

**Impacto de los métodos de pago móvil en la población estudiantil
en la Facultad de Ciencias empresariales de la UTMACH**

**Impact of mobile payment methods on the student
population at the Faculty of Business Sciences of UTMACH**

Niurka Vanessa Chavez-Parra¹
Universidad Técnica de Machala
nchavez5@utmachala.edu.ec

Peter Alexander Chimarro-González²
Universidad Técnica de Machala
pchimarro1@utmachala.edu.ec

Norman Vinicio Mora-Sanchez³
Universidad Técnica de Machala
nmora@utmachala.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2025.6.3602

V10-N6 (nov-dic) 2025, pp 282-297 | Recibido: 24 de octubre del 2025 - Aceptado: 13 de noviembre del 2025 (2 ronda rev.)

1 ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-0058-4671>. Estudiante de último semestre de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Técnica de Machala.

2 ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3090-7869>. Estudiante de la carrera de Administración de Empresas en la Universidad Técnica de Machala.

3 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2814-2751>. Docente de la Universidad Técnica de Machala.

Descargar para Mendeley y Zotero

RESUMEN

Las tecnologías han avanzado en una manera vertiginosa, esto ha traído como consecuencia que todos los sectores de la sociedad se adapten a los cambios que trae consigo la tecnología. El sector financiero no escapa de ellos, es sin duda alguna uno de los sectores que más cambios han implementado en las últimas décadas, apuntando a lograr sistemas bancarios más confiables y seguros. El uso de aplicaciones móviles para realizar pagos es una de las metodologías de pago más usadas en la actualidad, ya que representan, entre otros beneficios, comodidad y seguridad. El objetivo de esta investigación es describir los factores que determinan el uso de la aplicación de pago móvil en la población estudiantil en la Facultad de Ciencias empresariales de la UTMACH. Mediante la metodología de una investigación con un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, de alcance descriptivo y correlacional, también es una investigación documental ya que se examinaron fuentes de datos secundarias como revistas científicas, publicaciones académicas, libros, entre otros. Se elaboró un instrumento que consta de 20 preguntas, divididas en dos secciones, la primera busca conocer las actitudes y percepciones que poseen los estudiantes para el uso de la aplicación pago móvil, y la segunda sección, pretende dar respuesta a las relaciones que puedan o no existir entre el ingreso económico y el gasto en las billeteras, el cual se aplicó a una muestra de 352 estudiantes. dentro de los principales hallazgos es que se logró determinar la correlación que existe entre las variables socioeconómicas (Ingreso y Gasto en Billeteras Virtuales), así como la fuerte aceptación de dicha aplicación entre la población objeto de estudio.

Palabras clave: Aplicación Móvil; Pago Móvil; Billetera Virtual.

ABSTRACT

Technologies have advanced at a dizzying pace, forcing all sectors of society to adapt to the changes brought about by technology. The financial sector is no exception; it is undoubtedly one of the sectors that has implemented the most changes in recent decades, aiming to achieve more reliable and secure banking systems. The use of mobile applications for making payments is one of the most widely used payment methodologies today, as they offer, among other benefits, convenience and security. The objective of this research is to describe the factors that determine the use of mobile payment applications among the student population at the Faculty of Business Sciences of the UTMACH. Using a research methodology with a quantitative approach and a non-experimental design, descriptive and correlational in scope, it is also a documentary research since secondary data sources such as scientific journals, academic publications, books, among others, were examined. An instrument consisting of 20 questions was developed, divided into two sections. The first seeks to understand students' attitudes and perceptions regarding the use of the mobile payment application, and the second section seeks to address any relationships that may or may not exist between income and spending on wallets. This instrument was applied to a sample of 352 students. Among the main findings was the determination of a correlation between socioeconomic variables (income and spending on virtual wallets), as well as the strong acceptance of the application among the study population.

Key words: Mobile App; Mobile Payment; Virtual Wallet.

Introducción

La llegada de la tecnología digital ha irrumpido de manera abrupta en la economía mundial, impulsando una evolución increíble en la forma en que se realizan diversas transacciones bancarias. Las billeteras virtuales y las aplicaciones de pago móvil, que en tiempos no tan lejanos parecían una simple moda, se han convertido hoy en día en una necesidad operativa que redefine por completo desde la compra de un café hasta la gestión de los ahorros. Este cambio vertiginoso, sobre todo aquí en América Latina, trae consigo interrogantes al respecto, entre la que destaca: ¿cuál es el verdadero impacto de estos métodos en el consumo y en la forma de guardar dinero de grupos específicos? Precisamente, esta investigación nace de esa curiosidad, enfocándose en desentrañar la dinámica emocionante de esta transformación justo en un entorno académico, que suele ser el epicentro de la adopción tecnológica.

En el ecosistema ecuatoriano de pagos móviles, las aplicaciones que ofrece el mercado financiero se han alzado como uno de los métodos de pago más demandados, facilitando esas transferencias inmediatas y sin costo que son beneficiosas para la población, llevando consigo la comodidad de resolver las transacciones con la comodidad de lo digital. El interés es profundizar en cómo esta herramienta tan específica ha logrado penetrar y transformar los hábitos financieros de los estudiantes universitarios. Se eligió la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Técnica de Machala (UTMACH), ubicada en la ciudad de Machala Provincia El Oro, con una razón de peso, sus estudiantes, al estar inmersos en el mundo de la economía y la gestión de recursos, son un espejo particularmente sensible para ver cómo reaccionan las nuevas finanzas. Se busca entender si el uso de pago móvil es tan normal como cualquier otra aplicación móvil o financiera o si, como se sospecha, responde más bien a la comodidad pura y a esos factores de comportamiento que hacen la vida más fácil.

El objetivo principal de este trabajo es medir el pulso del impacto real de los pagos

móviles, en cómo piensan y cómo actúan con su dinero los estudiantes de la mencionada facultad. Ante este escenario, surgen las siguientes interrogantes de la investigación: ¿Qué es lo que verdaderamente detona la decisión de usar la metodología de pago móvil y con qué intensidad? ¿Es la percepción de que es súper segura, la sencillez con la que funciona, la recomendación de los amigos, o influyen más las variables socioeconómicas? Además, se desea ver cómo este uso tan particular se relaciona con la manera en que gastan y logran llevar o no, el control de sus finanzas. Se estima que, con los hallazgos, darán una evidencia empírica poderosa para entender la inclusión financiera digital dentro de los campus universitarios.

Método

Se empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental, de alcance descriptivo y correlacional. El objetivo fue describir los factores que determinan el uso de la aplicación de pago móvil en la población estudiantil de la Facultad de Ciencias empresariales de la UTMACH, así como analizar la relación entre variables como el ingreso y el gasto en billeteras virtuales.

La población de estudio estuvo conformada por los estudiantes matriculados en la Facultad de Ciencias empresariales de la UTMACH durante el periodo 2024-1. Se utilizó un muestreo aleatorio simple para obtener una muestra representativa de 352 estudiantes.

Se elaboró un instrumento que consta de 20 preguntas, divididas en dos secciones, la primera busca conocer las actitudes y percepciones que poseen los estudiantes para el uso de la aplicación pago móvil, y la segunda sección, pretende dar respuesta a las relaciones que puedan o no existir entre el ingreso económico y el gasto en las billeteras. Esto se midió utilizando el paquete Excel para realizar los cálculos estadísticos correspondientes.

De igual manera, se realizó una investigación de tipo documental, en donde se consultaron diversas fuentes secundarias, como

libros, publicaciones en revistas científicas, publicaciones académicas, entre otros, con la finalidad de conocer los preceptos teóricos que enmarcan la investigación.

Como objetivos de la investigación se plantearon los siguientes:

Objetivo General:

Describir los factores que determinan el uso de la aplicación de pago móvil en la población estudiantil en la Facultad de Ciencias empresariales de la UTMACH.

Objetivos Específicos:

Examinar los factores que determinan el uso de la aplicación de pago móvil en la población estudiantil en la Facultad de Ciencias empresariales de la UTMACH.

Determinar la posible correlación entre el ingreso y el gasto en las billeteras virtuales.

Ante esto, se establecen las siguientes hipótesis:

Hipótesis Nula (H₀): No existe correlación entre las variables socioeconómicas (Ingreso y Gasto en Billeteras Virtuales)

Hipótesis Alternativa (H₁): Si existe correlación entre las variables socioeconómicas (Ingreso y Gasto en Billeteras Virtuales).

Resultados

La era digital ha reconfigurado el panorama empresarial, pero a pesar de la rápida evolución de la tecnología de pagos móviles y su potencial transformador, existe un vacío significativo en el análisis de su impacto específico en la eficiencia de la gestión financiera y la dinámica de manejo de dinero en la actualidad. Si bien se ha observado que los pagos móviles se han vuelto parte integral de las actividades económicas diarias, su uso estratégico sigue siendo subutilizado (Li, 2024).

Además, la problemática se agudiza al considerar que las metodologías de investigación

a menudo pasan por alto la heterogeneidad del comportamiento de los usuarios en las plataformas de pago móvil, sin reflejar de manera exhaustiva el impacto diferencial en los distintos tipos de usuarios. Esto limita la capacidad de las empresas y/o negocios para comprender y capitalizar las ventajas que ofrecen los pagos móviles, limitando la diversificación de sus modelos de negocio y la gestión de datos (Emilio, 2025).

En Latinoamérica factores como la limitada infraestructura tecnológica y el desconocimiento de sus ventajas crean una brecha en la adopción de los pagos móviles. Esta situación se agrava con la resistencia de los dueños de negocios y la exclusión de segmentos como las personas mayores, que, aunque poseen poder adquisitivo, se sienten menos cómodos con la tecnología (Díaz et al., 2025). Por lo tanto, la percepción de la facilidad de uso, la seguridad y la confianza se convierten en elementos cruciales para aumentar la integración de los pagos móviles en la vida cotidiana de todos los consumidores, sin importar su edad.

La falta de conocimiento y la subutilización de los pagos móviles se manifiesta en que, para muchas empresas, estos sistemas solo se ven como una “facilidad de pago”, sin ver su potencial, ni formar estrategias para optimizar sus operaciones y generar un marketing enfocado a diferentes tipos de usuarios. Ayala et al. (2022) mencionan que la desconfianza en tener información financiera en línea y el acceso no autorizado a sus cuentas, genera temor en el consumidor lo que provoca la desconfianza que influye indirectamente en su intención de uso.

Así mismo, Huerta (2025) destaca en su investigación sobre la educación financiera y el Fintech en una Universidad, que los estudiantes manejan varios sistemas de pagos y aplicaciones móviles financieras para gestionar su dinero, lo cual está muy ligado a la educación financiera de los estratos de universitarios, en este sentido se puede mencionar que el 54% de los estudiantes objetos del estudio mantienen un nivel medio en educación financiera y el 42% manejan un nivel alto de educación financiera, lo que representa un

factor importante para la adopción de métodos alternativos de manejo de dinero proporcionado por la banca (p.12).

Sin embargo, no todos los usuarios se encuentran muy a gusto con la digitalización de la banca y los servicios que éstos ofrecen en la actualidad, en este sentido, Patiño y Ossa (2024) menciona que al menos un sector de los usuarios no están conformes con la digitalización de los procesos de la banca, por lo general son usuarios que no están muy familiarizados con el tema tecnológico y están muy renuentes a que la banca y los servicios que ofrecen sean cada vez más a través de medios digitales como las aplicaciones telefónicas y por vía del internet. (p. 138).

Por lo anterior, y la incapacidad para aprovechar el marketing digital personalizado, es decir, enfocado a un target específico en la ciudad de Machala es por lo que se frena el crecimiento empresarial y la dinámica de negocios, sino que también limita la capacidad de las empresas para competir en un mercado cada vez más globalizado y donde nichos de mercado se están estableciendo, gracias a la irrupción de tecnologías que cada vez más suman usuarios de diferentes edades y estratos sociales Zambrano et al. (2022).

Por lo que la plataformización de los pagos por medio de la tecnología, es un gran paso que la banca se vio obligada a asumir, lo que marcaría un antes y un después de la adopción de aplicaciones móviles, utilizando la tecnología aplicada a la banca, el llamado “Fintech”. Esto se ve ligado no solo a la necesidad de la banca a actualizar sus procesos, sino a una serie de consideraciones políticas, económicas y de gobernanza que promueve la seguridad de datos de sus clientes (Rossi, 2025, p. 15).

La pandemia de COVID-19 aceleró una transformación tecnológica, ya que la necesidad de evitar el contacto físico impulsó a personas y comercios a buscar alternativas más seguras y rápidas. Esto hizo evidente la facilidad y seguridad de los pagos móviles, aumentando su popularidad y aceptación global. En un mercado cada vez más competitivo, la

experiencia del cliente se ha convertido en un diferenciador clave. Los pagos móviles no solo simplifican las transacciones diarias, sino que también generan un volumen significativo de datos operativos y de consumo, cuya correcta interpretación es invaluable para la toma de decisiones estratégicas. Estos datos permiten a las empresas segmentar audiencias y personalizar promociones, mejorando la experiencia del cliente y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado (Li, 2024).

A pesar del potencial de los pagos móviles para mejorar la eficiencia financiera y la competitividad, existe una necesidad social y generacional de hacer que estos sistemas sean más accesibles y confiables para todos los segmentos de la población. La falta de conocimiento y confianza, especialmente entre las personas mayores, crea una barrera significativa para la inclusión financiera y digital. Por lo tanto, es vital explorar cómo las empresas pueden implementar estrategias que fomenten la confianza y la adopción de estas herramientas contemporáneas. (Chatterjee, 2023).

La tecnología está jugando un papel crucial en el desarrollo de todos los mecanismos de la economía en el planeta entero, estas nuevas metodologías para realizar transacciones están revolucionando exponencialmente el comercio y otras formas de mercado. Esto lo refleja las Naciones Unidas (2024) en su informe sobre la economía digital, en donde indica que las personas han aumentado su incursión en compras a través de medios electrónicos, como por ejemplo el internet, estas personas han pasado de al menos 100 millones a 2.300 millones de usuarios que han utilizado medios electrónicos o alguna tecnología para realizar sus compras solo en el año 2021 (p. 24).

Estas tecnologías, impulsadas por un vertiginoso y voraz avance en descubrimientos científicos, han transformado de una manera muy significativa a la industria del comercio mundialmente. Tecnologías como el blockchain, la Inteligencia Artificial (IA), el internet de las cosas y el big data han redefinido los principios bajo los cuales se rigen las economías, logrando

así, otorgar a la humanidad, una serie de nuevas, mejores y más potentes herramientas que mejoran la seguridad y las expectativas de eficiencia de las transacciones comerciales (Toledo y Rivas, 2024, p. 112).

El dinero es, sin duda alguna, lo que mueve al mundo, y las formas de movilizarlo son cruciales para poder conectar y concretar todo tipo de transacciones, es por ello que, es importante contar con un sistema de movilidad de dinero que sean efectivos y seguros, en este sentido, Rose y Abdullahi (2024) afirman que el dinero se mueve de diferentes formas, en efectivo se puede llegar a movilizar en aviones, barcos, por tierra en vehículos, sin embargo, la digitalización ha logrado establecer mecanismos capaces de proporcionar a los clientes de instituciones financieras movilizar el dinero, también se cuenta con conciliaciones entre bancos internacionales, transacciones realizadas entre instituciones financieras debidamente documentadas pero de manera digital como por ejemplo el Bitcoin entre otros mecanismos dispuestos en la actualidad con el factor común que es la tecnología de por medio.

Tal como alude Xia et al. (2024) en su investigación sobre la economía digital, describe como ésta es una de las nuevas vertientes en el mundo de los negocios, ya que la economía digital esta dada por aquella que utiliza los medios tecnológicos para realizar las transacciones, con una amplia gama de sectores que son impactador por sus servicios, entre estos se encuentran los servicios financieros digitales, el desarrollo de software especializado en servicios financieros, marketing digital, entre otros. El uso de las tecnologías digitales y las comunicaciones electrónicas han propiciado un impulso significativo de herramientas digitales al alcance de los usuarios (p. 2).

Debido a los múltiples avances tecnológicos y los acontecimientos mundiales como la pandemia en el año 2020 generada por el Covid 19, se han replanteado nuevas y mejores plataformas de servicios a usuarios que han generado eficiencia en su uso, tal como se describe en la investigación realizada por

Yataco et al. (2024), estos autores destacan que las tecnologías bancarias han surgido por la necesidad creciente de los usuarios no solo de sentir seguridad en sus transacciones sino que también estos nuevos servicios brindan una mejor experiencia, debido a que les proporciona a los clientes soluciones rápidas y accesibles, entre estas herramientas destacan las aplicaciones móviles, pagos electrónicos y transacciones en línea (p.879).

Díaz y Rodríguez (2024) describen en su análisis, que a mediados del año 2007 fue lanzada una aplicación de nombre Square ADM, el cual era un lector de tarjetas que podía conectar al teléfono de marca iPhone para realizar pagos desde cualquier parte, esto revolucionó y afianzó la digitalización de la banca, permitiendo así dar paso a aplicaciones móviles de bajo costo y altamente demandadas, lo que facilitó en gran manera las transacciones financieras con un contacto móvil y con un costo mínimo (p. 15).

En torno a esta realidad, en donde la tecnología ha logrado que se eliminen las barreras de distancia y tiempo, se impulsan una serie de metodologías novedosas en donde la movilidad del dinero se torna mucho más rápida e incluso da la sensación de mantener niveles de seguridad óptimos, dentro de esas nuevas metodologías de pago se encuentra la del pago móvil, el cual se define como una plataforma virtual en la que se realizan operaciones comerciales en línea, estas aplicaciones permiten que se lleve a cabo estas transacciones de manera rápida y efectiva (Bermeo Giraldo et al., 2019, p. 83).

Por otro lado, Kawamoto et al. (2023) mencionan que estas aplicaciones al ser usadas por teléfonos móviles tienen un uso mucho más aceptado y más frecuente entre usuarios de todo tipo, ya que da la seguridad de tener el “banco en sus manos” lo que ha favorecido en gran medida su creciente uso, esto se debe a que la operación se realiza desde el principio por el usuarios y es el mismo quien da la autorización y validación del pago, esto sin duda aumenta la credibilidad de la aplicación (p. 8).

Ahora bien, es importante conocer cuál es el funcionamiento de este tipo de tecnologías, ya que esto ayudará a la mejor comprensión de la investigación, en torno a ello, Junyan (2020) esquematiza en su investigación sobre el Pago Móvil y su comparativa, que este tipo de metodologías tiene su origen en los métodos de pago como:

Tarjetas de Crédito

Tarjetas de Débito

Monedero Electrónico (e-wallet)

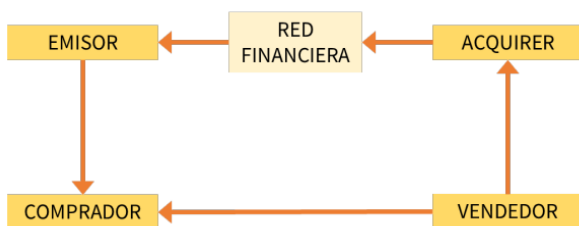
Dinero Electrónico (e-money)

Pago Móvil

Estos métodos son los mas extendidos y los que preceden al pago móvil tal y como se le conoce en la actualidad, sin embargo, existen diferencias marcadas entre estos y sobre todo en el funcionamiento interno de los mismos, tal como se describe en la siguiente figura 1, en la que se describe graficamente como es el funcionamiento del sistema tradicional de pagos on-line.

Figura 1

Esquema de un sistema de pagos on-line tradicional



Fuente: (Junyan, 2020).

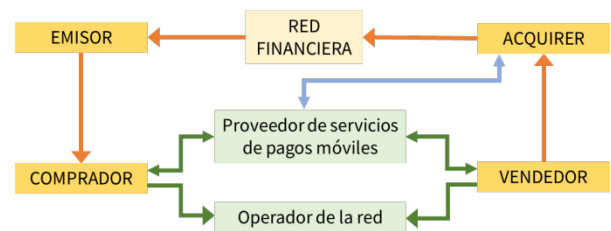
A partir de la figura anterior, se puede entender que los pagos on-line se presentan de una manera sencilla en su estructura, con apenas cuatro actores, en este caso, el comprador quien es quien realiza la compra, el vendedor quien comercializa el bien o servicio a comprar, el proveedor de los servicios financieros (acquirer), luego, el encargado de autorizar el pago quien a su vez es el encargado de contactar con el tercero

y por último el emisor del medio de pago del consumidor.

Luego, en la siguiente figura 2, se puede visualizar como es el sistema de pago de una aplicación de pago móvil.

Figura 2

Esquema de un sistema de pagos on-line a través de móvil



Fuente: (Junyan, 2020).

En este caso, entran en juego otros actores, ya que se encuentran presentes el proveedor de servicios de pagos móviles y la empresa que se encarga de operar la red ("mobile network operator", MNO), estos últimos poseen información de los usuarios así como de los dispositivos móviles que se encuentran registrados en la plataforma, por lo que serian los encargados de verificar la autenticidad de los pagos y los usuarios. es importante destacar, que en toda esta red de actores, tambien participan la red de servicios financieros quienes son los emisores o receptores de los pagos y son los que poseen la experiencia y el dinero con el que se realizan dichas transacciones, también entran en el juego los fabricantes de teléfonos celulares quienes son los encargados de presentar las tecnologías necesarias para que realicen estos pagos, así como también los desarrolladores de software quienes son los encargados del soporte a nivel de software para los equipos móviles.

A continuación, se definen las posibles variantes del sistema de pago móvil anterior, según Junyan (2020):

Modelo centrado en el banco: La entidad financiera asume todo el rol de las operaciones, esto puede decirse que seria una evolución de los pago con tarjeta de débito o crédito.

Modelo centrado en el operador de red:
En este modelo, el operador de la red es quien se encarga de distribuir las responsabilidades o acciones a cada uno de los agentes involucrados.

Modelo colaborativo: Aquí, la entidad financiera y la red de operación, son quienes realizan las transacciones necesarias para que se realicen los pagos, cada uno toma el papel que le corresponde.

Modelo gestionado por un proveedor independiente (Independent Service Provider, ISP): En este caso, un tercero sería el encargado de distribuir las acciones que le corresponden a cada actor en el sistema de pagos.

Ya que el objetivo de esta investigación fue conocer y describir los factores que determinan el uso de la aplicación de pago móvil en la población estudiantil en la Facultad de Ciencias empresariales de la UTMACH, se procedió a diseñar un cuestionario compuesto por 20 preguntas bajo una escala de Likert, con la finalidad de conocer las percepciones de los estudiantes de dicha facultad, y poder establecer conclusiones al respecto.

Este instrumento, se aplicó a una muestra de 352 estudiantes, obteniendo los siguientes resultados.

Respuestas y gráficos de la Sección I del Instrumento:

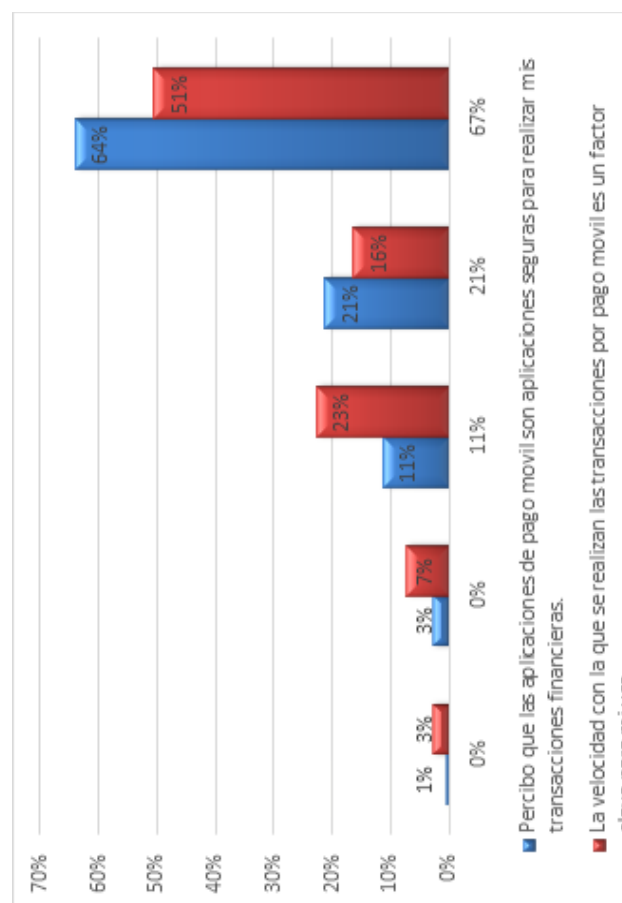
Sección I: Factores Determinantes del uso de aplicaciones de pago móvil (Actitudes y Percepciones)

Pregunta 1.- La facilidad de uso de pago móvil me motiva a utilizarla con frecuencia.

Pregunta 2.- Percibo que las aplicaciones de pago móvil son aplicaciones seguras para realizar mis transacciones financieras.

Pregunta 3.- La velocidad con la que se realizan las transacciones por pago móvil es un factor clave para mi uso.

Figura 3
Resultados pregunta 1 al 3



Fuente: Elaboración Propia.

Para la afirmación de que la facilidad de uso de la aplicación pago móvil es lo que motiva a su uso frecuente, el 67% de los encuestados manifestó estar totalmente de acuerdo, el 21% de acuerdo, el 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0% no está de acuerdo ni está totalmente en desacuerdo.

Con respecto a la percepción de que la aplicación pago móvil es una aplicación confiable y segura, el 64% manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 21% de acuerdo, el 11% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3% no está de acuerdo y el restante 1% esta en total desacuerdo.

Finalmente, con respecto a si la velocidad es un factor clave para determinar el uso de la aplicación, el 51% esta totalmente de acuerdo, el 16% de acuerdo, el 23% se mantiene neutral, el 7% no esta de acuerdo y el 3% esta en total desacuerdo.

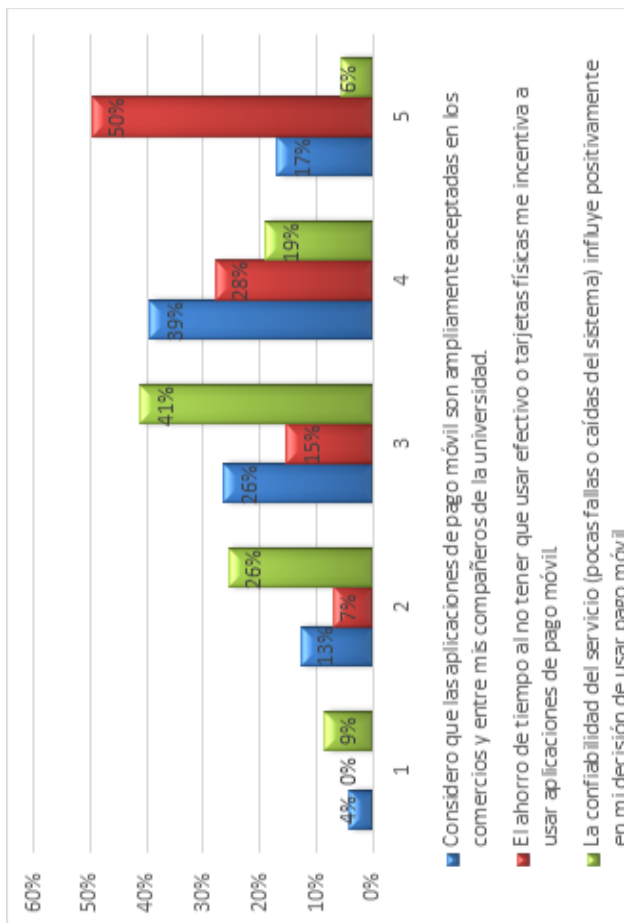
Pregunta 4.- Considero que las aplicaciones de pago móvil son ampliamente aceptadas en los comercios y entre mis compañeros de la universidad.

Pregunta 5.- El ahorro de tiempo al no tener que usar efectivo o tarjetas físicas me incentiva a usar aplicaciones de pago móvil.

Pregunta 6.- La confiabilidad del servicio (pocas fallas o caídas del sistema) influye positivamente en mi decisión de usar pago móvil.

Figura 4

Resultados Pregunta 4 al 6



Fuente: Elaboración Propia.

Para el caso en que la confiabilidad del servicio influye en la decisión de usar pago móvil, el 6% manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 19% de acuerdo, el 41% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 26% no está de acuerdo, el 9% está totalmente en desacuerdo.

En cuanto al ahorro de tiempo al no tener que usar efectivo incentiva al uso de la aplicación de pago móvil, el 50% manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 28% de acuerdo, el 15% neutral, el 7% no está de acuerdo y el 0% está totalmente en desacuerdo.

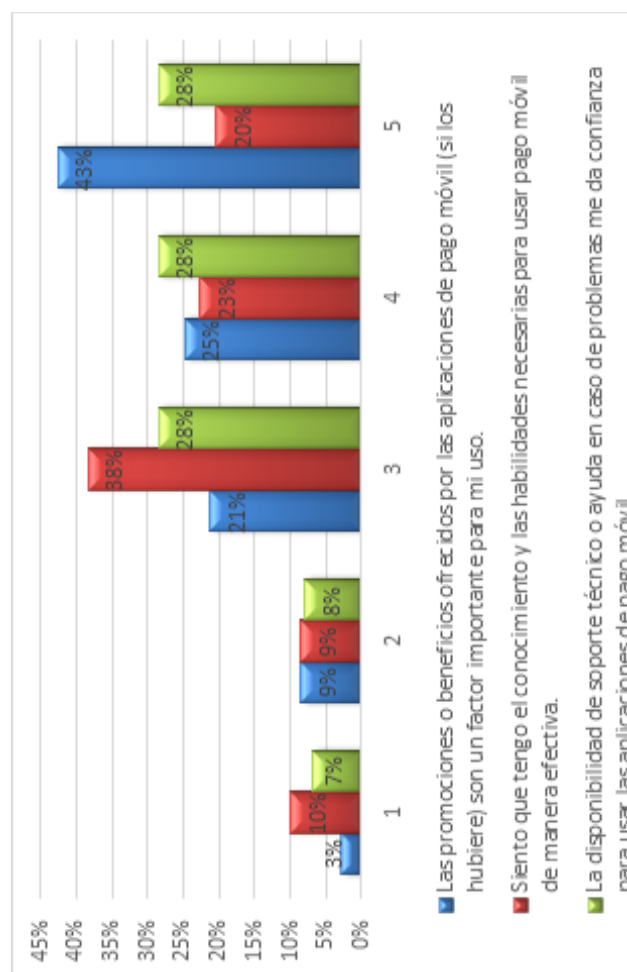
Para el caso de se percibe que la aplicación es ampliamente aceptada en comercios, el 17% está totalmente de acuerdo, el 39% de acuerdo, el 26% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13% no está de acuerdo y el 4% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 7.- Las promociones o beneficios ofrecidos por las aplicaciones de pago móvil (si los hubiere) son un factor importante para mi uso.

Pregunta 8.- Siento que tengo el conocimiento y las habilidades necesarias para usar pago móvil de manera efectiva.

Pregunta 9.- La disponibilidad de soporte técnico o ayuda en caso de problemas me da confianza para usar las aplicaciones de pago móvil.

Figura 5
Resultados Preguntas del 7 al 9



Fuente: Elaboración Propia.

Según los resultados obtenidos para la afirmación de que la disponibilidad de un soporte técnico a la hora de presentarse algún problema da confianza con la aplicación, el 28% manifestó estar totalmente de acuerdo, el otro 28% de acuerdo, el 28% se mantuvo en terreno neutral, el 8% en desacuerdo y el otro 7% totalmente en desacuerdo.

Para la afirmación de que los usuarios sienten que tienen conocimientos sobre el uso de la aplicación, el 20% manifiesta estar totalmente de acuerdo, 23% de acuerdo, el 38% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9% no está de acuerdo y el 10% está totalmente en desacuerdo.

Finalmente, para la afirmación de que las promociones de la aplicación son un factor determinante en el uso de la aplicación, el 43% manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 25% de

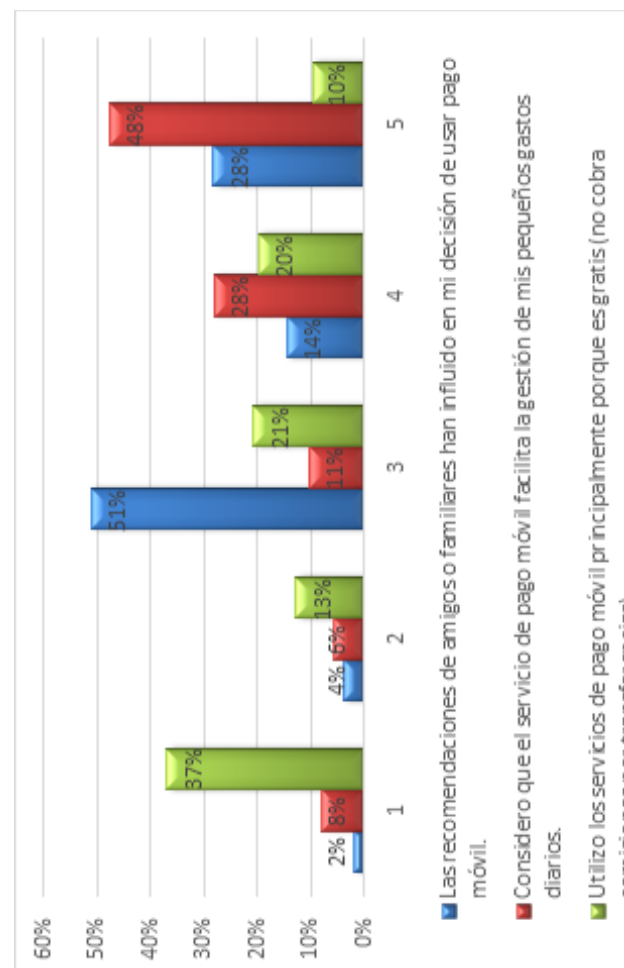
acuerdo, el 21% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 9% no está de acuerdo y el 3% totalmente en desacuerdo.

Pregunta 10.- Las recomendaciones de amigos o familiares han influido en mi decisión de usar pago móvil.

Pregunta 11.- Considero que el servicio de pago móvil facilita la gestión de mis pequeños gastos diarios.

Pregunta 12.- Utilizo los servicios de pago móvil principalmente porque es gratis (no cobra comisiones por transferencias).

Figura 6
Resultados Preguntas del 10 al 12.



Fuente: Elaboración Propia

La utilización de la aplicación pago móvil principalmente porque no cobra comisiones, el 10% manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 20% de acuerdo el 21% mantiene la neutralidad,

el 13% no está de acuerdo y el 37% está totalmente en desacuerdo.

Para la afirmación de que los pagos móviles facilitan la gestión de pequeños gastos diarios, el 48% de los encuestados manifiesta estar totalmente de acuerdo, el 28% de acuerdo, el 11% neutral, el 6% no está de acuerdo y el 8% está totalmente en desacuerdo.

También, para la afirmación de que las recomendaciones de amigos y familiares ha influido en el uso de la aplicación pago móvil, el 28% manifestó estar totalmente de acuerdo, el 14% de acuerdo, el 51% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 4% no está de acuerdo y el 2% está totalmente en desacuerdo con la afirmación.

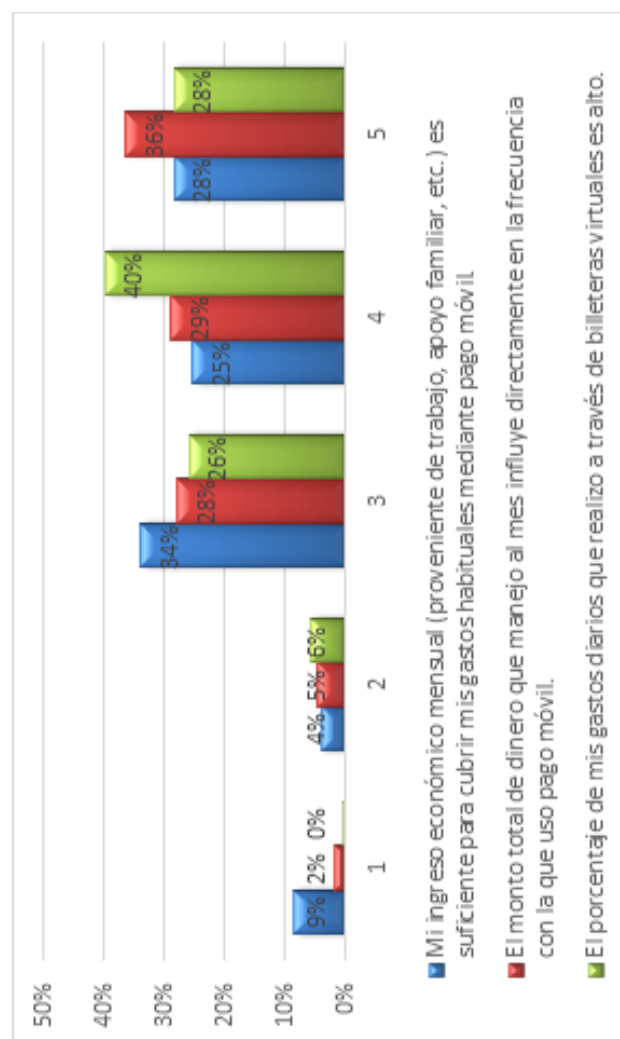
Sección II: Relación con Variables Socioeconómicas (Ingreso y Gasto en Billeteras Virtuales)

Pregunta 13.- Mi ingreso económico mensual (proveniente de trabajo, apoyo familiar, etc.) es suficiente para cubrir mis gastos habituales mediante pago móvil.

Pregunta 14.- El monto total de dinero que manejo al mes influye directamente en la frecuencia con la que uso pago móvil.

Pregunta 15.- El porcentaje de mis gastos diarios que realizó a través de billeteras virtuales es alto.

Figura 7
Resultados Preguntas del 13 al 15



Fuente: Elaboración Propia.

La afirmación sobre que el porcentaje de gastos diarios con el uso de pago móvil es alto, el 28% afirma estar totalmente de acuerdo, 40% de acuerdo, el 26% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 6% no está de acuerdo y el 0% está totalmente en desacuerdo.

Con respecto a la afirmación de que el monto que se maneja en el mes influye directamente en la frecuencia del uso de la aplicación, el 36% manifestó estar totalmente de acuerdo, el 29% de acuerdo, el 28% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5% no está de acuerdo, el 2% está totalmente en desacuerdo.

Por otro lado, con la afirmación de que el ingreso económico mensual es suficiente para cubrir los gastos con la aplicación pago móvil, el

28% está totalmente de acuerdo, mientras que el 25% se encuentra de acuerdo, el 34% mantiene una postura neutral, el 4% manifiesta no estar de acuerdo y el 9% está totalmente en desacuerdo.

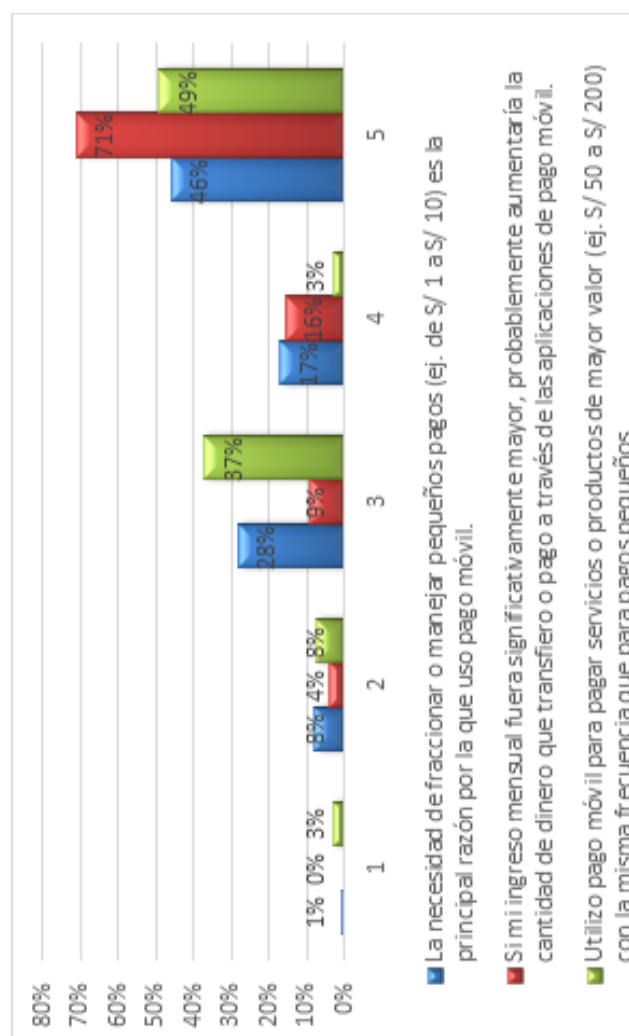
Pregunta 16.- La necesidad de fraccionar o manejar pequeños pagos (ej. de USD/ 1 USD/ 10) es la principal razón por la que uso pago móvil.

Pregunta 17.- Si mi ingreso mensual fuera significativamente mayor, probablemente aumentaría la cantidad de dinero que transfiero o pago a través de las aplicaciones de pago móvil.

Pregunta 18.- Utilizo pago móvil para pagar servicios o productos de mayor valor (ej. USD/ 50 a S/ 200) con la misma frecuencia que para pagos pequeños.

Figura 8

Resultados preguntas 16 al 18



Fuente: Elaboración Propia.

La utilización de la aplicación de pago móvil para pagos de servicios y/o productos con la misma frecuencia para pagos de mayor valor y menor valor, el 49% mantiene que están totalmente de acuerdo, 3% de acuerdo y en un 37% se mantienen neutral, 8% en desacuerdo y un 3% totalmente en desacuerdo.

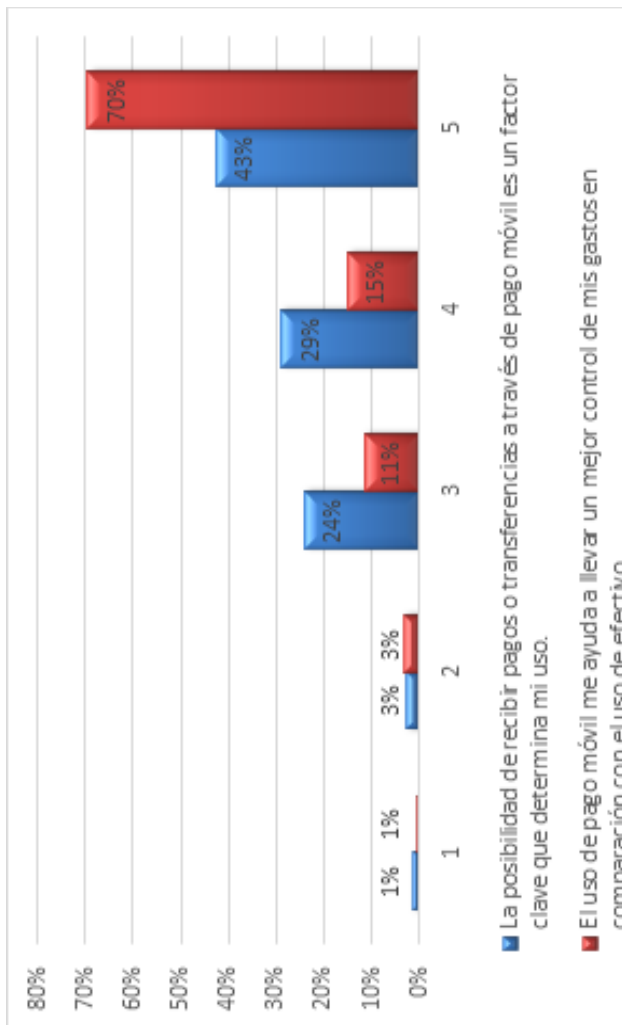
Con respecto a la afirmación de que si el ingreso mensual fuera mayor, quizás se aumentaría la frecuencia de uso de la aplicación, el 71% está totalmente de acuerdo, el 16% de acuerdo, el 4% neutral, ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 0% en desacuerdo.

Por último, con respecto a que la necesidad de fraccionar sus pagos en fracciones o partes más pequeñas es la principal razón para usar la aplicación, el 46% está totalmente de acuerdo, 17% de acuerdo, 28% neutral, 8% no está de acuerdo y el 1% está totalmente en desacuerdo.

Pregunta 19.- La posibilidad de recibir pagos o transferencias a través de pago móvil es un factor clave que determina mi uso.

Pregunta 20.- El uso de pago móvil me ayuda a llevar un mejor control de mis gastos en comparación con el uso de efectivo.

Figura 9
Resultados Preguntas 19 y 20



Fuente: Elaboración Propia.

Los resultados arrojan que existe una inclinación hacia la aceptación de que la aplicación pago móvil ayuda con el control de los gastos, con un 70% de la población encuestada a favor, es decir completamente de acuerdo con la afirmación, un 15% de acuerdo, 11% en terreno neutral, otro 3% no está de acuerdo y un 1% está totalmente en desacuerdo.

Con respecto a la afirmación de que un factor clave en el utilización de la aplicación es por la posibilidad de recibir pagos, en un 24% se expresan los encuestados mantenerse en un ámbito neutral, un 43% está totalmente de acuerdo, el otro 3% de acuerdo, el 1% en desacuerdo y solo el 4% en total desacuerdo.

De igual manera, para analizar la relación entre variables como el ingreso y el gasto en billeteras virtuales, se procedió a calcular el coeficiente de correlación de pearson, dando como resultado lo siguiente:

Figura 10
Coeficiente de Correlación

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	Suma
p1	1																				
p2	0.1053606	1																			
p3	-0.1889301	0.54238483	1																		
p4	0.5045954	-0.1630205	-0.3616166	1																	
p5	0.31535484	0.37633962	0.32557338	0.3769273	1																
p6	0.18333925	-0.0216161	-0.1583866	0.69229005	0.3456116	1															
p7	-0.1286806	0.07493575	0.20385526	-0.0951089	0.4234445	0.0591961	1														
p8	0.19046992	0.2031602	0.2151042	0.5489424	0.6718397	0.37769788	0.04293897	1													
p9	0.3854071	0.19675116	0.2674154	0.2464617	0.1759071	0.17406026	0.19780177	0.34665916	1												
p10	0.34648723	0.1576103	0.16752418	-0.209534	0.2448646	-0.3789207	-0.200127	-0.281829	-0.2281407	1											
p11	0.2396165	0.40525281	0.4012018	0.4087766	0.10740353	0.25288339	0.31884364	0.4526073	-0.1086482	-0.106462	1										
p12	0.35040664	0.35361881	0.1755707	0.4456677	0.48748822	0.64650721	-0.124782	0.2989955	0.1669789	0.0861471	0.4515985	1									
p13	0.09443394	0.286161	0.00177994	0.56407381	0.43680107	0.35712748	0.11117177	0.46270947	0.44125301	0.2247686	0.3708977	0.42084679	1								
p14	0.53237606	0.344871	0.17434164	0.42140579	0.5811233	0.38897878	-0.0484598	0.49800709	0.17823833	0.0455536	0.19353766	0.64615324	0.64081387	1							
p15	0.26630357	0.28771692	0.3447402	0.17168386	0.4677917	0.08813344	0.30701458	0.3697597	0.2592303	-0.0119264	0.79459089	0.07127872	0.39009932	0.19584677	1						
p16	0.28738813	-0.372059	-0.3827658	0.68471732	0.1432493	0.47294599	-0.0316315	0.2559844	0.02157971	-0.1083956	0.15414649	0.25516938	0.33932832	0.23970908	0.20557704	1					
p17	0.19294126	0.33831512	0.2597003	0.5721874	0.65403389	0.49075088	0.07162074	0.71064906	0.3014651	-0.0684253	0.59374404	0.45338432	0.51316281	0.39688824	0.49567771	0.27383293	1				
p18	0.5734534	-0.1751875	-0.159197	0.26378364	0.4454274	-0.011775	-0.3965518	-0.082794	-0.0935201	0.5808972	-0.1944673	0.23310337	0.1668063	0.4086782	-0.1995378	0.1334253	-0.1379735	1			
p19	0.43983289	0.36503313	0.36336433	0.23943305	0.41109684	0.18078706	0.37399555	0.32347845	0.4020054	0.4452587	0.4020054	0.339752	0.5482827	0.40921231	0.61384479	0.20137235	0.4760708	0.03534882	1		
p20	0.4377158	0.39057166	0.2862555	0.2058542	0.31804182	0.1442872	0.5733887	0.2530874	0.4197676	0.4788533	0.5013875	0.3065594	0.80423156	0.4622695	0.3994574	0.19818352	0.342494	0.0853085	0.63830195	1	
Suma	0.59927259	0.44311736	0.3618666	0.5644611	0.7423339	0.4379491	0.1758888	0.66044526	0.5173699	0.22186135	0.62226334	0.61059752	0.76632318	0.74655464	0.5989953	0.3507288	0.7379653	0.2232655	0.7094787	0.7078325	1

Fuente: Elaboración Propia.

La evidencia matricial ha revelado una conexión excepcionalmente robusta entre la forma en que se mide el Ingreso (a través de p13, p14, y p17) y el volumen de Gasto en Billeteras

Virtuales (p12). Y es que, cuando el ingreso es medido de esta manera, la relación pasa de ser insignificante a ser el eje central.

Los componentes p13 y p14 del ingreso poseen una dependencia lineal con el Gasto Digital (p12) fuerte, los coeficientes de correlación son superiores a 0.95. Si uno crece, los otros dos crecen a la par. Esto expresa algo fundamental, y es que estas variables no solo están relacionadas; en la práctica, son indicadores casi redundantes. Esto sugiere con una fuerza tremenda que están midiendo un fenómeno económico subyacente que está dominado poderosamente por el factor Ingreso. La Implicación clave es que el ingreso influye directamente con el gasto en las billeteras virtuales.

Además, existe una consistencia interna considerable, entre las variables que definen el Ingreso, la correlación entre p. 13 y p14 es de 0.963455. Esto confirma que estas dos preguntas o medidas están capturando casi el mismo aspecto de la renta de la persona. Y como ambas tienen un impacto estructuralmente fuerte y similar sobre el gasto (p12), por lo que se desecha la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

Discusión

El éxito del pago móvil se asienta firmemente sobre la base de la conveniencia y la eficiencia, una verdad que los usuarios validan según los resultados obtenidos. La facilidad de uso y el ahorro de tiempo representan los más importantes aspectos para ser elegible, un impresionante 88% de los encuestados se siente animado por la simplicidad de la aplicación de pago móvil, y ese 78% que valora el hecho de no usar efectivo habla de un beneficio que la tecnología ha brindado al día a día. Además, esta agilidad es crucial, pues la aplicación se ha convertido en una aliada indispensable para gestionar los pequeños “gastos hormiga” diarios, lo que refuerza su posición como la herramienta digital más práctica para las transacciones cotidianas. Lo anterior confirma lo que Vega et al. (2025) destaca en su investigación, ya que la banca móvil representa un porcentaje de

70% de penetración en el mercado de clientes de la banca panameña, así como el uso de las billeteras digitales un 50% de uso entre usuarios de los bancos, esto es importante ya que queda en evidencia, que la automatización de los procesos bancarios y la utilización de aplicaciones móviles como el “pago móvil” son herramientas cada vez más usadas entre toda la población y sobre todo en el sector universitario.

Sin embargo, esta relación de confianza tiene un talón de Aquiles sensible, la confiabilidad del sistema. Aunque el 85% se siente seguro con la aplicación en general, esa tranquilidad puede verse como una amenaza ante la posibilidad de fallas técnicas. Es alarmante ver que solo un 25% se siente tranquilo con la estabilidad del servicio ante caídas, con ese gran 41% que se mantiene en la neutralidad, lo cual es una señal de alerta, ya que las caídas tienen el poder de erosionar la confianza de los consumidores. Adicionalmente, la necesidad de sentirse respaldado es vital, y es que un 56% de usuarios confiesa que la disponibilidad de soporte técnico da a los usuarios cierta tranquilidad y confianza al usar la aplicación.

Finalmente, el factor económico demuestra ser un poderoso catalizador para el crecimiento futuro. El Ingreso no es un simple dato; es un factor determinante en el crecimiento y frecuencia de uso de la aplicación. Un rotundo 87% de los encuestados afirma que, si sus ingresos fueran significativamente mayores, aumentaría el uso de la aplicación. Esto nos sugiere que, a medida que la capacidad de gasto sube, el pago móvil se convierte en el vehículo preferido para manejar esos volúmenes más grandes. Si a esto se le suma que las promociones motivan al 68% de los usuarios.

Conclusiones

El impacto de los pagos móviles en los estudiantes de la facultad de ciencias empresariales de la UTMACH es innegable. La comodidad extrema, la confiabilidad y la capacidad real de sus economías personales hacen de esta aplicación una de las más usadas entre estos estudiantes.

En primer lugar, se ha confirmado que la facilidad de uso y ese preciado ahorro de tiempo son los atractivos más potentes para que sea usada con frecuencia. Los estudiantes, como todos, detestan la fricción en sus transacciones, sin embargo, y según lo muestran los datos, la aplicación pago móvil proporciona una rapidez en las transacciones habituales, lo que la convierte en un aliado indispensable para manejar todos esos pequeños. Además, proporciona una sensación de que este tipo de aplicaciones da un mejor control de sus finanzas, lo que contrasta con tener que disponer de billetes, lo que brinda tranquilidad y seguridad de no portar dinero en efectivo.

Sin embargo, existe un problema que aún persiste, y es la percepción de la seguridad. Aunque la mayoría sigue usando la aplicación, la confiabilidad del servicio frente a los temidos fallos técnicos fue, el punto más débil y el que generó más dudas. Esto advierte que esos problemas inesperados o los llamados *bugs* erosionan a toda velocidad esa confianza que tanto cuesta construir. Ya que, en el universo financiero digital, la confianza es, sin duda, el pilar fundamental para tener éxito.

Finalmente, se logró establecer conexión poderosa y muy reveladora entre cuánto dinero manejan y qué tanto usan la aplicación. La correlación descubre el hecho de que el volumen de dinero real es el factor que, al final, se lleva el bastón de mando: aquellos que sienten que su sueldo o mesada es suficiente para operar con pago móvil, le dan un porcentaje más grande de sus gastos diarios a la aplicación. Pero, por otro lado, también se pudo ver que la intención de usarla más si les fuera mejor económicamente es fuerte.

Referencias bibliográficas

Ayala, S. N., Ortega, J. C., & Pinos, E. G. (2022). Percepción del consumidor y su influencia en el uso de medios digitales de pago. *Alfa Publicaciones*, 4(3), 226-244. doi:<https://doi.org/10.33262/ap.v4i3.258>

- Bermeo, M., Valencia, A., Duque, B., Garcés, L., & Luna, T. (2019). Factores de uso de los medios de pago móviles en millennials y centennials. *Semestre Económico*, 22(53), 77-102. doi:<https://doi.org/10.22395/seec.v22n53a4>
- Chatterjee, P. (2023). *El auge de los sistemas de pago móvil: cómo la tecnología de la información configura el ecosistema fintech*. Revista Internacional de Ingeniería y Ciencias de la Computación.
- Díaz, M., & Rodríguez, M. (2024). El impacto de la era digital en el sector financiero español. Análisis 2000-2024. *Riuma*. Recuperado el 10 de Octubre de 2025, de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/36156/Digitalizaci%C3%B3n%20del%20sector%20financiero%20.pdf?sequence=1>
- Díaz, Ocampo, N., & Pacheco, A. (2025). Análisis del uso de pagos móviles y su influencia en el comportamiento del consumidor. *593 Digital Publisher CEIT*, 10(4), 109-124. doi:<https://doi.org/10.33386/593dp.2025.4.3283>
- Emilio, B. L. (2025). *Análisis del uso de pagos móviles en las Pymes de Guayaquil*. Guayaquil.
- Junyan, Z. (2020). *Métodos de pago móvil: desarrollo y estudio comparativo*. Cartagena de Indias: Trabajo Fin de Grado previo a la obtención del Grado en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Politécnica de Cartagena. Recuperado el 12 de Octubre de 2025, de <https://repositorio.upct.es/server/api/core/bitstreams/61fca813-0b7d-4c02-959a-32ef216f38c0/content>
- Kawamoto, C., Giovinazzo, R., Leme, A., Feldmann, P., & Daishiro, N. (24 de Noviembre de 2023). Determinants of success of mobile payments as innovations: An exploratory study based on the extant literature, the MPesa, Alipay, and Nubank cases, and the opinion of experts. *Future Business Journal*, 9(1).

- doi:<https://doi.org/10.1186/s43093-023-00272-7>
- Li, Q. (2024). *The Impact of Mobile Payments on the Financial Management Efficiency of Small and Medium-Sized Enterprises*. 2024: International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM).
- Naciones Unidas. (2024). *Informe sobre la economía digital. Forjar un futuro digital ambientalmente sostenible e inclusivo*. Ginebra: Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Recuperado el 10 de Octubre de 2025, de https://unctad.org/system/files/official-document/der2024_overview_es.pdf
- Rose, L., & Abdullahi, A. H. (29 de Julio de 2024). Mundialización de la tecnología y la movilidad del dinero. *Carnegie Endowment for International peace*. Recuperado el 10 de Octubre de 2025, de <https://carnegieendowment.org/research/2024/07/techno-worlding-and-the-mobility-of-money?lang=es>
- Toledo, N., & Rivas, J. (Diciembre de 2024). Impact of Disruptive Technologies on the Development of the Social Economy: Innovation and Community Transformation. *Un Espacio Para la Ciencia*, 7(1), 107-131. doi:<http://doi.org/10.5281/zenodo.15200516>
- Xia, L., Baghaie, S., & Mohammad, S. (Febrero de 2024). La economía digital: retos y oportunidades en la nueva era de la tecnología y las comunicaciones electrónicas. *Revista de Ingeniería Ain Shams*, 15(2). doi:<https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102411>
- Yataco, L., Mancilla, A., & Chávez, K. (15 de Septiembre de 2024). Tecnología financiera al servicio del cliente: percepción sobre herramientas digitales bancarias en Lima. *Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 26(3), 877-894. doi:<http://www.doi.org/10.36390/telos263.07>
- Zambrano, R., Figueroa, M., Mora, N., & Pacheco, A. (2022). Análisis del marketing digital en las PYMES de la ciudad de Machala. Estudio en tiempos de COVID. *593 Digital Publisher CEIT*, 7, 165-178. doi:10.33386/593dp.2022.4-1.1208