

FACTORES DETERMINANTES DE LA ACEPTACIÓN TECNOLÓGICA DEL E-COMMERCE EN PAÍSES EMERGENTES

Juan Fernando Tavera

Departamento de Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia,
jftavera@economicas.udea.edu.co

Beatriz E. Londoño

Departamento de Ciencias Administrativas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Antioquia,
belondono@economicas.udea.edu.co

Resumen

Los modelos TAM (Modelo de Aceptación de Tecnologías) y TPB (Teoría del Comportamiento Planificado) han sido ampliamente utilizados para explicar el comportamiento de aceptación tecnológica de los usuarios de los servicios electrónicos, sin embargo pocos estudios han hecho uso integrado de los dos modelos. El presente trabajo propone un modelo teórico que integra ambos junto con los constructos de seguridad, confianza e "*innovativeness*" para explicar el fenómeno de la aceptación tecnológica del *e-Commerce* en países emergentes, en los cuales los usuarios conocen de la existencia de la tecnología pero no poseen total acceso a ella dadas las tasas de penetración. El modelo teórico fue contrastado empíricamente con una muestra de 497 usuarios del Área Metropolitana de la ciudad de Medellín, posteriormente se desarrolló un Análisis Factorial Confirmatorio para garantizar la fiabilidad y validez del modelo de medida y luego se procedió a estimar el modelo definitivo mediante sistemas de ecuaciones estructurales.

Los resultados permitieron evidenciar la pertinencia de los modelos TAM y TPB para explicar el comportamiento de adopción por parte de los usuarios del *e-Commerce*, confirmando que los constructos "norma subjetiva" y "control percibido" pertenecientes al TPB se constituyen en antecedentes relevantes de los constructos "utilidad percibida" y "facilidad de uso" del TAM, respectivamente. La "confianza percibida" se constituye en el principal antecedente directo de la "intención de usar el *e-Commerce*".

El estudio realizado contribuye al cierre de la brecha existente en la investigación de los países emergentes acerca de la aceptación de tecnologías, especialmente del comercio electrónico, en relación a la existente en los países en desarrollo.

Palabras clave. TAM, TPB, Aceptación tecnológica, e-Commerce, ecuaciones estructurales.