

FACTORES QUE INFLUYEN EN EL USO DE APLICACIONES MÓVILES DE INSTITUCIONES FINANCIERAS MEDIANTE SMARTPHONE Y SU COMPARACIÓN ENTRE LAS CIUDADES DE ARICA (CHILE) Y TACNA (PERÚ)

FACTORS THAT INFLUENCE THE USE OF MOBILE APPLICATIONS OF FINANCIAL INSTITUTIONS BY SMARTPHONE AND ITS COMPARISON BETWEEN THE CITIES OF ARICA (CHILE) AND TACNA (PERU).

Jorge Bernal Peralta¹
Luis Espinoza Villalobos²
Ernesto Leo Rossi³
Luis Quiñones Baraybar⁴
Giomar Moscoso Zegarra⁵

¹ Doctor en Financiación e Investigación Comercial (UAM-España), académico de la Escuela Universitaria de Administración y Negocios de la Universidad de Tarapacá (Arica-Chile). E-mail: jbernal@uta.cl

² Maestría en Administración y Negocios (NBR-Perú), académico de la Escuela de Postgrado Neumann Business School (Tacna-Perú)

³ Magister en Dirección y Gestión de Empresas (UTA-Chile), académico de la Escuela de Postgrado Neumann Business School (Tacna-Perú)

⁴ Magister en Dirección y Gestión de Empresas (UTA-Chile), académico de la Escuela de Postgrado Neumann Business School (Tacna-Perú)

⁵ Maestro en Ciencias Sociales con mención en Contabilidad (UNJB-Perú), académico de la Escuela de Postgrado Neumann Business School (Tacna-Perú)

RESUMEN

Las instituciones financieras han adoptado cambios importantes dentro de sus procesos internos y externos debido al avance tecnológico, viéndose obligados a invertir en plataformas tecnológicas que permitan mejorar la atención de sus clientes. Lo anterior, permitió el desarrollo de aplicaciones móviles (App) en Smartphone para ofrecer la mayoría de sus servicios a sus clientes en el menor tiempo posible y sin necesidad de traslado a sus oficinas corporativas.

Por tanto, este estudio tiene por finalidad determinar los factores que influyen en el uso de aplicaciones móviles de las instituciones financieras mediante la utilización de Smartphone. Esta investigación se realizó en las ciudades de Tacna (Perú) y Arica (Chile). Es un estudio muestral que utilizó como instrumentos de medición encuestas a los usuarios de Arica y Tacna, y entrevistas semi-estructuradas a los directivos de las instituciones financieras. Para ello se utilizó el modelo TAM (Modelo de Aceptación Tecnológica) que permitió identificar los factores que inciden en los clientes o usuarios en la utilización de dichas App.

Esta investigación permitió demostrar que los factores que más influyen en el uso de aplicaciones móviles son: facilidad de uso percibida (FU), utilidad percibida (UP), compatibilidad del estilo de vida (EV), innovación personal hacia las tecnologías de la información (IP) y del interés de aceptación y uso de nuevas tecnologías (IU), tanto para los usuarios peruanos como chilenos. Por último, destacar que el uso de App es mayor en los clientes chilenos que peruanos.

ABSTRACT

Financial institutions have adopted necessary changes within their internal and external processes due to technological progress, being forced to invest in technological platforms that allow improving customer service. These changes enabled the development of mobile applications (App) in Smartphone to offer the majority of its services to its customers in the

shortest possible time and without the need to move to its corporate offices.

Therefore, this study aims to determine the factors that influence the use of mobile applications of financial institutions through the use of smartphones. This research was carried out in the cities of Tacna (Peru) and Arica (Chile). It is a sample study that used surveys as measurement tools for Arica and Tacna users, and semi-structured interviews with executives of financial institutions. To this end, the TAM model (Technological Acceptance Model) was used, which allowed identifying the factors that affect customers or users in the use of said App.

This research allowed us to demonstrate that the factors that most influence the use of mobile applications are: perceived ease of use (FU), perceived utility (UP), lifestyle compatibility (EV), personal innovation towards information technologies (IP) and the interest of acceptance and use of new technologies (IU), both for Peruvian and Chilean users. Finally, note that the use of App is greater in Chilean customers than in Peru.

PALABRAS CLAVE

Aplicación móvil, instituciones financieras, nuevas tecnologías, Smartphone.

KEY WORDS

Mobile application, financial institutions, new technologies, Smartphone.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Azofra, V., & Santamaría, M. (2004). El gobierno de las cajas de ahorro españolas. *Universia Business Review*, 1(2), 48-58.
- Baek, J., Kang, S., & Cha, H. (2013). Smartphone Banking: The Factors Influencing the Intention to Use. *KSII Transactions on Internet and Information Systems*, 7(5), 1213-1235.
- Gamal, M., & Gebba, T. (2013). Mobile Banking Adoption: An Examination of Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior. *International Journal of Business Research and Development*, 2(1), 35-50.
- Ng Picoto, W., Bélanger, F., & Palma-Dos-Reis, A. (2014). An organizational perspective on m-business: usage factors and value determination. *European Journal of Information Systems*, 23(5), 571-592.
- Pinto, A. L. (2016). El dinero electrónico y las Cajas Municipales. *El Microfinanciero*, 11-12.
- Treviño, F., & Millán, O. A. (2007). La Influencia de la Telefonía Celular en el Entorno Social de los Jóvenes Universitarios de Tampico Tamaulipas (Mexico). *Comunicación e Juventude*, 211-228.
- Yamakawa, P., Guerrero, C., & Rees, G. (2013). Factores que influyen en la utilización de los servicios de la Banca Móvil en Perú. *Universidad y Empresa*, 15(25), 131-149.