

Intention to Use Digital Wallets Among Generation Z Youth: Trust, Ease of Use, and the Mediating Role of Perceived Usefulness

Valicha Cuadra Morales ¹, Flor Roxana Quiñones Bernilla ², Jenry Alex Hidalgo Lama ³, Patricia Ivonne Chávez Rivas ²,
Adelaida Milushka Alfaro Flores ³, Karen Lidia Reyes Villanueva ², Roberto Juan Tejada Ruiz ²

¹ Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, vcuadra@usat.edu.pe

² Universidad Tecnológica del Perú, Perú, c23703@utp.edu.pe, c24052@utp.edu.pe, c28902@utp.edu.pe, rtejadar@utp.edu.pe

³ Universidad Privada Antenor Orrego, Perú, jhidalgol@upao.edu.pe, aalfarofl@upao.edu.pe

Abstract– This study aimed to determine the effects of trust and perceived ease of use on Generation Z university students' intention to use digital wallets, while assessing the mediating role of perceived usefulness in universities in Lambayeque, Peru. A quantitative, explanatory, non-experimental, cross-sectional design was implemented, and data were collected through an online survey between October and December 2025, yielding a final sample of 388 students. The model was estimated using PLS-SEM in SmartPLS, and the measurement model showed adequate psychometric performance (reliability, convergent validity, and discriminant validity). The structural model exhibited moderate explanatory power ($R^2=0.468$ for perceived usefulness and $R^2=0.582$ for usage intention). Findings indicated that trust and perceived ease of use had positive and significant direct effects on intention to use, and both predictors also exerted positive and significant effects on perceived usefulness. Perceived usefulness, in turn, positively influenced intention to use and produced complementary mediation for the trust→intention and ease of use→intention relationships, as indirect effects remained significant alongside direct paths. Overall, intention was explained primarily by security/credibility beliefs and low-friction user experience, strengthened by functional value appraisals. It was recommended that providers and stakeholders prioritize verifiable security and incident-response mechanisms, streamline interface flows and operational stability, and communicate tangible value (including interoperability) to sustain adoption among young users.

Keywords– Digital wallets, trust, perceived ease of use, perceived usefulness, usage intention.

Intención de uso de billeteras digitales en jóvenes de la Generación Z: Confianza y facilidad de uso y el rol mediador de la utilidad percibida.

Valicha Cuadra Morales ¹, Flor Roxana Quiñones Bernilla ², Jenry Alex Hidalgo Lama ³, Patricia Ivonne Chávez Rivas ²,
Adelaida Milushka Alfaro Flores ³, Karen Lidia Reyes Villanueva ², Roberto Juan Tejada Ruiz ².

¹ Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú, vcuadra@usat.edu.pe

² Universidad Tecnológica del Perú, Perú, c23703@utp.edu.pe, c24052@utp.edu.pe, c28902@utp.edu.pe, rtejadar@utp.edu.pe

³ Universidad Privada Antenor Orrego, Perú, jhidalgol@upao.edu.pe, aalfarofl@upao.edu.pe

Resumen— El estudio tuvo como objetivo determinar el efecto de la confianza y la facilidad de uso sobre la intención de uso de billeteras digitales en universitarios de la Generación Z, evaluando la mediación de la utilidad percibida en universidades de Lambayeque, Perú. Se empleó un enfoque cuantitativo, explicativo, con diseño no experimental y transversal; la información se recolectó mediante encuesta virtual entre octubre y diciembre de 2025, obteniéndose una muestra final de 388 estudiantes. El análisis se realizó con PLS-SEM en SmartPLS, confirmándose un modelo de medición adecuado (fiabilidad, validez convergente y discriminante). En el modelo estructural, se halló capacidad explicativa moderada ($R^2=0.468$ para utilidad percibida y $R^2=0.582$ para intención). Los resultados mostraron efectos directos positivos y significativos de la confianza y la facilidad de uso sobre la intención, así como impactos positivos de ambas sobre la utilidad percibida; además, la utilidad percibida influyó significativamente en la intención y medió de manera complementaria las relaciones confianza→intención y facilidad→intención. Se concluyó que la intención de uso se sostuvo principalmente en percepciones de seguridad/fiabilidad y en una experiencia operativa sin fricción, reforzadas por el valor funcional percibido. Se recomendó priorizar señales verificables de protección y respuesta ante incidencias, optimizar la usabilidad y estabilidad de la aplicación, y reforzar la comunicación del valor práctico e interoperable para consolidar el uso sostenido.

Palabras clave— Billeteras digitales, confianza, facilidad de uso, utilidad percibida, intención de uso

I. INTRODUCCIÓN

La aceleración de la digitalización de los pagos minoristas está reconfigurando la manera en que las personas transfieren valor, gestionan liquidez cotidiana y participan en mercados formales e informales, con implicancias directas para la inclusión financiera, la eficiencia transaccional y la trazabilidad económica [1]. En este proceso, las billeteras digitales (e-wallets) han adquirido centralidad por su capacidad de reducir fricciones en pagos persona-a-persona (P2P), persona-a-comercio (P2M) y transferencias inmediatas, integrando funcionalidades que antes estaban dispersas entre banca móvil, redes de tarjetas y efectivo [2]. La literatura reciente coincide en que la intención de uso de soluciones de pago digital depende de un conjunto de evaluaciones cognitivas (utilidad percibida, facilidad de uso) y socio-psicológicas (confianza), cuya interacción explica por qué usuarios que cuentan con

conectividad y oferta tecnológica disponible adoptan o rechazan estos medios para transacciones reales [3]. En particular, los jóvenes universitarios de la Generación Z constituyen un segmento crítico: son intensivos en uso de smartphone, presentan hábitos digitales consolidados y, a la vez, son sensibles a señales de seguridad, reputación e integridad del sistema cuando el producto involucra dinero y datos personales, por lo que su intención de uso no puede asumirse como automática ni puramente determinada por disponibilidad tecnológica [4].

La relevancia del estudio se sostiene en tres planos complementarios. Primero, en el plano económico y de política pública, los pagos digitales se asocian con menores costos de transacción, mayor formalización y potencial de inclusión financiera, pero su expansión requiere adopción sostenida por parte de usuarios finales [5]. En Perú, las billeteras digitales se han convertido en un canal masivo, con crecimiento acelerado de cuentas y operaciones, y con esfuerzos explícitos de interoperabilidad entre proveedores y sistemas de pago [6]. De acuerdo con la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, la adopción de billeteras digitales es mayor en grupos jóvenes: alrededor de 64% de adultos de 18 a 24 años reportó tener alguna billetera (Yape, Plin u otra), en el marco de mediciones recientes basadas en [7]. Segundo, en el plano organizacional y de mercado, la competencia entre ecosistemas de pago exige comprender qué factores fortalecen la intención de uso para diseñar experiencias de usuario, mensajes de valor y mecanismos de confianza. Tercero, en el plano científico, la adopción de billeteras digitales sigue mostrando resultados heterogéneos entre países, poblaciones y configuraciones tecnológicas [8], [9], por lo que la evidencia requiere modelos que integren relaciones directas y mediaciones, especialmente en segmentos juveniles, donde la utilidad percibida puede operar como puente cognitivo entre creencias de confianza y facilidad de uso con la intención conductual.

A nivel mundial, el tránsito hacia pagos digitales se aceleró por la expansión de plataformas móviles, la maduración de esquemas de QR/NFC y la presión por experiencias “sin fricción” [10]. Sin embargo, el avance de la oferta no elimina

las barreras de adopción: los usuarios evalúan beneficios (rapidez, conveniencia, control), costos (aprendizaje, esfuerzo) y riesgos (fraude, privacidad) [11]. El debate contemporáneo enfatiza que, aun con infraestructura, la confianza y la percepción de utilidad explican gran parte de la decisión de uso. Estudios recientes en contextos diversos continúan señalando la fuerza de la utilidad percibida como antecedente de intención en pagos móviles y digitales, así como el papel estructurante de la facilidad de uso para formar utilidad y reducir resistencia al aprendizaje [12], [13].

En algunos países líderes en adopción, las billeteras digitales se integraron al día a día, pero con trayectorias distintas: China consolidó ecosistemas como WeChat Pay/Alipay con alta penetración, India expandió pagos inmediatos vía UPI con múltiples front-ends, Suecia avanzó a esquemas de baja dependencia del efectivo, Kenia consolidó dinero móvil como infraestructura social y económica, y Estados Unidos extendió wallets ligadas a tarjetas y big tech; en todos estos casos persisten preocupaciones por seguridad, interoperabilidad y confianza como determinantes de aceptación, aun cuando el acceso a smartphone sea alto [14], [15], [16]. La investigación comparada sigue encontrando que la confianza (como creencia en competencia, integridad y benevolencia del proveedor/sistema) sostiene la intención de uso en servicios financieros digitales, especialmente cuando la transacción implica exposición a riesgos percibidos. En meta-evidencia y síntesis recientes, los constructos de utilidad/rendimiento esperado y facilidad de uso/esfuerzo esperado aparecen de manera recurrente como motores de intención, mientras que la confianza opera como catalizador para traducir valor percibido en disposición conductual [17], [18].

En Latinoamérica, el crecimiento de pagos digitales convive con alta informalidad y preferencia por efectivo en múltiples transacciones cotidianas, lo que vuelve crucial comprender la intención de uso en jóvenes, quienes tienden a actuar como “difusores” de prácticas tecnológicas en hogares y redes. Aun así, la región exhibe desigualdades territoriales y brechas de calidad de conectividad que pueden limitar la experiencia de uso y, por extensión, la formación de utilidad percibida [19], [20], [21]. La evidencia regional subraya que, incluso con expansión de smartphones, la adopción efectiva exige que el usuario perciba que la billetera “le sirve” (mejora su desempeño cotidiano) y que “no cuesta usarla” (aprendizaje y operación simples), además de confiar en el sistema como seguro y confiable para dinero/datos.

En Perú, la expansión de pagos digitales y billeteras móviles se vincula con estrategias de interoperabilidad y crecimiento de operaciones minoristas. El Banco Central de Reserva del Perú reporta dinamismo significativo del sistema de pagos y avances de interoperabilidad que multiplican transacciones y valores intercambiados [22]; por ejemplo, el número de transacciones interoperables entre Yape y Plin

creció de manera importante entre junio de 2024 y junio de 2025, en un marco de consolidación de transferencias inmediatas y pagos con QR [23]. Asimismo, en el Reporte del Sistema Nacional de Pagos y del sector Fintech, se consigna que las fases de interoperabilidad (billeteras, apps bancarias/QR y dinero electrónico) generan volúmenes masivos de transacciones en periodos cortos, evidenciando un cambio estructural en hábitos de pago [24]. Pese a ello, la masificación no implica uniformidad en intención de uso: existen usuarios con cuenta activa que no usan intensivamente, o que migran entre plataformas según confianza, facilidad y utilidad. Esta tensión es especialmente relevante en jóvenes universitarios, quienes combinan alta exposición digital con fuerte sensibilidad a experiencias negativas (fallas, fraudes, desconfianza por privacidad).

En el lugar específico de la investigación, la región Lambayeque experimenta, al igual que el país, una expansión del acceso y uso de conectividad y telefonía móvil, condiciones habilitantes para billeteras digitales [25]. En Perú, la cobertura de telefonía móvil y el uso de internet presentan niveles elevados en los grupos jóvenes, lo que sugiere un entorno propicio para adopción; sin embargo, el hecho de disponer de conectividad no garantiza apropiación activa ni intención de uso sostenida, particularmente cuando intervienen percepciones de esfuerzo, utilidad y confianza [26]. En este escenario, comprender la intención de uso de billeteras digitales en universitarios Gen Z de Lambayeque se vuelve un problema aplicado y científico: permite identificar palancas psicológicas de adopción y orientar decisiones de diseño, comunicación y políticas de promoción de pagos digitales. Ante ello surge la pregunta de investigación ¿En qué medida la confianza y la facilidad de uso influyen en la intención de uso de billeteras digitales en jóvenes universitarios de la Generación Z, y cómo media la utilidad percibida dichas relaciones, en universidades de Lambayeque, Perú?, para ello se planteó el siguiente objetivo de investigación: Determinar el efecto de la confianza y la facilidad de uso sobre la intención de uso de billeteras digitales en jóvenes universitarios de la Generación Z, evaluando el rol mediador de la utilidad percibida en universidades de Lambayeque, Perú.

En el plano teórico, el estudio se justifica porque integra un núcleo clásico de aceptación tecnológica (utilidad percibida y facilidad de uso) con un constructo crítico para servicios financieros digitales (confianza), proponiendo un mecanismo explicativo donde la utilidad percibida opera como mediador cognitivo entre creencias de seguridad/fiabilidad y la intención conductual. Este encadenamiento resulta consistente con extensiones contemporáneas del TAM en entornos fintech, donde la confianza influye en cómo el usuario traduce atributos del sistema en beneficios percibidos y, finalmente, en intención de uso [13], [27]. En el plano práctico, aporta evidencia específica para universidades de Lambayeque y para gestores (proveedores de billeteras, bancos, reguladores) sobre cuáles variables deben priorizarse para fortalecer adopción y uso en

jóvenes: si la confianza es decisiva, se requieren señales verificables de seguridad e integridad; si la facilidad de uso construye utilidad, se deben optimizar flujos, interfaces y soporte. En el plano metodológico, el uso de SEM (PLS-SEM) permite estimar simultáneamente efectos directos e indirectos (mediación), evaluar calidad del modelo de medición y maximizar enfoque predictivo, lo cual es adecuado para modelos con mediaciones y constructos latentes en contextos aplicados de adopción tecnológica

La investigación sobre adopción de pagos digitales ha crecido de forma notable en los últimos cinco años, con foco en billeteras, pagos QR, NFC y sistemas móviles post-pandemia [28]. Una conclusión transversal es que la adopción depende menos de la disponibilidad tecnológica y más de evaluaciones subjetivas de valor y riesgo. En síntesis bibliométricas y revisiones sistemáticas, la utilidad percibida aparece como predictor robusto de intención, mientras que la facilidad de uso explica tanto utilidad como intención, y la confianza se posiciona como variable crítica cuando la tecnología gestiona dinero y datos [17], [29].

En estudios empíricos de adopción de e-wallets, se observa evidencia consistente de que la facilidad de uso incrementa utilidad percibida, y esta, a su vez, eleva intención. Por ejemplo, investigaciones en Asia y otros mercados muestran que el usuario tiende a percibir como más útil aquello que puede operar con poco esfuerzo cognitivo, reforzando la lógica TAM en pagos digitales [27], [30]. De manera complementaria, estudios recientes proponen que la confianza no solo influye directamente en la intención, sino que moldea la percepción de utilidad: si el usuario confía, interpreta la funcionalidad como “verdaderamente beneficiosa” y la integra a su rutina, mientras que, si desconfía, minimiza beneficios y maximiza riesgos [13], [18].

No obstante, persisten vacíos. Primero, existe heterogeneidad por cohorte: en Gen Z, la familiaridad digital puede aumentar la sensibilidad a fricciones micro (tiempos, fallas, UX deficiente) y, simultáneamente, elevar expectativas de seguridad, generando configuraciones donde facilidad de uso y confianza operan de forma conjunta. Segundo, la evidencia latinoamericana y peruana aún es menos abundante frente a Asia/Europa, y en regiones fuera de capitales la adopción puede estar atravesada por experiencias de interoperabilidad, soporte y variabilidad de conectividad. Tercero, no todos los estudios incorporan explícitamente mediación por utilidad percibida entre confianza/facilidad e intención, pese a que este mecanismo es teóricamente plausible y empíricamente emergente en fintech [13]. En consecuencia, evaluar de manera simultánea efectos directos y mediaciones en universitarios Gen Z de Lambayeque contribuye a cerrar brechas contextuales y a precisar el mecanismo psicológico de adopción en un mercado donde billeteras ya son masivas, pero el uso e intención pueden variar en intensidad y fidelidad.

El estudio se apoya principalmente en el Technology Acceptance Model (TAM), que postula que la intención de uso de una tecnología depende de la utilidad percibida (creencia de que la tecnología mejora desempeño) y la facilidad de uso (creencia de que su uso requiere poco esfuerzo) [31]. En servicios móviles, la lógica TAM se mantiene, pero la literatura contemporánea enfatiza que la percepción de riesgo y la confianza se vuelven determinantes cuando la tecnología opera como intermediario financiero. Por ello, extensiones del TAM incorporan confianza como antecedente directo de intención y como determinante de utilidad, especialmente en pagos móviles y fintech [13], [32].

La confianza en entornos digitales se conceptualiza como la expectativa de que el sistema/proveedor actuará de manera competente, íntegra y predecible, protegiendo al usuario frente a riesgos de transacción [33]. En pagos móviles, la confianza reduce incertidumbre, facilita el compromiso conductual y amplifica beneficios percibidos, porque el usuario interpreta la tecnología como segura y “apta” para decisiones monetarias [34]. En modelos recientes de adopción fintech, la confianza se confirma como variable que incrementa intención y puede mediar o moderar relaciones entre valor/riesgo e intención [18], [35].

La utilidad percibida (PU) se entiende como la percepción de beneficios funcionales: rapidez, control, eficiencia, acceso, reducción de costos y conveniencia en pagos [36]. En billeteras, PU puede incluir beneficios de interoperabilidad, aceptación en comercios, transferencias inmediatas y registro de transacciones, que son particularmente relevantes en jóvenes por su vida académica y social [27]. La facilidad de uso (PEOU) se traduce en interfaz intuitiva, claridad de pasos, baja carga cognitiva y estabilidad operativa; en tecnologías móviles, PEOU actúa como “habilitador” de PU, porque un sistema difícil de usar reduce la percepción de beneficio real, aun si la funcionalidad existe [30], [31].

Finalmente, el estudio adopta un enfoque de intención conductual coherente con marcos de aceptación tecnológica y teoría de la acción razonada, donde la intención es el predictor proximal del comportamiento de uso. En adopción tecnológica, la intención suele ser influida por creencias instrumentales (utilidad) y de esfuerzo (facilidad), y reforzada por creencias de seguridad/fiabilidad (confianza) [12], [37].

Hipótesis

H1. La confianza influye positiva y significativamente en la utilidad percibida.

La confianza opera como una condición psicológica que permite al usuario interpretar las funcionalidades de la billetera como verdaderamente beneficiosas. En servicios financieros digitales, cuando el usuario confía en el sistema, reduce la atención focalizada en riesgos (fraude, pérdida, exposición de datos) y aumenta el peso de beneficios funcionales (rapidez, control, conveniencia), elevando así la utilidad percibida. Evidencia reciente en fintech sugiere que la confianza incrementa la percepción de utilidad al mejorar la evaluación de valor del servicio, especialmente en escenarios donde la adopción depende de credibilidad del proveedor y de la seguridad percibida del canal [13], [18]. Asimismo, estudios de adopción de e-wallet han hallado que la confianza se integra a modelos tipo UTAUT/TAM como predictor positivo del valor/utilidad percibida, reforzando el paso cognitivo desde “me siento seguro” hacia “esto me resulta útil” [27], [35].

H2. La facilidad de uso influye positiva y significativamente en la utilidad percibida.

La relación PEOU→PU es central en TAM: si el usuario percibe que la tecnología es fácil de aprender y operar, interpreta que podrá extraer beneficios sin costos excesivos de esfuerzo, incrementando su utilidad percibida. En billeteras digitales, la facilidad de uso reduce fricción en tareas frecuentes (enviar dinero, pagar con QR, recargar, verificar saldos), por lo que el usuario juzga que la herramienta mejora su desempeño cotidiano. Estudios recientes en adopción de e-wallet y pagos móviles confirman que la facilidad de uso predice utilidad percibida y fortalece la aceptación tecnológica, particularmente en usuarios jóvenes que valoran experiencias rápidas e intuitivas [27], [30]. Este patrón también se observa en modelos extendidos de adopción digital, donde el esfuerzo percibido se convierte en determinante de valor funcional [12], [13].

H3. La utilidad percibida influye positiva y significativamente en la intención de uso.

La utilidad percibida es el antecedente instrumental más robusto de la intención en tecnologías orientadas a desempeño. En billeteras digitales, PU se traduce en la expectativa de que el sistema mejora la forma de pagar y transferir (más rápido, más control, menos dependencia del efectivo), por lo que incrementa la disposición a usarlo con frecuencia y en distintas situaciones. En evidencia reciente, PU sostiene efectos consistentes sobre intención en pagos móviles y billeteras, tanto en modelos TAM extendidos como en UTAUT adaptado a contextos de pago digital [27][12]. Además, en adopción fintech se reporta que el “beneficio percibido” y el rendimiento esperado elevan intención incluso cuando coexisten riesgos,

destacando la primacía del valor funcional como motor de adopción [18], [38].

H4. La confianza influye positiva y significativamente en la intención de uso.

En pagos digitales, la intención de uso implica aceptar vulnerabilidad: el usuario permite que una aplicación procese dinero y datos. Por ello, la confianza se convierte en un determinante directo de intención, al reducir incertidumbre y elevar la disposición a realizar transacciones. La literatura fintech contemporánea muestra que la confianza incrementa intención, ya sea como predictor directo o como componente clave para traducir percepciones de seguridad y credibilidad en conducta esperada [18], [35]. En estudios específicos de e-wallet, la confianza aparece como variable que complementa utilidad y facilidad de uso, particularmente en entornos donde la adopción se expande rápidamente pero los incidentes de fraude o desinformación pueden erosionar la intención [13], [27].

H5. La facilidad de uso influye positiva y significativamente en la intención de uso.

La facilidad de uso impacta intención porque reduce el costo psicológico del uso: cuanto menor el esfuerzo para operar la billetera, mayor la probabilidad de que el usuario se disponga a incorporarla a rutinas diarias. En Gen Z, la tolerancia a fricción suele ser baja; por tanto, una experiencia compleja puede inhibir intención incluso si existe percepción de utilidad potencial. Evidencia empírica en e-wallet sugiere que PEOU tiene efectos directos en intención y, además, efectos indirectos a través de PU, reforzando una ruta dual hacia la intención [27][30]. Esta relación también se confirma en modelos extendidos de adopción de pagos móviles, donde la facilidad de uso contribuye a la intención cuando el usuario evalúa rápidamente la experiencia y decide si “vale la pena” usarla [12], [38].

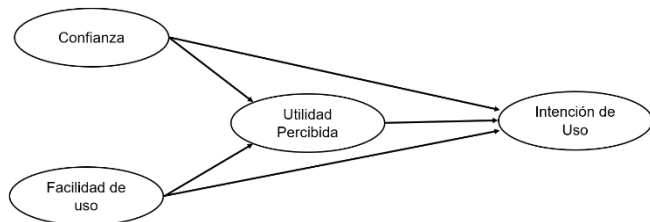
H6. La utilidad percibida media la relación entre confianza e intención de uso.

La mediación se sostiene en un mecanismo cognitivo: la confianza reduce incertidumbre y habilita una interpretación positiva del sistema, lo que incrementa la utilidad percibida; a su vez, esa utilidad se convierte en el argumento instrumental que empuja la intención. En fintech, la confianza puede ser condición necesaria pero no suficiente: el usuario puede “confiar” sin percibir un beneficio concreto, por lo que la utilidad percibida actúa como canal por el cual la confianza se transforma en intención real. Evidencia reciente plantea explícitamente este papel mediador de PU en servicios de e-wallet, destacando que tanto confianza como facilidad de uso influyen en intención “a través” de utilidad, especialmente en adopción de servicios financieros digitales [13], [18]. Además, estudios de adopción de e-wallet muestran que la intención se

explica mejor cuando se incorpora el encadenamiento cognitivo entre creencias de confianza y evaluaciones de beneficio funcional [27], [35].

H7. La utilidad percibida media la relación entre facilidad de uso e intención de uso.

La mediación PEOU→PU→Intención es un postulado central del TAM: la facilidad de uso incrementa utilidad



percibida y esta impulsa intención. En billeteras digitales, un sistema intuitivo permite al usuario experimentar beneficios de forma inmediata (transferencias rápidas, pagos simples), elevando utilidad y, con ello, intención. La literatura reciente en e-wallet acceptance confirma que PEOU es un antecedente potente de PU y que PU es el conductor principal de intención, configurando una mediación parcial o total según contexto [27], [30]. En estudios aplicados de adopción de e-wallet y pagos digitales, se reportan resultados congruentes con mediaciones donde el valor funcional emerge como el canal que traduce la experiencia de facilidad en decisión intencional [12], [38].

Fig. 1 Modelo conceptual de la Investigación

II. METODOLOGÍA

El estudio se desarrolló con enfoque cuantitativo, debido a que se buscó estimar magnitudes de relación y contrastar hipótesis estructurales entre constructos latentes mediante modelamiento de ecuaciones estructurales. El nivel fue explicativo, dado que se evaluaron efectos directos entre confianza, facilidad de uso, utilidad percibida e intención de uso, así como efectos indirectos (mediaciones) para explicar el mecanismo por el cual los antecedentes impactaron la intención.

El diseño fue no experimental y transversal, porque las variables no fueron manipuladas y la medición se realizó en un único momento temporal durante el periodo de recolección, permitiendo capturar percepciones y disposiciones conductuales vigentes en los participantes. Este diseño fue coherente con investigaciones recientes de adopción de e-wallet y fintech que modelan intención como resultado de creencias cognitivas y socio-psicológicas en un corte único, especialmente cuando el objetivo es explicar intención y no cambios longitudinales.

La unidad de análisis estuvo conformada por estudiantes universitarios pertenecientes a la Generación Z. La población estuvo integrada por estudiantes matriculados en universidades de la región Lambayeque, Perú. Se consideró como Generación Z a estudiantes nacidos aproximadamente entre 1997 y 2012, y en términos operativos se trabajó con universitarios de 18 a 26 años, por ser el rango típicamente observado en pregrado y compatible con criterios de mayoría de edad y consentimiento informado en encuestas virtuales.

El muestreo fue de tipo no probabilístico, debido a restricciones de marco muestral completo interuniversitario y a la naturaleza virtual de la aplicación del instrumento. Se empleó un procedimiento de muestreo intencional, asegurando que los participantes cumplieran condiciones mínimas para responder con conocimiento del fenómeno. Los criterios de inclusión contemplaron: ser estudiante universitario activo en Lambayeque, pertenecer a Generación Z según el rango operativo, contar con smartphone y acceso a internet, y haber usado o estar familiarizado con billeteras digitales para transferencias o pagos (al menos una experiencia de uso en los últimos tres meses, para reducir respuestas puramente hipotéticas). Los criterios de exclusión incluyeron: cuestionarios incompletos, patrones de respuesta inverosímiles (respuestas idénticas en todos los ítems), y no cumplir rango etario operativo. Tras aplicar criterios de inclusión y exclusión, la muestra final quedó en 388 participantes, consistentes con una potencia estadística adecuada para SEM-PLS con mediaciones y varios caminos estructurales. La recolección de datos se realizó de manera virtual entre octubre y diciembre 2025, mediante un cuestionario en línea distribuido en las diferentes universidades de Lambayeque.

El estudio empleó un cuestionario estructurado adaptado [39]. La confianza se midió con cinco ítems: “Confío en que la billetera digital cumple lo que promete al realizar pagos o transferencias”, “Considero que la billetera digital es confiable para manejar mis transacciones”, “Siento que la billetera digital actúa de manera honesta con sus usuarios”, “Creo que la billetera digital responde adecuadamente si ocurre un problema con una operación” y “Me da seguridad confiar en la billetera digital para operaciones cotidianas (pagar, transferir, recargar)”. La facilidad de uso se midió con cinco ítems: “Aprender a usar la billetera digital me resulta fácil”, “Interactuar con la billetera digital es claro y entendible”, “Realizar un pago o transferencia con la billetera digital me parece sencillo”, “Me resulta fácil encontrar las funciones que necesito dentro de la billetera digital” y “En general, usar la billetera digital requiere poco esfuerzo”. La utilidad percibida se midió con cinco ítems: “La billetera digital me ayuda a hacer pagos o transferencias más rápido”, “Usar la billetera digital mejora la forma en que manejo mis pagos del día a día”, “La billetera digital me resulta útil para resolver pagos o transferencias sin complicaciones”, “La billetera digital facilita mis actividades cotidianas (estudios, compras, movilidad, etc.)” y “En general, la billetera digital es una herramienta útil para

mí". Finalmente, la intención de uso se midió con cuatro ítems: "Tengo la intención de usar la billetera digital con frecuencia en los próximos meses", "Es probable que elija la billetera digital cuando necesite pagar o transferir dinero", "Planeo seguir usando (o empezar a usar) la billetera digital como método habitual" y "Recomendaría usar la billetera digital a personas cercanas de mi edad". Todas las afirmaciones se respondieron mediante una escala Likert de 5 puntos, donde 1 = totalmente en desacuerdo y 5 = totalmente de acuerdo.

El plan de análisis de datos se ejecutó mediante SEM con enfoque PLS, utilizando SmartPLS. El análisis se desarrolló en dos etapas: (1) evaluación del modelo de medición y (2) evaluación del modelo estructural. En el modelo de medición, se examinó la fiabilidad individual (cargas externas), consistencia interna (alfa de Cronbach, confiabilidad compuesta), validez convergente (AVE) y validez discriminante, empleando el índice HTMT, ampliamente recomendado para garantizar discriminación entre constructos en SEM-PLS [40].

En el modelo estructural, se evaluó: significancia de coeficientes de ruta mediante bootstrapping (Supuesto: 5,000 remuestreos), capacidad explicativa (R^2 de utilidad percibida e intención) y tamaños de efecto (f^2). La mediación de utilidad percibida (H6 y H7) se contrastó estimando efectos indirectos y su intervalo de confianza por bootstrapping, interpretando mediación cuando el efecto indirecto resultó significativo y coherente con la dirección hipotetizada. Se adoptó un nivel de significancia de 0.05 y se reportaron intervalos de confianza al 95% para rutas directas e indirectas, siguiendo práctica estándar en SEM-PLS con mediaciones.

Las consideraciones éticas se cumplieron mediante consentimiento informado digital antes de responder el cuestionario, enfatizando participación voluntaria, derecho a retiro en cualquier momento y ausencia de consecuencias académicas. Se aseguró anonimato (sin solicitar identificadores directos) y confidencialidad, utilizando datos únicamente con fines académicos.

III. RESULTADOS

Medición del modelo

La Tabla I evidencia que el modelo de medición presenta un desempeño psicométrico adecuado en PLS-SEM, en la medida en que los indicadores muestran una representación consistente de sus constructos y una estructura interna estable. En términos interpretativos, la magnitud de las cargas externas (mín.=0.647; máx.=0.935) indica que los ítems, en conjunto, capturan de forma sustantiva el contenido de las variables latentes, mientras que los niveles de consistencia interna (α =0.828–0.934; ρ_a =0.843–0.935; ρ_c =0.880–0.953) sostienen que los indicadores de cada constructo operan como un bloque coherente, reduciendo la probabilidad de medición errática. Asimismo, los valores de AVE (0.597–0.834)

confirman que cada constructo explica una proporción suficiente de la varianza de sus indicadores, lo que se traduce en validez convergente: el contenido medido se concentra en la variable latente y no está dominado por error. Finalmente, los VIF (1.355–4.718) se mantienen en rangos compatibles con ausencia de colinealidad problemática a nivel de indicador, lo cual favorece estimaciones estables y evita que la redundancia entre ítems distorsione los parámetros del modelo.

TABLA I
RESULTADOS DEL MODELO DE MEDICIÓN

Constructos	Código	Loadings	α	ρ_a	ρ_c	AVE	VIF
Confianza	CON1	0.777	0.887	0.888	0.917	0.69	1.88
	CON2	0.871					2.86
	CON3	0.861					2.60
	CON4	0.85					2.31
	CON5	0.789					1.92
Facilidad de Uso	PEOU1	0.762	0.828	0.843	0.88	0.597	1.81
	PEOU2	0.832					2.26
	PEOU3	0.863					2.27
	PEOU4	0.742					1.58
	PEOU5	0.647					1.36
Intención de Uso	IDU1	0.913	0.934	0.935	0.953	0.834	3.88
	IDU2	0.935					4.72
	IDU3	0.902					3.37
	IDU4	0.901					3.24
Utilidad Percibida	PU1	0.852	0.906	0.913	0.93	0.727	2.41
	PU2	0.823					2.33
	PU3	0.87					2.67
	PU4	0.834					2.34
	PU5	0.882					2.94

La Tabla II muestra que la validez discriminante se sostiene empíricamente mediante el criterio HTMT, lo que implica que los constructos representan dimensiones conceptuales diferenciadas y no intercambiables dentro del modelo. En términos sustantivos, los valores HTMT (mín.=0.644; máx.=0.810) se ubican por debajo del umbral conservador recomendado en PLS-SEM (Menor a 0.85), evidenciando que, aunque las variables se relacionan de manera teóricamente esperable, no presentan un solapamiento tal que sugiera que estén midiendo esencialmente el mismo fenómeno.

TABLA II
VALIDEZ DISCRIMINANTE: HTMT

	Confianza	Facilidad de uso	Intención de Uso	Utilidad Percibida
Confianza				
Facilidad de uso	0.810			
Intención de Uso	0.767	0.776		
Utilidad Percibida	0.726	0.685	0.644	

Modelo estructural

La Figura 2 sintetiza la lógica del modelo estructural y sugiere un desempeño explicativo relevante para el contexto analizado. Los coeficientes de determinación reportados (R^2 =0.468 y R^2 =0.582) indican que el conjunto de predictores incorporados explica una proporción significativa de la variabilidad de las variables endógenas, lo cual se interpreta

como una capacidad explicativa de magnitud moderada en PLS-SEM.

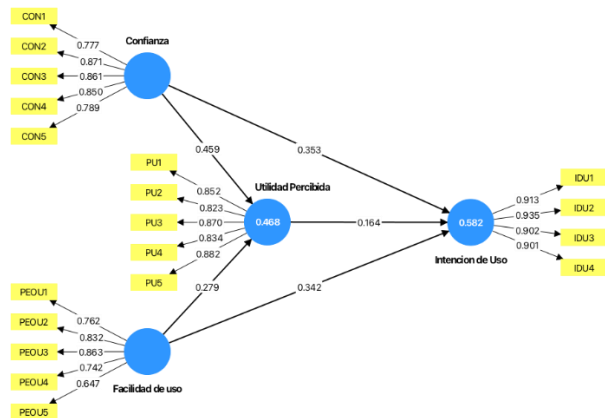


Fig. 2 Modelo estructural

La Tabla III confirma soporte empírico para todas las hipótesis y permite precisar el sentido y la magnitud de cada relación del modelo. La hipótesis H1, Confianza sobre Intención de uso, se respalda con un efecto directo positivo y estadísticamente significativo, lo que indica que mayores niveles de confianza se asocian con una mayor disposición a utilizar el sistema; el tamaño de efecto es pequeño a cercano a mediano, por lo que la confianza aporta una contribución relevante a la formación de la intención. La hipótesis H2, Confianza sobre Utilidad percibida, también se sostiene con un impacto directo positivo y significativo, y presenta el mayor aporte incremental entre los efectos del modelo, lo que sugiere que la confianza es un determinante central en la evaluación de utilidad del sistema. La hipótesis H3, Facilidad de uso sobre Intención de uso, se confirma con un efecto directo positivo y significativo, evidenciando que una interacción percibida como simple y poco demandante favorece la intención de uso; su tamaño de efecto es pequeño a cercano a mediano, lo que posiciona a la facilidad de uso como un predictor importante y comparable al impacto directo de la confianza sobre la intención. La hipótesis H4, Facilidad de uso sobre Utilidad percibida, se respalda con un efecto directo positivo y significativo, aunque con aporte incremental pequeño, indicando que la facilidad contribuye a percibir utilidad, pero su influencia es más limitada frente a la de la confianza en esa evaluación. La hipótesis H5, Utilidad percibida sobre Intención de uso, se sostiene con un efecto directo positivo y significativo, mostrando que la percepción de beneficios del sistema incrementa la disposición a usarlo; sin embargo, el tamaño de efecto es pequeño, lo que sugiere que, en este contexto, la intención se explica con mayor peso por la confianza y la facilidad de uso que por la evaluación estrictamente instrumental. Finalmente, las hipótesis de mediación H6 y H7 quedan confirmadas porque los efectos indirectos son positivos y significativos, lo que implica que parte de la influencia de la confianza y de la facilidad de uso se canaliza a través de la utilidad percibida; en términos interpretativos, la mediación es complementaria, ya que coexiste con efectos directos

significativos, indicando que la utilidad percibida actúa como mecanismo explicativo adicional sin sustituir la contribución directa de los antecedentes sobre la intención de uso.

TABLA III
COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Hipótesis	B	Valor P	f2	Resultados
H1: Confianza → Intencion de Uso	0.353	<0.001	0.126	Soportada
H2: Confianza → Utilidad Percibida	0.459	<0.001	0.201	Soportada
H3: Facilidad de uso → Intencion de Uso	0.342	<0.001	0.133	Soportada
H4: Facilidad de uso → Utilidad Percibida	0.279	<0.001	0.075	Soportada
H5: Utilidad Percibida → Intencion de Uso	0.164	0.001	0.034	Soportada
H6: Confianza → Utilidad Percibida → Intencion de Uso (indirecto)	0.075	0.009	—	Soportada
H7: Facilidad de uso → Utilidad Percibida → Intencion de Uso (indirecto)	0.046	0.003	—	Soportada

IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los hallazgos muestran que la intención de uso de billeteras digitales en universitarios de la Generación Z se sostiene principalmente en una combinación de creencias de seguridad y de experiencia de uso, más que en la sola disponibilidad tecnológica. En primer término, este resultado se entiende en un entorno donde la digitalización de pagos minoristas reconfigura prácticas cotidianas y eleva la relevancia de la trazabilidad y la eficiencia transaccional [1]. Asimismo, el protagonismo de las billeteras digitales como canal para transferencias inmediatas y pagos en comercios vuelve plausible que el usuario evalúe simultáneamente conveniencia y riesgo antes de decidir su uso sostenido [2]. En consonancia con la evidencia sobre adopción, la interacción entre evaluaciones cognitivas y socio psicológicas sigue siendo decisiva para explicar por qué un segmento intensivo en smartphone no adopta de forma automática cuando el servicio involucra dinero y datos personales [3], [4].

En particular, la confianza aparece como un factor estructurante porque orienta la lectura que el usuario hace del sistema en términos de competencia, integridad y previsibilidad, atributos centrales en servicios financieros digitales [33]. No obstante, más allá de elevar la disposición a usar, la confianza también fortalece la utilidad percibida al desplazar el foco desde el temor a fraudes o fallas hacia los beneficios funcionales de la herramienta, lo que coincide con enfoques contemporáneos que integran confianza dentro de extensiones del TAM en entornos fintech [13]. Esta dinámica resulta especialmente pertinente en Perú, donde la masificación de billeteras y la interoperabilidad incrementan oportunidades de uso, pero también amplifican la sensibilidad a incidentes operativos o a dudas sobre protección de datos, lo que puede erosionar rápidamente la intención si no existen señales claras

de resguardo [6]. En ese marco, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP reporta una mayor presencia de billeteras en grupos jóvenes, lo que refuerza la pertinencia de comprender por qué la tenencia no siempre se traduce en intención sostenida de uso [7].

Asimismo, la facilidad de uso contribuye a la explicación al actuar como habilitador de beneficios: cuando la interacción se percibe clara, estable y de baja carga cognitiva, el usuario transforma más rápido la funcionalidad disponible en una evaluación de utilidad para su vida cotidiana. Esta relación se alinea con el núcleo del Technology Acceptance Model, que plantea que el esfuerzo percibido condiciona la formación de utilidad y, con ello, la aceptación [31]. En estudios de billeteras y pagos móviles, la facilidad suele reforzar la percepción de rapidez, control y conveniencia, porque reduce fricciones en tareas frecuentes como transferir, pagar o verificar operaciones [30]. Por el contrario, cuando la experiencia presenta pasos confusos, caídas o tiempos inconsistentes, la utilidad tiende a diluirse aunque el servicio sea masivo, lo cual es coherente con la sensibilidad de la cohorte Gen Z ante micro fricciones en la experiencia digital [4].

En cuanto a la utilidad percibida, los resultados confirman que sigue siendo un motor relevante de la intención, aunque en este contexto su peso relativo se entiende mejor como parte de un mecanismo más amplio donde confianza y facilidad sostienen la decisión de uso por rutas simultáneas. En consonancia con revisiones recientes, la utilidad se mantiene como predictor robusto de intención en tecnologías de pago por su conexión directa con desempeño cotidiano y conveniencia [17]. No obstante, en escenarios donde la oferta ya está extendida y las funcionalidades son similares entre proveedores, la intención puede depender con más fuerza de la seguridad sentida y de la ausencia de fricción, antes que de redescubrir beneficios básicos que el usuario da por sentados [18]. Esta interpretación también dialoga con el argumento de que, aun con infraestructura y conectividad, la apropiación activa no se garantiza si persisten dudas sobre fiabilidad o si la experiencia no se percibe fluida [26].

Un aporte central del modelo es que la utilidad percibida funciona como canal explicativo adicional, al transmitir parte del efecto de la confianza y de la facilidad hacia la intención. En primer término, esto sugiere que construir confianza no solo influye por tranquilidad psicológica, sino porque habilita que el usuario reconozca valor funcional y lo integre a su rutina, tal como se ha observado en investigaciones sobre adopción fintech que destacan la utilidad como puente cognitivo [13]. Asimismo, la mediación asociada a la facilidad refuerza la lógica de que una experiencia simple acelera la extracción de beneficios y convierte esa ganancia percibida en disposición conductual [31]. En suma, la intención emerge como una decisión pragmática y preventiva a la vez: el usuario adopta cuando percibe que le sirve y, simultáneamente, que el sistema es confiable y fácil de operar en condiciones reales de uso [12].

En suma, el estudio concluye que la intención de uso de billeteras digitales en universitarios de la Generación Z en Lambayeque se explica por un esquema integrado donde la confianza y la facilidad de uso actúan como impulsores centrales, mientras que la utilidad percibida funciona como mecanismo que refuerza y canaliza parte de su influencia, confirmando la pertinencia de un TAM extendido para contextos fintech. Asimismo, los hallazgos sugieren que la masificación e interoperabilidad del ecosistema no garantizan por sí mismas un uso sostenido, porque la decisión de uso depende de que el usuario perciba seguridad e integridad del sistema y, a la vez, una experiencia operativa fluida y de bajo esfuerzo, en consonancia con la evidencia sobre adopción de pagos digitales y el papel crítico de la confianza cuando se gestionan dinero y datos. No obstante, al ubicarse en un contexto peruano de rápido crecimiento de operaciones e interoperabilidad, las implicancias prácticas apuntan a priorizar señales verificables de protección, respuesta ante incidencias y optimización de la experiencia de usuario para consolidar valor percibido y sostener la disposición conductual en jóvenes, tal como sugieren los reportes del sistema de pagos y la evolución reciente del mercado.

V. RECOMENDACIONES

En función al objetivo general, se propone como recomendación a las entidades bancarias, reguladores del sistema de pagos y autoridades universitarias que articulen una estrategia conjunta centrada en fortalecer la confianza y simplificar la experiencia de usuario, complementándola con acciones que hagan explícitos beneficios funcionales para la vida universitaria (rapidez, control y conveniencia en pagos y transferencias). Si no se implementa una intervención integrada, la intención de uso puede mantenerse inestable pese a la masificación e interoperabilidad, incrementando el uso esporádico, la migración entre plataformas y la sensibilidad a eventos que erosionen la confianza, como fallas operativas o percepción de riesgo por privacidad y fraude. En cambio, si se aplica, se espera consolidar la intención de uso al aumentar la percepción de seguridad e integridad del sistema, reducir fricciones en operaciones frecuentes y elevar la utilidad percibida como puente cognitivo que refuerza la disposición conductual, promoviendo un uso más habitual y sostenido en el segmento universitario.

En función a las limitaciones del estudio y a la necesidad de profundizar la evidencia, se propone como recomendación a investigadores y unidades de investigación universitaria que desarrollen estudios longitudinales y comparativos e incorporación de métricas, incluyendo variables adicionales como riesgo percibido, experiencia previa con incidentes, influencia social y condiciones facilitadoras. Al realizar estas investigaciones, se espera robustecer la validez externa de los hallazgos, comprender mejor cómo evoluciona la intención de uso ante cambios del ecosistema y generar recomendaciones

más específicas para optimizar seguridad, usabilidad y valor percibido en contextos universitarios.

REFERENCIAS

- [1] Dr. D. Monisha, "Navigating the Future of Digital Payments: Key Trends, Opportunities and Challenges," *Int. J. Res. Appl. Sci. Eng. Technol.*, vol. 12, no. 11, pp. 1312–1314, Nov. 2024, doi: 10.22214/ijraset.2024.65357.
- [2] W. Ahmed, O. Farooq, and R. Shahzaib, "The Rise of Digital Wallets: Customer Trust, Security Concerns, and Adoption in Retail Transactions," *Inverge Journal of Social Sciences*, vol. 4, no. 3, pp. 337–350, Sep. 2025, doi: 10.63544/ijss.v4i3.171.
- [3] N. Fadilah and N. Andriani, "Consumer Preferences and Decision-Making in Digital Payments: A Systematic Review Using the Technology Acceptance Model (TAM)," *Asian Journal of Management Analytics*, vol. 4, no. 2, pp. 531–546, Apr. 2025, doi: 10.55927/ajma.v4i2.14295.
- [4] T. Pham, N.-Y. N. Hoang, and H.-N. Do, "The 'e-Wallet Generation': How Barriers and Promoting Factors Influence Intention to Use," *The Review of Socionetwork Strategies*, vol. 15, no. 2, pp. 413–427, Nov. 2021, doi: 10.1007/s12626-021-00088-3.
- [5] R. Kumar, "Achieving Sustainability in India Through Modern Payment System: An Empirical Study," *American Journal of Economics and Business Innovation*, vol. 3, no. 1, pp. 92–99, Feb. 2024, doi: 10.54536/ajebi.v3i1.2411.
- [6] C. F. Libaque-Saenz, C. Ortega, M. Rodríguez-Serra, M. Chong, and S. López-Puente-de-la-Vega, "The role of interoperability and inter-side benefits on merchants' e-wallet adoption: the case of Peruvian nanostores," *Industrial Management & Data Systems*, vol. 124, no. 1, pp. 64–84, Jan. 2024, doi: 10.1108/IJMD-04-2023-0238.
- [7] CMIF, "Reporte de la Política Nacional de Inclusión Financiera del Perú," 2024. Accessed: Jan. 29, 2026. [Online]. Available: https://www.sbs.gob.pe/Portals/0/Reporte%20Semestral%202024%20-%20II.pdf?utm_source
- [8] A. N. Fajar and P. N. Fanuel, "Investigating the drivers of digital wallet adoption in developing countries: Indonesia perspective," 2024, p. 020019. doi: 10.1063/5.0205235.
- [9] N. del P. Pizzan-Tomanguillo *et al.*, "Evolution and Trends in Digital Wallet Research: A Bibliometric Analysis in Scopus and Web Of Science," Aug. 27, 2024, doi: 10.20944/preprints202408.1846.v1.
- [10] L. Mada, "The Rise of Mobile Payment Systems, Digital Wallets: Successes, Security and Challenges," *European Journal of Computer Science and Information Technology*, vol. 13, no. 10, pp. 137–152, Mar. 2025, doi: 10.37745/ejesit.2013/vol13n10137152.
- [11] D. Aloumi, S. Malik, A. Alkhaldi, and P. O. de Pablos, "Factors Influencing Consumer Interactions With FinTech Services," 2024, pp. 239–258. doi: 10.4018/979-8-3693-5673-9.ch010.
- [12] Y. Tian and T. Chan, "Predictors of Mobile Payment Use Applications from the Extended Technology Acceptance Model: Does Self-Efficacy and Trust Matter?," *Sage Open*, vol. 14, no. 4, Oct. 2024, doi: 10.1177/21582440241292525.
- [13] A. Matar and A. Aloqaily, "The mediating influence of perceived usefulness on consumer behaviour towards driving e-wallet adoption in Jordan," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 11, no. 4, p. 100651, Dec. 2025, doi: 10.1016/j.joitmc.2025.100651.
- [14] A. Mangal, "India's Glorious Success in UPI Adoption: What is Working, What is Not and What Can be Done Better?," *International Journal For Multidisciplinary Research*, vol. 7, no. 3, May 2025, doi: 10.36948/ijfmr.2025.v07i03.45688.
- [15] J. Sutticherchart and S. Rakthin, "Determinants of digital wallet adoption and super app: A review and research model," *Management & Marketing*, vol. 18, no. 3, pp. 270–289, Sep. 2023, doi: 10.2478/mmcks-2023-0015.
- [16] V. Kumar, N. Nim, and A. Agarwal, "Platform-based mobile payments adoption in emerging and developed countries: Role of country-level heterogeneity and network effects," *J. Int. Bus. Stud.*, vol. 52, no. 8, pp. 1529–1558, Oct. 2021, doi: 10.1057/s41267-020-00346-6.
- [17] V. Jain and N. Jain, "From Cash to Clicks: A Systematic Review of Digital Payment Adoption Using the ADO Framework," *NMIMS Management Review*, vol. 32, no. 4, pp. 277–291, Dec. 2024, doi: 10.1177/09711023241312523.
- [18] T. Appiah and V. Agblewornu, "The interplay of perceived benefit, perceived risk, and trust in Fintech adoption: Insights from Sub-Saharan Africa," *Heliyon*, vol. 11, no. 2, p. e41992, Jan. 2025, doi: 10.1016/j.heliyon.2025.e41992.
- [19] C. Giraldo, I. Giraldo-Salazar, N. Peña-García, and M. Losada-Otálora, "The adoption of fast payment systems (FPS) in Latin America: the role of financial literacy and cash-related beliefs," *International Journal of Bank Marketing*, vol. 43, no. 3, pp. 615–643, Feb. 2025, doi: 10.1108/IJBM-04-2024-0224.
- [20] V. del C. Espinoza-Loyza, G. del C. Palacio-Valdivieso, and A. M. Quichimbo Sanmartín, "Análisis generacional de los factores que influyen en la intención de uso de la billetera electrónica en la ciudad de Loja," *593 Digital Publisher CEIT*, vol. 10, no. 3, pp. 851–861, May 2025, doi: 10.33386/593dp.2025.3.3179.
- [21] V. Azevedo, S. A. Garbay Flores, R. Vlaicu, and A. M. Zárate Moreno, "Beyond Cash: The Digital Payments Revolution in Latin America and the Caribbean," Washington, D. C., Sep. 2025. doi: 10.18235/0013688.
- [22] F. A. Ramos Zaga, "Factores de uso y adopción de las billeteras digitales en el Perú," *Newman Business Review*, vol. 8, no. 1, pp. 83–106, Jun. 2022, doi: 10.22451/3002.nbr2022.vol8.1.10073.
- [23] BCRP, "Estrategia de Interoperabilidad de los Pagos Minoristas en Perú: Principales Avances al Primer Semestre del 2025," Jul. 2025. Accessed: Jan. 29, 2026. [Online]. Available: https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sistema-Pagos/articulos/estrategia-de-interoperabilidad-2025-1.pdf?utm_source
- [24] BCRP, "Reporte del Sistema Nacional de Pagos y del Sector Fintech en Perú - Setiembre 2024," Sep. 2024. Accessed: Jan. 29, 2026. [Online]. Available: https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/reportes-del-sistema-nacional-de-pagos/2024/setiembre/rspf-setiembre-2024.pdf?utm_source
- [25] F. A. Ramos Zaga, "dinero electrónico como herramienta clave para promover la inclusión financiera," *Iberoamerican Business Journal*, vol. 7, no. 1, pp. 24–46, Jul. 2023, doi: 10.22451/5817.ijb2023.vol7.1.11075.
- [26] INEI, "Telecomunicación II," 2024. Accessed: Jan. 29, 2026. [Online]. Available: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib2027/cap02.pdf?utm_source
- [27] M. Yang, A. Mamun, M. Mohiuddin, N. Nawi, and N. Zainol, "Cashless Transactions: A Study on Intention and Adoption of e-Wallets," *Sustainability*, vol. 13, no. 2, p. 831, Jan. 2021, doi: 10.3390/su13020831.
- [28] R. Kamis, S. Ismail, H. Harun, A. H. Awang, and M. I. Abidin, "E-Wallets Unplugged: Navigating Benefits and Challenges in a Post-Pandemic World," *Information Management and Business Review*, vol. 16, no. 4(S)I, pp. 1–8, Nov. 2024, doi: 10.22610/imbr.v16i4(S)I.4266.
- [29] O. Tounekti, A. Ruiz-Martínez, and A. Skarmeta, "Research in Electronic and Mobile Payment Systems: A Bibliometric Analysis," *Sustainability*, vol. 14, no. 13, p. 7661, Jun. 2022, doi: 10.3390/su14137661.
- [30] M. Rosli, N. S. Saleh, A. Ali, and S. Abu, "Factors Determining the Acceptance of E-Wallet among Gen Z from the Lens of the Extended Technology Acceptance Model," *Sustainability*, vol. 15, no. 7, p. 5752, Mar. 2023, doi: 10.3390/su15075752.
- [31] F. Davis, "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology," *MIS Quarterly*, vol. 13, no. 3, pp. 319–340, Sep. 1989, doi: 10.2307/249008.
- [32] D. Gefen, E. Karahanna, and D. Straub, "Trust and TAM in Online Shopping: An Integrated Model," *MIS Quarterly*, vol. 27, no. 1, pp. 51–90, Mar. 2003, doi: 10.2307/30036519.

- [33] J. Saveljeva and T. Volkova, "A Survey on Digital Trust: Towards a Validated Definition," Apr. 14, 2025. doi: 10.20944/preprints202504.1110.v1.
- [34] R. Manrai and K. P. Gupta, "Integrating UTAUT with Trust and Perceived Benefits to Explain User Adoption of Mobile Payments," 2020, pp. 109–121. doi: 10.1007/978-981-15-3647-2_9.
- [35] U. Chawla, R. Mohnot, H. Singh, and A. Banerjee, "The Mediating Effect of Perceived Trust in the Adoption of Cutting-Edge Financial Technology among Digital Natives in the Post-COVID-19 Era," *Economies*, vol. 11, no. 12, p. 286, Nov. 2023, doi: 10.3390/economies11120286.
- [36] N. Rubiyanti, A. F. Abu Sujak, P. N. Madiawati, F. Nurutami, R. R. bt Raja Razali, and Syahputra, "Perceived Usefulness: A Bibliometric Visualization," in *2023 International Conference on Digital Business and Technology Management (ICONDBTM)*, IEEE, Aug. 2023, pp. 1–6. doi: 10.1109/ICONDBTM59210.2023.10327098.
- [37] V. Venkatesh, M. Morris, G. Davis, and F. Davis, "User Acceptance of Information Technology: Toward A Unified View1," *MIS Quarterly*, vol. 27, no. 3, pp. 425–478, Sep. 2003, doi: 10.2307/30036540.
- [38] N. Che *et al.*, "The path to sustainability begins with going paperless: Antecedents of intention to use electronic wallet using serial mediation approach," *Heliyon*, vol. 10, no. 2, p. e24127, Jan. 2024, doi: 10.1016/j.heliyon.2024.e24127.
- [39] A. Matar and A. N. Aloqaily, "The mediating influence of perceived usefulness on consumer behaviour towards driving e-wallet adoption in Jordan," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, vol. 11, no. 4, p. 100651, Dec. 2025, doi: 10.1016/j.joitmc.2025.100651.
- [40] C. Fornell and D. Larcker, "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, vol. 18, no. 1, p. 39, Feb. 1981, doi: 10.2307/3151312.