



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Ingeniería de Sistemas e Informática
Unidad de Posgrado

**Factores críticos de aceptación en la intención del uso
del efectivo móvil**

TESIS

Para optar el Grado Académico de Magíster en Ingeniería de
Sistemas e Informática

AUTOR

Lizet LEYVA RODRÍGUEZ

Lima, Perú

2016

Factores críticos de aceptación en la intención del uso del efectivo móvil

RESUMEN

El efectivo Móvil es un nuevo servicio que permite enviar dinero en efectivo a personas que no tengan tarjeta de débito o no sean clientes de un banco, las formas de realizar la transacción son desde un dispositivo móvil y/o página web. Este al ser un servicio nuevo en el mercado trae consigo ciertas percepciones de uso del usuario.

En tal sentido, el problema central del estudio es identificar qué factores influyen entre sí para que el producto tenga la intención de usarse por parte de los clientes; es así que basándose en la literatura se han identificado diversos casos en los cuales proponen un conjunto de constructos claves como son: Estilo de vida Compatible, Riesgo y Seguridad Percibida, Confianza Percibida, Utilidad Percibida, Facilidad de uso, Intención de uso, Actitud hacia el uso, asimismo la selección de un modelo de comportamiento humano pasara por un proceso de cumplimiento de ciertos criterios para finalmente proponer un Modelo con los factores seleccionados y analizarlo a través del SPSS Amos que los planteamientos de las hipótesis se cumplan.

Por lo que finalmente después de la evaluación de constructos se tendrá un modelo final en donde los constructos seleccionados formaran parte de la toma de decisión a través de Buenas prácticas para el acercamiento del cliente hacia el Efectivo Móvil.

Factores criticos de aceptación en la intención del uso del efectivo móvil

ABSTRACT

Mobile Cash is a new service that allows you to send cash to people who do not have debit or are not customers of a bank, the transaction forms are from a mobile device and / or website. This being a new service in the market brings certain perceptions of use of the user.

In this regard, the central problem of the study is identify what factors influence each other so that the product is intended for use by customers; is so based on the literature has identified several cases in which propose a set of key constructs such as: Lifestyle Compatible, Risk and Safety Perceived, Trust Perceived, Perceived Utility, Ease of use, Intended Use, Attitude use also the selection of a model of human behavior to go through a process of fulfillment certain criteria to finally propose a model with the selected factors and analyze it through SPSS Amos that approaches the assumptions are met.

So finally after evaluating constructs a final model where the selected constructs were part of decision making through best practices for customer approach to the Mobile Cash.