 puntos que van desde: 1) Totalmente en desacuerdo, 2) En desacuerdo, 3) Neutro, 4) De acuerdo, 5) Totalmente de acuerdo.

La validación del instrumento fue realizada a través del juicio de expertos, considerándose tres profesionales con experiencia en temas de contabilidad y metodología de investigación, los cuales realizaron una revisión de contenido y aplicabilidad del cuestionario, los cuales realizaron la puntuación según diez criterios, a su vez, dichos criterios fueron analizados según el coeficiente de V de Aiken cuyo indicador total fue de 0.98 por lo que, la opinión general de los expertos fue la aplicabilidad del instrumento (Merino-Soto, 2023). Por otro lado, para medir la confiabilidad del instrumento se hizo uso del coeficiente del alfa de Cronbach cuyo resultado para la adopción de monederos electrónicos fue de 0.953, el cual indica que es muy confiable (Pallant, 2020).

TÉCNICAS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

Primero se procedió con la aplicación del cuestionario, posterior a ello se procedió al procesamiento de los datos obtenidos a través del sistema de análisis estadístico SPSS versión 26, donde se computaron frecuencias, porcentajes y niveles de la variable de estudio y sus dimensiones.

LITERATURA ACERCA DE LAS VARIABLES

Medios electrónicos de pagos

El comercio electrónico se ha incrementado de manera significativa, y esto se debe a que ofrece una nueva forma de comprar y; por ende, realizar transacciones a través de los monederos electrónicos, tanto para las personas como para las empresas, siendo esta más rápida y segura (Campoverde-cajas & Ortiz-lazo, 2023). Dada esta coyuntura, es que comienza a tomar mayor relevancia el ingreso de la transformación digital, impulsado por los avances tecnológicos, y da paso a la banca digital o también denominado monedero electrónico, ya que se ofrecen servicios bancarios a través de la web y aplicaciones en el móvil (Vargas, 2021).

Los monederos electrónicos son una tendencia en el mundo de las finanzas y se imponen cada vez más; asimismo, un monedero electrónico es un sistema que permite almacenar, enviar y recibir dinero de forma electrónica, segura y económica (Pedroni et al., 2022).

Sin embargo, como menciona Labanda, C.D. (2015), en su investigación sobre el uso del dinero como medio de pago, no todas las personas están de acuerdo de usar los métodos de pagos electrónicos o digitales, ya sea por una actitud conservadora hacia el uso de dinero en efectivo o por factores de seguridad de las transacciones financieras, existiendo la posibilidad de fraudes, confirmaciones falsas, problemas de internet o electricidad que interrumpan las transacciones, problemas en las aplicaciones o servicios virtuales, etc.

Conocimiento sobre los monederos electrónicos

Desde hace más de una década en que surgió la revolución financiera; a través, del uso de las billeteras digitales y gracias a su difusión, actualmente gran parte de la población cuenta con información acerca de los monederos electrónicos (Heredia Salazar, 2017).

Por otro lado, Labanda, C.D. (2015), el conocimiento de monederos electrónicos presupone una alfabetización digital de la población, asimismo, presupone el conocimiento de los conceptos básicos financieros como son los números de cuentas, cuentas corrientes interbancarias, comisiones, impuestos a las transferencias, etc. Por tanto, son factores que también deberán ser considerados en la población donde se mide el conocimiento sobre los monederos electrónicos.

Utilidad percibida

A nivel micro, desde los pobladores en general hasta los propietarios de tiendas físicas y virtuales pueden hacer uso de los monederos electrónicos para mejorar y expandir sus sistemas de pago; por otro lado, a nivel nacional se utilizan para garantizar el funcionamiento eficiente de los sistemas de pago nacionales, incluyendo la emisión oportuna de dinero público de forma efectiva, y en un futuro la moneda digital (Ilieva et al., 2023). Asimismo, el monedero electrónico representa una de las mejores alternativas de pago, por ser estos muy prácticos y por ahorran tiempo (Kanaan et al., 2023).

En su investigación Troche-Huanca, E. (2021), señala que una desventaja en la utilidad percibida son los escasos servicios bancarios, la desconfianza y la falta de seguridad. Esto implica que los usuarios de los monederos electrónicos desean todos los servicios para evitar acudir a los lugares físicos de atención al cliente; además, la utilidad se mide en función de la seguridad y la confianza que se deposite en la nueva herramienta, pues no es útil aquello que puede llevar a una pérdida de ingresos o incremento de gastos.

Facilidad de uso percibida

Los monederos electrónicos brindan a los usuarios rapidez, facilidad de uso, eficiencia, eficacia, transparencia y accesibilidad, dadas estas características es que el uso de los monederos electrónicos, son fáciles de usar y no requiere de mucho esfuerzo (Kaur et al., 2020).

La facilidad de uso percibida dependerá de la alfabetización digital, que desempeña un papel crucial en la adopción de la banca móvil, ya que un cliente con habilidades en el uso de plataformas digitales puede adaptarse más eficientemente a esta tecnología como sostiene Choudrie et al. (2018).

Confianza en el uso del monedero electrónico

Los monederos electrónicos se han convertido en un método de pago digital confiable y conocido, esto debido a la seguridad al momento de realizar las transacciones, es por ello que, es usado ampliamente en todo el mundo (Ramli & Hamzah, 2021).

El surgimiento y la popularización de la banca digital y móvil no han estado exentos de críticas y preocupaciones. Uno de los principales argumentos se centra en la seguridad y privacidad de los datos. Arthur (2015) destaca la creciente influencia de las grandes empresas

tecnológicas y cómo su control en el ámbito digital puede tener repercusiones en el sector financiero.

Asimismo, Arthur (2015) resalta la vulnerabilidad asociada con la dependencia excesiva de la tecnología. Las interrupciones, fallas de sistemas o ataques cibernéticos pueden traducirse en la inaccesibilidad temporal de fondos o información financiera vital.

Actitud en el uso del monedero electrónico

Es la disposición hacia la adopción en el uso de los monederos electrónicos como las soluciones inmediatas a las necesidades de transacciones económicas (Phophalia et al., 2018).

No obstante, según Arif y Hwang (2020) identifican 3 tipos de grupos en la adopción: Los que se rehúsan, los adoptadores tardíos, y los indecisos.

- Los que se rehúsan son aquellos que evitan tomar cualquier iniciativa de adoptar cualquier tipo de innovación.

- Los adoptadores tardíos, son los que quieren adoptar, pero retrasan la adopción debido a la situación en la que se encuentran.

- Los indecisos también quieren adoptar los métodos avanzados, pero no han decidido cuándo adoptar.

En este contexto, según Alkhowaiter (2020) establece, que el principal reto para las instituciones financieras radica en lograr que los usuarios se sientan confiados al llevar a cabo operaciones en línea sin la necesidad de interacción humana.

Intención de comportamiento

Es la aceptación de las nuevas tecnologías, en especial con respecto al uso de los nuevos medios digitales para realizar transacciones económicas (Ghani & Khalil, 2021).

Sin embargo, la adopción de la banca digital también presenta ciertos desafíos según García (2021):

- Límites en Transacciones: Dependiendo de la entidad bancada, puede haber un límite en el número o el monto de las transacciones realizadas mensualmente.

- Riesgo Operacional: Vulnerabilidad a ciberataques o fraudes electrónicos.

- Interrupciones del Servicio: Posibles caídas del sistema que pueden interrumpir una transacción o el acceso a la cuenta.

RESULTADOS

Niveles de la adopción de los monederos electrónicos

En la Tabla 1, se muestra que el nivel de la adopción de monederos electrónicos está alto con un 50.6%, con respecto a sus dimensiones tenemos que, el conocimiento del consumidor está en nivel alto con 61.7%, la utilidad percibida en nivel alto con un 50.0%, facilidad de uso percibida en nivel medio con un 51.1%, la confianza en nivel medio con un 71.4%, la actitud en nivel medio con un 52.3% y la intención de comportamiento en nivel medio con un 51.1%

Tabla 1

Nivel de la adopción de monedero electrónico y sus dimensiones

Variable	Nivel	Recuento	%
Adopción de monederos electrónicos	Bajo	5	1.4%
	Medio	168	48.0%
	Alto	177	50.6%
Conocimiento del consumidor	Bajo	8	2.3%
	Medio	126	36.0%
	Alto	216	61.7%
Utilidad percibida	Bajo	5	1.4%
	Medio	170	48.6%
	Alto	175	50.0%
Facilidad de uso percibida	Bajo	6	1.7%
	Medio	179	51.1%
	Alto	165	47.1%
Confianza	Bajo	26	7.4%
	Medio	250	71.4%
	Alto	74	21.1%
Actitud	Bajo	6	1.7%
	Medio	183	52.3%
	Alto	161	46.0%
Intención de comportamiento	Bajo	9	2.6%
	Medio	179	51.1%
	Alto	162	46.3%

Niveles de la variable según datos sociodemográficos

En la Tabla 2, se muestra que el nivel de la adopción de monederos electrónicos según el género es alto con un 26.3% para el femenino, seguido del 24.9% para el género masculino.

Tabla 2

Nivel de la adopción de monedero electrónico según el género

Variable	Nivel	Género			
		Masculino		Femenino	
		Recuento	%	Recuento	%
Adopción de monederos electrónicos	Bajo	2	0.6%	3	0.9%
	Medio	87	24.9%	81	23.1%
	Alto	85	24.3%	92	26.3%

En la Tabla 3, se muestra que el nivel de la adopción de monederos electrónicos según la edad es alto con un 35.1% para los menores de 25 años, seguido por los de edades de entre 26 a 35 años con un 11.1% y los de edades de 36 a 45 años con un 3.4%

Tabla 3

Nivel de la adopción de monedero electrónico según la edad

Variable	Nivel	Edad					
		Menos de 25 años		De 26 a 35 años		De 36 a 45 años	
		Recuento	%	Recuento	%	Recuento	%
Adopción de monederos electrónicos	Bajo	2	0.6%	2	0.6%	0	0.0%
	Medio	106	30.3%	41	11.7%	13	3.7%
	Alto	123	35.1%	39	11.1%	12	3.4%

En la Tabla 4, se muestra que el nivel de la adopción de monederos electrónicos según el lugar de procedencia es alto con un 32.6% para los de la selva, seguido por los de la costa con un 12.0%, los de sierra con un 4.6% y los extranjeros con 1.4%

Tabla 4

Nivel de la adopción de monedero electrónico según el lugar de procedencia

Variable	Nivel	Lugar de procedencia							
		Costa		Sierra		Selva		Extranjero	
		n	%	n	%	n	%	n	%
Adopción de monederos electrónicos	Bajo	1	0.3%	1	0.3%	2	0.6%	1	0.3%
	Medio	36	10.3%	30	8.6%	100	28.6%	2	0.6%
	Alto	42	12.0%	16	4.6%	114	32.6%	5	1.4%

En la Tabla 5, se muestra que el nivel de la adopción de monederos electrónicos según el estado civil es alto con un 44.9% para los solteros, seguido por los casados con un 5.4%.

Tabla 5

Nivel de la adopción de monedero electrónico según el estado civil

Variable	Nivel	Estado civil			
		Soltero(a)		Casado(a)	
		Recuento	%	Recuento	%
Adopción de monederos electrónicos	Bajo	4	1.1%	0	0.0%
	Medio	128	36.6%	40	11.4%
	Alto	157	44.9%	19	5.4%

En la Tabla 6, se muestra que el nivel de la adopción de monederos electrónicos según grado de instrucción es alto con un 33.4% para los universitarios, seguido por los de posgrado con 6.3% y los de secundaria y técnicos con un 5.4%.

Tabla 6
Nivel de la adopción de monedero electrónico según el grado de instrucción

		Grado de instrucción							
		Secundaria		Técnico		Universitario		Posgrado	
Variable	Nivel	n	%	n	%	n	%	n	%
Adopción de monederos electrónicos	Bajo	2	0.6%	0	0.0%	2	0.6%	1	0.3%
	Medio	22	6.3%	31	8.9%	99	28.3%	16	4.6%
	Alto	19	5.4%	19	5.4%	117	33.4%	22	6.3%

CONCLUSIONES

El estudio ha concluido que existe una Alta Adopción de Monederos Electrónicos en el Perú, con el 50.6% de los encuestados indicando un uso activo de estas tecnologías. Este hallazgo refleja una transición significativa hacia la digitalización de pagos en el contexto peruano, acelerada por la pandemia de COVID-19, que ha impulsado la adopción de soluciones financieras digitales.

Se identificaron el conocimiento del consumidor y la utilidad percibida como factores determinantes en la adopción de los monederos electrónicos, con un 61.7% de los participantes demostrando un alto nivel de conocimiento y percepción de su utilidad. Esto subraya la importancia de la información y la percepción de beneficios en la decisión de adoptar nuevas tecnologías financieras.

Las dimensiones de facilidad de uso percibida, confianza, actitud e intención de comportamiento hacia el uso de los monederos electrónicos se encuentran en nivel medio, indicando que, en cuanto a la facilidad del uso aún es percibido con dificultades para su uso, que requiere de cierto grado de esfuerzo. Esto indica que aún existen barreras relacionadas con la usabilidad y la seguridad que podrían estar impidiendo una adopción más amplia de los monederos electrónicos.

Por otro lado, los datos demográficos, incluyendo el género, la edad, el lugar de procedencia, el estado civil y el nivel educativo, muestran variaciones significativas en los niveles de adopción, destacando la importancia de considerar estas variables al diseñar estrategias para fomentar el uso de monederos electrónicos.

Finalmente se ha hallado que, La actitud y la intención de comportamiento hacia los monederos electrónicos, aunque positivas, indican que aún no se ha alcanzado un punto de inclinación cultural en la adopción de pagos digitales. Es esencial promover una mayor alfabetización digital y financiera para integrar completamente estas tecnologías en la vida cotidiana de los peruanos.

RECOMENDACIONES

Mejorar la experiencia del usuario, diseñando interfaces más intuitivas y accesibles para garantizar que los monederos electrónicos sean fácilmente utilizables por una amplia gama de consumidores, incluyendo aquellos con limitada experiencia en tecnología.

Incentivar la educación y concientización implementando programas de educación financiera y digital que aumenten el conocimiento sobre los monederos electrónicos, destacando sus beneficios, seguridad y facilidad de uso para incrementar su adopción.

Fortalecer la seguridad, aumentando las medidas de seguridad y privacidad en las plataformas de monederos electrónicos, comunicando claramente estas medidas a los usuarios

para fortalecer la confianza en estos servicios.

Se recomienda a la comunidad académica y organizaciones de investigación, realizar estudios adicionales que exploren las barreras culturales, sociales y económicas para la adopción de monederos electrónicos, incluyendo investigaciones cualitativas que ofrezcan perspectivas más profundas sobre las actitudes y percepciones de los usuarios.

DISCUSIÓN

El presente estudio investigó el nivel de adopción del uso de los monederos electrónicos en el Perú. Asimismo, nuestros hallazgos encontrados indican que, la adopción de los monederos electrónicos en el Perú se encuentra en un nivel alto, representando el 50.6 % de la muestra encuestada, dado que a raíz de la pandemia por el Covid-19, en los últimos años se ha experimentado un aumento significativo en la penetración de los medios de pagos digitales. Del mismo modo, estos resultados coinciden con Arámbulo (2022) quien afirma que, como consecuencia de la pandemia por el Covid – 19, los medios de pagos digitales han presentado un comportamiento creciente, representado el 62.37% de preferencia entre los encuestados.

Por otra parte, los resultados de un nivel alto adopción de los monederos electrónicos, no coinciden con el trabajo de Labanda, C.D. (2015), no todas las personas están de acuerdo de usar los métodos de pagos electrónicos o digitales, ya sea por una actitud conservadora hacia el uso de dinero en efectivo o por factores de seguridad de las transacciones financieras. Aunque este último no toma en cuenta los efectos de la pandemia del 2020 y que muestran que los monederos electrónicos son una tendencia en el mundo de las finanzas y se imponen cada vez más, y dada esta coyuntura, es que comienza a tomar mayor relevancia el ingreso de la transformación digital, impulsado por los avances tecnológicos, y da paso a la banca digital, que coincida con las investigaciones de (Vargas, 2021) y (Pedroni et al., 2022).

En cuanto al conocimiento sobre los monederos electrónicos los resultados muestran un nivel alto con 61.7%, lo cual coincide con el trabajo de Heredia Salazar (2017) quien menciona que actualmente gran parte de la población cuenta con información acerca de los monederos electrónicos. Objetando de esta manera el trabajo de Labanda, C.D. (2015), donde señala que puede ser algo complejo pagar con dinero electrónico para las personas que no tienen conocimiento sobre el software de los dispositivos electrónicos como computadoras, laptop, Tablet, Smartphone, etc.

Al respecto de la utilidad percibida los resultados de la investigación muestran un nivel alto con 50%, lo que coincide con los trabajos de Kanaan (2023) y Ilieva (2023), quienes afirman que el monedero electrónico representa una de las mejores alternativas de pago, por ser estos muy prácticos y por ahorran tiempo; además, se utilizan para garantizar el funcionamiento eficiente de los sistemas de pago nacionales, incluyendo la emisión oportuna de dinero público de forma efectiva, y en un futuro la moneda digital. Objetando el trabajo Troche-Huanca, E. (2021), donde señala que una desventaja en la utilidad percibida son los escasos servicios bancarios, la desconfianza y la falta de seguridad.

En cuanto a, la Facilidad de uso percibida los resultados de la investigación muestran un nivel medio con 51.1% que coinciden con el trabajo de Kaur et al. (2020), Los monederos electrónicos brindan a los usuarios rapidez, facilidad de uso, eficiencia, eficacia, transparencia y accesibilidad; aunque, considerando también el trabajo de Choudrie et al. (2018) La facilidad de uso percibida dependerá de la alfabetización digital, que desempeña un papel crucial en la adopción de la banca móvil.

Sobre la Confianza en el uso del monedero electrónico, los resultados de la investigación muestran un nivel medio con 71.4%, que coinciden con el trabajo de Ramli &

Hamzah (2021), quienes mencionan que los monederos electrónicos se han convertido en un método de pago digital confiable y conocido; sin embargo, los resultados también consideran el trabajo de Arthur (2015), quién indica que el surgimiento y la popularización de la banca digital y móvil no han estado exentos de críticas y preocupaciones. Uno de los principales argumentos se centra en la seguridad y privacidad de los datos.

Al respecto de la actitud en el uso del monedero electrónico, los resultados de la investigación muestran un nivel medio con 52.3%, que coincide con el trabajo de Phophalia et al. (2018), quién menciona que es la disposición hacia la adopción en el uso de los monederos electrónicos como las soluciones inmediatas a las necesidades de transacciones económicas, no obstante, se considera el trabajo de Arif y Hwang (2020), quién identifica 3 tipos de grupos en la adopción: Los que se rehúsan, los adoptadores tardíos, y los indecisos.

Por último, en cuanto a la Intención de comportamiento los resultados de la investigación presentan un nivel medio con 51.1%, que coincide con el trabajo de Ghani & Khalil (2021), quienes mencionan que es la aceptación de las nuevas tecnologías, en especial con respecto al uso de los nuevos medios digitales para realizar transacciones económicas; aunque, considerando el trabajo de García (2021) quién presenta ciertos desafíos de la adopción de la banca digital como los límites en transacciones, riesgos operacionales y las interrupciones del servicio.

La Investigación también concluye que las dimensiones de facilidad de uso percibida, confianza, actitud e intención de comportamiento hacia el uso de los monederos electrónicos se encuentran en nivel medio, indicando que, en cuanto a la facilidad del uso aún es percibido con dificultades para su uso, que requiere de cierto grado de esfuerzo, coincidiendo con el trabajo de Alkhowaiter (2020) quién establece, que el principal reto para las instituciones financieras radica en lograr que los usuarios se sientan confiados al llevar a cabo operaciones en línea sin la necesidad de interacción humana.

REFERENCIAS

- Alkhowaiter, W. A. (2020, 6 de noviembre). Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review. *International Journal of Information Management*, 53-62. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.09.007>
- Arámbulo Ayala de Sánchez, M. C., Peñaloza Arana, E. L., & Chávez Lara, C. E. (2022). Análisis del comportamiento de medios de pago distintos a efectivo, cajeros y banca virtual, 2013 – 2021. *Veritas Et Scientia*, 11(1), 18. <https://doi.org/https://doi.org/10.47796/ves.v11i1.599>
- Arif, I., & Hwang, Y. (2020, 20 de mayo). Barriers in adoption of internet banking: A structural equation modeling - Neural network approach. *Technology in Society*, 61-70. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.101212>
- Arthur, C. (2015). *Las guerras digitales*. Editorial Océano.
- Bermeo-Giraldo, M. C., Valencia-Arias, A., Duque García, B., Garcés-Giraldo, L. F., Luna-Ramírez, T., Bermeo-Giraldo, M. C., Valencia-Arias, A., Duque García, B., Garcés-Giraldo, L. F., & Luna-Ramírez, T. (2019). Factores de uso de los medios de pago móviles millennials y centennials. *Semestre Económico*, 22(53), 77–102. <https://doi.org/10.22395/seec.v22n53a4>
- Campoverde-cajas, R., & Ortiz-lazo, D. (2023). El e-commerce y la confianza en los medios de pago: una mirada teórica. *Dominio de Las Ciencias*, 9(2), 133–143. <https://doi.org/https://doi.org/10.23857/dc.v9i1>
- Choudrie, J., Junior, C., McKenna, B., & Richter, S. (2018, 4 de mayo). Understanding and conceptualizing the adoption, use and diffusion of mobile banking in older adults: A research agenda and conceptual framework. *Journal of Business Research*, 449-465. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.06.013>
- García, L. (2021). *Revisión de instrumentos que facilitan los instrumentos bancarios* [Tesis de grado]. Universidad Católica Sedes Sapientiae.
- Ghani, E. K., & Khalil, N. A. (2021). Adoption intention of e-wallet services among small medium enterprises in retail industry: An application of the diffusion of innovation theory factors influencing. *Universidad y Sociedad*, 13(5), 53–64. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n5/2218-3620->

rus-13-05-53.pdf

- Heredia Salazar, R. (2017). Apple Pay Digital Wallets in Mexico and the United States: Illusion or Financial Revolution? *Mexican Law Review*, 9(2), 29–70.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-05782017000100029
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación. In S. A. de C. V. McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES (Ed.), *Mc Graw Hill* (Vol. 1, Issue Mexico).
- Ilieva, G., Yankova, T., Dzhabarova, Y., Ruseva, M., Angelov, D., & Klisarova-Belcheva, S. (2023). Customer Attitude toward Digital Wallet Services. *Systems*, 11(4).
<https://doi.org/https://doi.org/10.3390/systems11040185>
- Kanaan, A. G., Majdalawi, Y. I., & El-ebiary, Y. A. B. (2023). The Efficiency and Effectiveness of E-Wallet Systems in E-Commerce Platforms. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10, 2634–2644.
<https://doi.org/https://doi.org/10.17762/sfs.v10i2S.1269>
- Kaur, P., Dhir, A., Bodhi, R., Singh, T., & Almotairi, M. (2020). Why do people use and recommend m-wallets? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102091.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102091>
- Labanda, C. D. (2015). En C. D. Labanda, *Análisis del mercado financiero y la implementación del uso del dinero como medio de pago en el Ecuador 2015* (págs. 73 - 75). Guayaquil.
- Labanda, C. D. (2015). En C. D. Labanda, *Análisis del mercado financiero y la implementación del uso del dinero*. (págs. 65 - 66). Guayaquil.
- Mohd Thas Thaker, MA, Khaliq, A., Allah Pitchay, A. e Iqbal Hussain, H. (2022), "Intención de comportamiento y adopción de la banca por Internet entre los clientes de bancos islámicos en Malasia: un análisis utilizando UTAUT2", *Revista de marketing islámico*, vol. 13 N° 5, págs. 1171-1197. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0228>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35(1), 227–232. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Pallant, J. (2020). *SPSS Survival Manual: A Step by Step Guide to Data Analysis Using IBM SPSS* (2020 McGraw-Hill Education (UK) (ed.); 7th Editio). Allen & Unwin.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781003117452>
- Pedroni, F. V., Pesce, G., & Briozzo, A. (2022). Inclusión financiera, medios de pago electrónicos y evasión tributaria: análisis económico y aplicación en Argentina. *Apuntes Del Cenes*, 41(73), 171–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.19053/01203053.v41.n73.2022.13053>
- Phophalia, S., Goswami, G., Prasad, M., Arora, M., & Graph, B. (2018). A Study on Impact on Customer Satisfaction for E-Wallet Using Path Analysis model. *Journal of Banking and Insurance Law*, 1556–5068. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3369651
- Ramli, F. A. A., & Hamzah, M. I. (2021). Mobile payment and e-wallet adoption in emerging economies: A systematic literature review. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 9(2), 1.
<https://doi.org/10.24191/jeeir.v9i2.13617>
- Ramos Galarza, C. (2020). Los Alcances De Una Investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–5.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Sánchez Flores, F. A. (2019). Fundamentos Epistémicos de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa: Consensos y Disensos. *Revista Digital de Investigación En Docencia Universitaria*, 13, 102–122.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.19083/ridu.2019.644>
- Troche-Huanca, E. (2021). La nueva realidad de la banca digital. Análisis de la influencia de la pandemia sobre el uso de la banda digital en la ciudad de la Paz. *Universidad Mayor de San Andrés*, pág. 21.
- Vargas Garcia, A. H. (2021). La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú. *Industrial Data*, 24(2), 99–120. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15381/idata.v24i2.20351>