



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

INGENIERO EN ADMINISTRACION DE
BANCA Y FINANZAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Percepción del uso de los corresponsales no bancarios (CNB) en
la provincia de Loja, cantón Paltas, año 2019

Autora: Mendoza Calva, Rocío Nathaly

Directora: Espinoza Loayza, Viviana del Cisne

LOJA - ECUADOR

2020



Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

2020

Loja, 20 de julio de 2020

Doctora

Elizabeth Salas T.

COORDINADORA DE TITULACIÓN EN BANCA Y FINANZAS

Presente. -

De mi consideración:

Por medio del presente en mi calidad de directora de tesis del trabajo de titulación: Innovación bancaria en la provincia de Loja, enfoque en los corresponsales no bancarios en el cantón Paltas, año 2019, de autoría de la estudiante Mendoza Calva Rocío Nathaly; me permito indicar que el trabajo de fin de titulación se encuentra terminado, revisado y debidamente aprobado por su director.

Por lo antes indicado se solicita su autorización para que el TFT de la estudiante Mendoza Nathaly sea remitido a tribunal para su correspondiente revisión, de acuerdo a los procesos internos establecidos.

Sin otro particular que informar, suscribo de usted reiterando mis sentimientos de estima y consideración personal.

Atentamente,



Viviana del Cisne Espinoza Loayza

Declaración de autoría y cesión de derechos

“Yo, Rocío Nathaly Mendoza Calva, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

- Ser autora del Trabajo de Titulación denominado: Percepción del uso de los corresponsales no bancarios (CNB) en la provincia de Loja, cantón Paltas, año 2019, de la Titulación de Banca y Finanzas, específicamente de los contenidos comprendidos en: Introducción, Capítulo 1. Marco teórico de la pobreza y referencial acerca de innovación financiera y modelo de aceptación tecnológica, Capítulo 2. Caracterización Territorial del cantón Paltas. Estructura del sistema bancario del cantón Paltas, Capítulo 3. Metodología y discusión de resultados y finalmente, Conclusiones y Recomendaciones, siendo la Mgtr. Viviana del Cisne Espinoza Loayza, directora del presente trabajo; y, en tal virtud, eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones judiciales o administrativas, en relación a la propiedad intelectual. Además, ratifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo son de mi exclusiva responsabilidad.
- Que mi obra, producto de mis actividades académicas y de investigación, forma parte del patrimonio de la Universidad Técnica Particular de Loja, de conformidad con el artículo 20, literal j), de la Ley Orgánica de Educación Superior; y, artículo 91 del Estatuto Orgánico de la UTPL, que establece: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.
- Autorizo a la Universidad Técnica Particular de Loja para que pueda hacer uso de mi obra con fines netamente académicos, ya sea de forma impresa, digital y/o electrónica o por cualquier medio conocido o por conocerse, sirviendo el presente instrumento como la fe de mi completo consentimiento; y, para que sea ingresada al Sistema Nacional de Información

de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, en cumplimiento del artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'R. Mendoza Calva', is shown within a light blue rectangular box.

Rocío Nathaly Mendoza Calva

C.I.: 1105806234

Dedicatoria

A mis padres Marco y Mélida quienes han sido mi pilar fundamental en todo este proceso, quienes con esfuerzo, amor y paciencia me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más, por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y dedicación, de humildad y valentía, de no temer a las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

A mis hermanos Daniel y Andrea por haberle dado luz a mi vida y porque gracias a su ejemplo de responsabilidad, perseverancia y dedicación podre ser un ejemplo para mi hijo.

A mi novio Alexander y mi hijo Thiago porque siempre han estado junto a mí y brindándome su apoyo durante estos 5 años de carrera, por ser un gran amigo, que junto a sus ideas hemos pasado momentos inolvidables y unos de los seres más importantes en mi vida.

A toda mi familia, abuelitos, tíos y primos porque con sus consejos y palabras de aliento hicieron de mí una mejor persona y de una u otra forma me acompañan en todos mis sueños y metas.

A mis amigos, por su sincera y bonita amistad, ya que han sido mi apoyo incondicional en los momentos de debilidad, por brindarme su amor y amistad. Para todos ellos, la gratitud y esta tesis que es el resultado de un trabajo cumplido y convertido en realidad.

Nathaly

Agradecimiento

Primeramente, agradezco a Dios por haberme bendecido dándome la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia y ser la fortaleza en aquellos momentos de debilidad y dificultad.

A mis padres Marco y Mélida por ser los principales promotores de este sueño, por sacrificarse, por confiar y creer en mis expectativas, por sus consejos, valores y principios inculcados.

A mis hermanos Daniel, Andrea, mi novio Alex y mi hijo Thiago, por su apoyo incondicional por demostrar la gran confianza que tiene en mí.

A los docentes del área de Banca y Finanzas de la Universidad Técnica Particular de Loja, por haber compartido sus conocimientos dentro de las aulas a lo largo de la preparación de mi profesión.

De manera especial, a la Mt. Viviana del Cisne Espinoza tutora del proyecto de investigación quien me ha guiado con su paciencia y su dedicación como docente, convirtiéndose así en un pilar fundamental en este proyecto y dejando una huella de superación y dedicación en mi futura vida profesional.

Nathaly

Índice de Contenidos

| | |
|---|----|
| Introducción..... | 3 |
| Capítulo I. Marco Teórico y Referencial..... | 6 |
| 1.1. Innovación | 6 |
| 1.1.1. <i>Antecedentes, conceptos, importancia y clasificación</i> | 8 |
| 1.1.1.1. Antecedentes..... | 8 |
| 1.1.1.2. Otros conceptos de innovación bancaria..... | 9 |
| 1.1.1.3. Importancia de innovación bancaria..... | 11 |
| 1.1.1.4. Relevancia de la innovación financiera o bancaria..... | 12 |
| 1.1.1.5. Innovación bancaria tecnológica..... | 13 |
| 1.1.2. <i>Clasificación</i> | 14 |
| 1.1.3. <i>Innovación financiera</i> | 17 |
| 1.1.3.1. Canales de Atención..... | 18 |
| 1.1.3.2. Servicio al cliente..... | 20 |
| 1.1.3.3. Calidad del servicio..... | 20 |
| 1.1.3.4. Satisfacción de clientes de servicios..... | 21 |
| 1.1.3.5. Factores que influyen para la satisfacción del usuario..... | 22 |
| <i>El valor percibido</i> | 22 |
| <i>Expectativas</i> | 23 |
| <i>Niveles de satisfacción</i> | 23 |
| 1.1.3.6. Corresponsales no bancarios a nivel mundial..... | 24 |
| 1.1.3.7. Corresponsales no bancarios a nivel de la región..... | 25 |
| 1.1.3.8. Corresponsales no bancarios en Ecuador..... | 26 |
| <i>Dinámica de los establecimientos de Corresponsales no Bancarios (CNB) en Ecuador</i> | 26 |
| 1.1.4. <i>Casos de innovación financiera</i> | 29 |
| 1.1.4.1. Casos de innovación financiera en América Latina..... | 30 |

| | |
|---|----|
| <i>Banca Móvil y los subsidios de Familias en Acción – Colombia</i> | 30 |
| <i>Cajeros mediante teléfonos públicos en Colombia (Payphone Bank)</i> | 32 |
| <i>Proyectos de innovación financiera en Argentina</i> | 33 |
| <i>Innovación financiera en Brasil</i> | 34 |
| 1.1.4.2. <i>Caso de Innovación financiera en Ecuador</i> | 36 |
| <i>Dinero Electrónico en Ecuador y su impacto en la inclusión financiera</i> | 36 |
| <i>Digital Bank Quito</i> | 38 |
| 1.1.4.3. <i>Innovación financiera en la provincia de Loja</i> | 40 |
| <i>Kullki – Fintech</i> | 40 |
| 1.2. <i>Modelo de Aceptación Tecnológica</i> | 42 |
| 1.2.1. <i>Teorías de aceptación</i> | 43 |
| 1.2.1.1. <i>Tradiciones psicológicas que explican a la aceptación tecnológica</i> | 43 |
| 1.2.1.2. <i>Teoría de la conducta humana – TIB</i> | 44 |
| 1.2.1.3. <i>Teoría unificada de la aceptación del uso de la tecnología</i> | 45 |
| 1.2.1.4. <i>Teoría del Comportamiento Planificado – TPB</i> | 46 |
| 1.2.1.5. <i>Teoría de Acción razonada – TAR</i> | 46 |
| 1.2.2. <i>Modelo TAM</i> | 48 |
| 1.2.2.1. <i>Historia del TAM</i> | 48 |
| 1.2.2.2. <i>Lo que engloba el Modelo TAM</i> | 49 |
| <i>Utilidad percibida (PU)</i> | 49 |
| <i>Facilidad de uso percibida (PEoU)</i> | 50 |
| <i>Disfrute percibido (PD)</i> | 51 |
| 1.2.3. <i>Aplicaciones del Modelo TAM en el sistema bancario</i> | 52 |
| Capitulo II. <i>Caracterización Territorial Del Cantón Paltas</i> | 55 |
| 2.1. <i>Antecedentes e información general del cantón Paltas</i> | 55 |
| 2.1.1. <i>Datos generales del cantón Paltas</i> | 56 |
| 2.1.2. <i>Actividades económicas</i> | 57 |
| 2.1.2.1. <i>Sector agropecuario</i> | 58 |
| 2.1.2.2. <i>Agricultura</i> | 58 |

| | | |
|--|--|----|
| 2.1.2.3. | Producción ganadera | 58 |
| 2.1.3. | Indicadores sociales del cantón Paltas..... | 59 |
| 2.1.3.1. | Población del cantón..... | 59 |
| 2.1.3.2. | Población por edades y grupos étnicos..... | 60 |
| 2.1.3.3. | Educación..... | 61 |
| 2.1.3.4. | Salud..... | 61 |
| 2.1.4. | <i>Indicadores ámbito económico del cantón Paltas</i> | 62 |
| 2.1.4.1. | Empleo y trabajo..... | 62 |
| 2.1.4.2. | Población económica por rama de actividad..... | 63 |
| 2.2. | Estructura del sistema bancario del cantón Paltas | 65 |
| 2.2.1. | <i>Instituciones financieras</i> | 65 |
| 2.2.2. | <i>Número de entidades financieras en el cantón Paltas</i> | 65 |
| 2.3. | Canales de atención | 68 |
| 2.4. | Corresponsales no bancarios (CNB) del cantón Paltas..... | 70 |
| Capítulo III. Metodología y Discusión De Resultados..... | | 74 |
| 3.1. | Metodología..... | 74 |
| 3.1.1. | <i>Enfoque de investigación</i> | 74 |
| 3.1.2. | <i>Unidad de análisis</i> | 74 |
| 3.1.3. | <i>Técnicas e instrumento de recolección de datos</i> | 75 |
| 3.1.4. | <i>Población/muestra</i> | 76 |
| 3.2. | Análisis de resultados..... | 77 |
| 3.2.1. | <i>Datos demográficos</i> | 79 |
| 3.2.2. | <i>Análisis de percepción de los paltenses</i> | 85 |
| Conclusiones..... | | 97 |
| Recomendaciones..... | | 98 |
| Referencias..... | | 99 |

Índice de Ilustración

| | |
|---|----|
| Ilustración 1. Ubicación geográfica del cantón Paltas | 57 |
|---|----|

Índice de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Clasificación de los canales de atención | 19 |
| Tabla 2. Casos de innovación bancaria..... | 30 |
| Tabla 3. Proyección de la población del cantón Paltas | 59 |
| Tabla 4. Población por edades año 2010 | 60 |
| Tabla 5. Instituciones financieras que se encuentran en el cantón Paltas | 66 |
| Tabla 6. Número de canales de atención en el cantón Paltas..... | 69 |
| Tabla 7. Corresponsales no bancarios en oficinas del cantón Paltas..... | 72 |
| Tabla 6. Tabla cruzada Nivel de Instrucción, Edad y Género, Paltas 2019..... | 81 |
| Tabla 7. Actitud hacia el uso de CNB / Attitude toward using the CNB | 85 |
| Tabla 8. Intención de uso de CNB / Intention to use CNB | 86 |
| Tabla 9. Percepción de la utilidad de uso de CNB / Perceived usefulness of mobile payment services ... | 88 |
| Tabla 10. Percepción de facilidad de los CNB / Perceived ease of use of CNB | 89 |
| Tabla 11. Percepción de seguridad de los CNB / Perceived security of CNB | 90 |
| Tabla 12. Percepción de compatibilidad de los CNB / Perceived compatibility of CNB..... | 92 |
| Tabla 13. Normas subjetivas / Subjective norms | 93 |
| Tabla 14. Percepción del CNB / Perceived of CNB | 94 |

Índice de Figuras

| | |
|--|----|
| Figura 1. Evolución de CNB – Ecuador años 2015-2019..... | 28 |
| Figura 2. . Evolución de CNB – Provincia de Loja años 2015-2019..... | 29 |
| Figura 3. Modelo de Aceptación Tecnológica | 49 |
| Figura 4. Distribución del trabajo y empleo, Paltas 2010. | 62 |
| Figura 5. Sector económico por población ocupada, Paltas 2010 | 64 |
| Figura 6. Principales actividades económicas, Paltas 2010. | 64 |
| Figura 7. Canales de Atención Cantón Paltas. | 70 |
| Figura 8. Evolución de CNB – cantón Paltas años 2015-2019..... | 71 |
| Figura 9. CNB en el cantón Paltas..... | 71 |
| Figura 10. Nuevo modelo..... | 78 |
| Figura 11. Genero de habitantes, Paltas 2019..... | 66 |
| Figura 12. Habitantes por edad, Paltas 2019..... | 80 |

| | |
|--|----|
| Figura 13. Nivel de estudio de habitantes, Paltas 2019. | 81 |
| Figura 14. Cuanto utilizan los habitantes las instituciones financieras, Paltas 2019. | 83 |
| Figura 15. Preferencia de institución financiera, Paltas 2019. | 83 |
| Figura 16. Conocimiento de los corresponsales no bancarios, Paltas 2019. | 84 |

Resumen

El trabajo investigativo se fundamenta en la percepción como uno de los factores más importantes que influyen en el uso de los corresponsales no bancarios (CNB), puesto que actúan como un mecanismo que permite incluir al sistema financiero formal a la población en general y especialmente a cantones y parroquias que se encuentran alejados de instituciones bancarias físicas, ante ello el principal objetivo es el evaluar la percepción respecto del uso de los CNB en el cantón Paltas, provincia de Loja.

En el desarrollo del trabajo se ha podido identificar que ocho importantes constructos considerados como lo son actitud e intención de uso, percepción de la utilidad de uso, percepción de facilidad, percepción de seguridad, de compatibilidad, normas subjetivas y percepción de los CNB, han tenido un porcentaje significativo en cuanto a la aceptación de estos, pues la mayoría de encuestados posee una percepción positiva ya que se evidencia una mayor participación de corresponsales en el mercado financiero.

Además, los CNB constituyen uno de los elementos de gran aporte en el crecimiento financiero y en el beneficiar e innovar las actividades diarias de los habitantes paltenses.

Palabras claves: percepción, corresponsales, bancario.

Abstract

The research work is based on the perception as one of the most important factors that influence the use of non-bank correspondents (CNB), since they act as a mechanism that allows the formal financial system to include the population in general and especially Cantons and parishes that are far from physical banking institutions, before the main objective is the evaluation regarding the use of CNBs in the Paltas canton, Loja province.

In the development of the work, it can be identified that eight important constructions identified such as the attitude and intention of use, perception of the utility of use, perception of ease, perception of safety, compatibility, subjective norms and perception of the CNB, they have had a significant percentage regarding the acceptance of these, since most of the respondents have a positive perception and that a greater participation of correspondents in the financial market is evident.

In addition, the CNB experienced one of the elements of great contribution to financial growth and to the beneficiary and innovator of the daily activities of the inhabitants of Palma.

Keywords: perception, correspondents, banking.

Introducción

Los corresponsales no bancarios (CNB) dentro de la innovación financiera son entendidos de manera general como una herramienta y mecanismo que permite incluir al sistema financiero formal a la población en general y de especial manera a cantones y parroquias que se encuentran alejados de instituciones bancarias físicas. Diversos estudios económicos han manifestado que entre el acceso a servicios financieros como lo son los CNB y el crecimiento económico existe una alta correlación positiva, pues han aportado no solo a la innovación sino también a la inclusión financiera, que vienen operando desde el año 2008 (Sánchez, Prada y Erazo, 2020).

En el presente trabajo de titulación denominado “Percepción del uso de los corresponsales no bancarios (CNB) en la provincia de Loja, cantón Paltas” busca identificar el conocimiento o desconocimiento que tiene la población paltense acerca de los CNB y cuál es su apreciación, es por eso en el desarrollo del trabajo se ha planteado como objetivo general evaluar la percepción respecto del uso de los CNB en la provincia de Loja, cantón Paltas y como objetivos específicos: caracterizar los CNB que existen en la Provincia de Loja, cantón Paltas y establecer los factores determinantes del uso de los CNB.

Respecto a la metodología empleada se puede manifestar que se utilizara la cualitativa, descriptiva y exploratoria, pues mediante este tipo de estudio se determina la importancia de la investigación mediante encuestas, describiendo así la percepción que tiene la población del cantón Paltas de acuerdo al uso de los CNB. La investigación es descriptiva y exploratorio pues recoge información en base a instrumentos de recolección de datos (portal web, artículos científicos, investigaciones, Superintendencia de Bancos del Ecuador) con el afán de conocer las diferentes acciones que tienen las personas para detectar la apreciación frente a la utilización de diversos canales de atención y así poder establecer recomendaciones generales para diferentes instituciones.

La población objeto de estudio corresponde a las personas económicamente activas (PEA) del cantón Paltas que tengan o no conocimiento acerca de los CNB, los datos se obtuvieron de quienes se encuentran dentro de la cabecera cantonal Catacocha, obteniendo así 371 encuestas las cuales se convertirían en el tamaño total de la muestra.

El desarrollo del trabajo de investigación se encuentra estructurado de la siguiente manera: en el capítulo I que se refiere al marco teórico y referencial, en donde se ha realizado una revisión de literatura sobre temas relacionados a la innovación, innovación financiera, varios casos de innovación bancaria en América Latina, Ecuador y Loja resaltando su importancia, y la definición del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) y las teorías que engloba pues su descripción aportara al objeto de estudio.

Así mismo se hace referencia la importancia de los modelos más utilizados en la innovación bancaria, para así determinar los factores que inciden en el uso de los CNB, pues el TAM fue diseñado primordialmente para evaluar y pronosticar la aceptación de los sistemas tecnológicos y de información por los clientes y usuarios en las instituciones u organizaciones.

En el capítulo II se hace referencia una exploración de la ciudad de Catacocha, cantón Paltas, mismo que es territorio objeto de estudio, tomando en consideración sus antecedentes, datos generales del cantón, sus actividades económicas, indicadores sociales e indicadores del ámbito económico de mayor relevancia; además la estructura del sistema bancario del cantón Paltas, canales de atención y CNB de la ciudad. Es así como con este capítulo se pudo dar el cumplimiento al objetivo específico de “caracterizar los CNB que existen en el cantón”.

El capítulo III hace referencia la metodología y discusión de resultados, en la cual a través de la aplicación de encuestas a los habitantes paltenses se tomó en cuenta la compatibilidad, la seguridad, la facilidad en cuanto a la percepción de las personas frente a los CNB, resultados de los datos que fueron obtenidos por medio de la herramienta ADANCO 2.1.1 permitiendo realizar el modelo y así poder cumplir con los objetivos que presenta el presente trabajo de investigación.

Finalmente, se exponen conclusiones y recomendaciones las cuales se han realizado entorno a las dimensiones consideradas y objetivos planteados.

Cabe recalcar que se espera que el presente trabajo contribuya para futuras investigaciones como fuente bibliográfica, que se refieran a temas de innovación bancaria y financiera, principalmente innovación en CNB del cantón Paltas.

Capítulo uno

Marco teórico y referencial

Para determinar la percepción del uso de los corresponsales no bancarios en la provincia de Loja, es importante hacer mención y contextualizar los conceptos de innovación su importancia y la dinámica constante que tiene la innovación para satisfacer las necesidades que tiene una sociedad frente a los cambios latentes de innovación bancaria., la importancia y su clasificación; así mismo hacer referencia a la importancia de los modelos más utilizados en la innovación bancaria y financiera, para así determinar los factores que inciden en el uso de los corresponsales no bancarios, como es el TAM o Modelo de Aceptación tecnológica que ha sido diseñado especialmente para pronosticar la aceptación de los sistemas de información por los clientes y usuarios en diversas sociedad y empresas.

Pues los corresponsales no bancarios son una tendencia que arribo hace algunos años a Latinoamérica esto de la mano del impulso a otras alternativas u opciones financieras de pago que hacen que se potencie el uso de medios alternativos que permitan el acceso a la bancarización de la sociedad y población, distintos países vecinos como es el caso de Colombia Brasil y Chile están a la delantera del sistema que lo que tiene que ver con impacto y profundización. En el Ecuador a nivel general, este sistema es congruentemente nuevo, por lo que su uso a diferencia de otros países que se centran en la zona rural, más se realiza en las zonas urbanas (Espinoza, 2016).

1.1. Innovación

La innovación hoy en día es una de las plataformas más grandes para hacer crecer una empresa, ya sea en satisfacer las necesidades de las personas o de las mismas empresas, ante ello se va a dar a conocer los antecedentes conceptos e importancia de la innovación.

El proceso de evolución de innovación es un punto clave para el desarrollo socioeconómico, ya que aborda varios ámbitos: reorganiza los recursos humanos mejorando los sistemas de gestión, utilizando nuevas tecnologías de la información y la comunicación, actuando sobre el proceso de producción o sobre los bienes y servicios generados por la institución (Trillo y Pedraza, 2008).

Además, que la innovación bancaria se encarga de asociar las ideas de progreso y búsqueda de diferentes o nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que se adquieren a lo largo del estudio y con el fin de mejorar algo que ya existe o crear nuevos productos y servicios para dar solución a un problema y satisfacer necesidades.

Las innovaciones bancarias han ofrecido soluciones sistémicas que han permitido ampliar los mercados y negocios, ya que nacen para así cubrir cada una de las necesidades que resultan a partir de los cambios en los sistemas financieros, en la economía y en las leyes o regulaciones de distintos mercados. En concepto general la innovación es el momento cuando se introducen nuevos e innovadores productos financieros o cuando se realizan modificaciones en los procesos, la renovación y cambios en las herramientas e instrumentos lo define Universidad de Alcalá (UA, 2019).

La computarización de las finanzas ha mejorado dramáticamente la capacidad del sistema de innovar, se preocupa de la instrumentación de los acuerdos contractuales los cuales se encargan de la administración de cartera de los deudores, prestatarios y de los intermediarios financieros, también es la relación con la regulación. Innovaciones claves de las tres últimas décadas les dieron la vuelta a las restricciones regulatorias prevalecientes, mismas que a la postre se debilitaron al punto de dejar de operar, tal exitosa demolición de las regulaciones existentes ocurrió desde una época tan temprana como los años sesenta, cuando los bancos estadounidenses introdujeron una serie nueva de instrumentos del mercado monetario como

fondos federales, papel comercial, certificados de depósito negociables, aceptaciones bancarias (Guttman, 2009, p. 31–32).

Las más importantes innovaciones financieras son aquellas que crearon una nueva red de intermediación financiera, misma que ha llevado al sistema de crédito más allá de los confines de la tradicional banca comercial; la introducción en los sesenta de instrumentos del mercado monetario, los llamados pasivos prestados, los cuales liberaban a los bancos para proseguir una estrategia mucho más agresiva de préstamo (Guttman, 2009).

1.1.1. Antecedentes, conceptos, importancia y clasificación

1.1.1.1. Antecedentes.

La innovación a lo largo de los años no ha sido solo un concepto de connotación que resulta beneficiosa y positiva, pues es importante mencionar que, hasta finales del siglo XIX, la innovación fue denominada e incluso percibida como algo perjudicial por la sociedad, incluso muchos innovadores se los consideraba como los brujos de la época, ya que no se conformaron con las normas que en esa época existían en la sociedad (Zucchetti, 2016).

La innovación financiera fue motivada y estimulada por las crisis que existieron durante muchas épocas, en los años 1970 los países productores de petróleo conformaron la Unión de Países Exportadores de Petróleo y elevaron el precio del crudo. Quienes exportaban petróleo disfrutaron de cuantiosos superávits, mientras que quienes importaban se veían en la obligación de financiar grandes déficits, la gran responsabilidad por financiar los fondos correspondió a los bancos comerciales, es ahí donde viene el invento de los eurodólares y así mismo el auge internacional del préstamo (León y Enrique, 2006).

La innovación empieza hacer surgir el interés en las personas, que empiezan a realizar investigaciones a mediados del siglo XX, alcanzando un punto de popularización permitiendo así el auge de la llamada “época de oro” de la innovación, iniciando desde los años 60 hasta los 90. Durante estos años se dieron varios lanzamientos de innovaciones tecnológicas y

revolucionarias: como el celular, el microondas, la computadora o PC y el GPS; en esta época la mayor parte de conceptos que han sido claves de la innovación y también de los procesos que en la actualidad se conocen han sido perfeccionados por numerosas empresas y emprendedores en el mundo (Piedra, 2015).

El acontecimiento de la segunda guerra mundial representó una motivación fuerte para todas las actividades creativas ya que para enfrentar los acontecimientos y amenazas a la supervivencia física, se impulsa y promueve una nueva ola de innovación. Toda este periodo trajo consigo una cantidad grande e importante de nuevas tecnologías tales como los sistemas de comunicaciones, el motor a reacción y la energía nuclear, entre otros (Piedra, 2015).

Después de dos décadas siguientes a la época de guerra, en la economía industrial la competencia fue básicamente nacional, progresivamente las innovaciones que se crearon en la tecnología del transporte, educación, salud y las comunicaciones permitieron a las empresas de distintos países competir entre sí (Zucchetti, 2016).

Durante mucho tiempo la tecnología informática pasaba por un cambio drástico y fundamental, pues apareció el ordenador personal o también llamadas laptops y el desarrollo del software marcando a profundidad la innovación e inventos, los grandes sistemas centralizados almacenaba y gestionaban la información (Longo, 2008). Cada uno de los nuevos sistemas los diseñaba y manejaban expertos que tenían el suficiente conocimiento y experiencia en la tecnología.

1.1.1.2. Otros conceptos de innovación bancaria.

De los conceptos realizados se puede destacar que casi todos los autores coinciden en que el proceso innovador comienza con una necesidad no satisfecha y con la intención de satisfacerla.

Mulet (2005) afirma que innovación es todo “cambio que genera valor”, es decir que es todo cambio basado en conocimiento ya que esto genera valor para la empresa. Además, es el resultado de un proceso complejo que conlleva nuevas ideas al mercado en forma de productos o servicios y de sus procesos de producción o provisión, ya que son nuevos o significativamente mejorados.

Además Mulgan (2006) puntualiza que el proceso de innovación busca formas diversas, creativas y nuevas para satisfacer las necesidades aún no cubiertas, insatisfechas, deficientes y emergentes.

Las funciones de la innovación son múltiples por lo que las empresas tienen objetivos deseosos a largo plazo siendo la fuerza propulsora y conduce a la renovación de las estructuras industriales y nuevos sectores en la actividad económica. Innovación es ampliación y renovación de productos y servicios en los mercados correspondientes y renovación de los métodos de distribución, producción y abastecimiento, según la Comisión Europea (EU,1995).

Montes (2016) añade que la innovación es un proceso complicado ya que las ideas de mercado son nuevas o mejoradas ya sea en productos o servicios, está compuesto por dos vertientes: la primera, especializada en el conocimiento, mientras que la segunda se refiere a su aplicación, pues ambas corrientes no son necesariamente secuenciales porque presentan múltiples interconexiones entre ellas.

Es importante mencionar lo que Rangel (2012) señala que la innovación es un proceso de integración, pues las empresas están cada vez más integradas en sus procesos de producción, marketing y planes financieros; esto hace que exista un flujo de información de la demanda de nuevas tecnologías entre las empresas. Asimismo, es un proceso de aprendizaje, pues las empresas innovadoras se caracterizan por tener una gran capacidad de aprendizaje, y por su eficiencia en la producción de bienes, servicios y conocimiento.

1.1.1.3. Importancia de innovación bancaria.

La innovación tiene varios puntos de vista y naturaleza que inician desde la mejora en la calidad de productos y bienes, hasta la creación de un nuevo negocio industrial. Es por esto, Schumpeter (1976) afirma y menciona una clasificación de la innovación dividiéndola en cinco epígrafes, en donde el primer rubro describe la introducción de un nuevo producto, el segundo rubro es la introducción de un nuevo método de producción; aquí existen dos categorías de innovación: la técnica y la administrativa, el tercero es la apertura de un nuevo mercado, dicha apertura puede consistir en una nueva forma de manejar comercialmente una mercancía, el cuarto es la conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas y el último se refiere a la creación de una nueva organización industrial.

En la actualidad los negocios indagan y buscan ventajas competitivas y así poder hacer frente al mundo cambiante en el que se desenvuelven, los nuevos competidores, las nuevas tecnologías donde resultan que los productos antiguos sean eliminados y los mercados cambien constantemente. Es por esto que las compañías deben difundir conocimientos, incorporar y crear nuevos estudios, en los procesos y productos para así lograr tener ventajas competitivas, lo que explica que este negocio explica lo que significa una innovación de tipo continuada (Rangel, 2012).

Cada una de estas ventajas competitivas se convertirá en ganancias e ingresos si el conocimiento y las ideas se traducen en reducción de costos, o bien en una diferenciación de producto que permita obtener un precio más alto que el de los productos similares (Rangel, 2012).

Rangel (2012) ratifica que al analizar la gramática se observan diferentes definiciones de innovación, se puede decir que es el uso de nuevo conocimiento para mejorar o generar un nuevo producto, proceso o servicio aceptado por el mercado.

1.1.1.4. Relevancia de la innovación financiera o bancaria.

Los mercados, instituciones y las herramientas financieras desempeñan varias funciones que son de carácter económico y social. Las innovaciones existentes que optimizan y mejoran el modo en que se manejan las funciones antes mencionadas resultan ser útiles y beneficiosas. Existen otras innovaciones que sin embargo pueden ser consideradas como mejoras temporalmente, pero de hecho acaban teniendo efectos colaterales socialmente perniciosos (Vilà, Lorenz, y Lundvall, 2011).

La primera función de las finanzas es proporcionar medios de pago y de depósito de patrimonios. Lo que conocemos con el nombre de dinero estuvo al principio encarnado en monedas, ganado y productos alimenticios, posteriormente en papel y después en cuentas corrientes bancarias. Más recientemente, el dinero se ha digitalizado en forma de tarjetas de crédito multiuso (lanzadas por primera vez al mercado en 1958 por American Express y el Bank of América), y se transfiere electrónicamente en grandes cantidades al por mayor a través de cámaras de compensación automatizadas, de la red de transferencias y compensaciones electrónicas de la Reserva Federal estadounidense y entre grandes bancos de los Estados Unidos y de otros países desarrollados a través de la Cámara de Compensación Electrónica Estadounidense - CHIPS (Vilà et al., 2011)

La segunda función consiste en proporcionar los medios para obtener intereses, dividendos, utilidades y ganancias de capital por el dinero que ha sido invertido en las finanzas, de manera que las instituciones, entidades y los instrumentos financieros fomentan el ahorro y a su vez el capital (Vilà et al., 2011). El ahorro es socialmente importante porque sirve para financiar las inversiones en capital físico y humano, que a su vez generan mayores ingresos en el futuro. Durante los años sesenta ya existía la mayoría de las grandes instituciones que aún hoy se dedican a facilitar el ahorro, a saber, bancos, compañías de seguros, fondos de inversión.

En tercer lugar, las instituciones y los mercados financieros, transfieren el ahorro procedente de residentes nacionales o extranjeros a inversiones productivas. Mucho antes de los años sesenta era habitual que las empresas que querían construir nuevos edificios o comprar nuevos bienes de equipo, tomaran prestados los fondos de bancos o aseguradoras que emitieran nuevos títulos de renta fija e incluso vendieran nuevas acciones (Vilà et al., 2011).

Una función esencial de las finanzas, es la asignación de los riesgos a aquellas personas más deseosas y capaces de asumirlos, trasladan el riesgo a aquellos que pueden asumir y extender la obligación, una de las lecciones de gran importancia de la crisis financiera es que las distintas modalidades hicieron posibles préstamos y créditos de alto riesgo no consiguieron descongestionar riesgos de impago de créditos y otras actividades del mercado (Vilà et al., 2011).

1.1.1.5. Innovación bancaria tecnológica.

Es importante mencionar a la innovación bancaria tecnológica ya que Schumpeter (1976) mantiene que este tipo de innovación es el origen de las grandes ganancias temporales, que resulta ser el estímulo más importante para el progreso de las empresas y por ende el desarrollo del país, la innovación también se comporta como la formulación de una innovadora función de producción, es por esto importante mencionar que las innovaciones son la principal clave en la teoría schumpeteriana.

Las innovaciones tecnológicas constituyen una de las principales causas de cambio y adaptación del sistema financiero, en las últimas décadas, al nuevo entorno competitivo, por lo que constituyen un elemento de cambio estructural y un factor estratégico clave (Larrán y Muriel, 2007).

Además Larrán y Muriel (2007) mencionan que las entidades financieras han competido, especialmente en el segmento de minorista, a través de las sucursales, en los últimos años, los

avances tecnológicos es materia de telecomunicaciones han permitido la puesta en marcha de nuevos canales de distribución que están reduciendo la importancia relativa de la distancia física a la oficina bancaria.

En el desarrollo de estos canales alternativos concurren dos fuerzas, por un lado, la creciente demanda de la clientela de estos canales, motivada por la escasez de tiempo, la dificultad de los desplazamientos, la necesidad de una disponibilidad permanente de atención. La reducción de costes o la comodidad.

Por otro lado, las distintas motivaciones, bien de carácter ofensivo o defensivo, de las entidades para impulsarlos, como la utilización de los mismos como complemento a la red de oficinas tradicionales con el fin de alcanzar una mayor cuota de mercado, la imagen de entidad sofisticada y desarrollada tecnológicamente que intenta transmitir, o la disminución de los costes transnacionales, en este sentido, los canales de distribución alternativos permiten atender rápida y eficientemente las operaciones indiferenciadas por una vía de bajo coste y proporcionar una mayor calidad y disponibilidad del servicio (Larrán y Muriel, 2007).

1.1.2. Clasificación

Se mencionan distintas clases de innovación financiera de manera que se pueda realizar un estudio a fondo que nos servirá a lo largo de la presente de investigación, en la que se hace mención a la innovación en los servicios y productos, también en procesos, la innovación financiera, innovación social, estratégica o de gestión y la innovación administrativa.

1.1.2.1. Innovación de producto/servicio: en la innovación de servicios Trillo y Pedraza (2008) añade que se introducen cambios en algún momento del proceso de producción y comercialización del producto o servicio, cambios que pueden afectar al diseño, composición o presentación al mercado.

Al momento de introducir al mercado un bien o servicio nuevo, tecnológico e innovador, pues sus características y usos posponen significativamente de los productos ya existentes en un

mercado, o un bien mejorado que anticipadamente ha existido y que ha ido mejorando o perfeccionando a través del tiempo se menciona en Red de indicadores de ciencia y tecnología Iberoamericana Interamericana y Organización de los Estados Americanos (RICYT/OEA, 2001).

1.1.2.2. Innovación de proceso: la noción de innovación como proceso coloca el acento en la forma en la que ésta se percibe y produce, en las diferentes etapas a que da lugar y en la forma en que estas se articulan y se modulan (Trillo y Pedraza, 2008).

El momento en que se acogen técnicas de producción nuevos o mejorados, el objetivo de este tipo de innovación puede ser el producir y luego entregar productos tecnológicamente innovadores o renovados, mismos que no se puedan producir ni entregar utilizando técnicas de producción comunes, pues lo que se busca es ampliar significativamente la eficacia o eficiencia del proceso de producción o también el proceso de entrega de los productos existentes (RICYT/OEA, 2001).

1.1.2.3. Innovación comercial: se la define como una combinación de acciones formuladas en el plan de empresa para los precios, el producto, la distribución y la promoción; así también cuando se realiza la introducción de métodos que se utilizan para la comercialización de nuevos productos como son bienes o servicios, con nuevos métodos de entrega de productos que son preexistentes, o también de cambios en el empaque y en el embalaje de estos productos (RICYT/OEA, 2001).

1.1.2.4. Innovación social: este tipo de innovación se define o se expresa en términos de cooperación compromiso, conexión, trabajo y responsabilidad con una sociedad. Lo que afectaría con objetividad y de manera justa cada uno de los intereses de los ciudadanos y también del medio ambiente, para lo cual se incluye también la innovación social ya que es aquella que influye en las costumbres, valores, normas y funciones de una organización o empresa (Águila y Padilla, 2010).

1.1.2.5. Innovación estratégica o de gestión: se centra en los aspectos directivos y de gestión del cambio apuntando hacia la consecución de los objetivos, es un tipo de innovación que se relaciona de forma directa con el modelo estratégico de negocio y su objetivo es implantar cambios que resulten ser relevantes en los modelos de negocio de cada organización (Wolter, 2017).

A través de esta innovación, empresas pueden administrar y gestionar el cambio del modelo de negocio, a través del cual consiguen adaptarse a los distintos cambios tecnológicos para así mejorar la propuesta de valor.

1.1.2.6. La innovación administrativa: reúne las innovaciones que no se pueden incluir en los productos ni en los procesos. Son innovaciones como las realizadas en los ámbitos comerciales, financieros, organizativos, que acompañan, apoyan y potencian la corriente innovadora de la empresa (Águila y Padilla, 2010).

Este tipo de innovación se caracteriza por que promueve una cultura de integración para así lograr la vinculación del recurso humano y así llegar al logro del objetivo que tienen en común, incluyendo la comercialización que beneficie y se considere para el desarrollo de la mejor estrategia que involucre distintos factores administrativos como es la publicidad, promoción y posicionamiento pues cada uno de estos garantizan la estabilidad de la compañía frente a retos que presenta la globalización (Alfredo y Osuna, 2017).

1.1.2.7. La innovación tecnológica: este tipo de innovación nace tras el uso de procesos tecnológicos como el medio para implantar modificaciones e innovaciones en una empresa. Suele estar asociada a cambios con los medios de producción. Las actividades para la innovación tecnológica están constituidas por todos aquellos pasos científicos, tecnológicos, de organización, financieros y comerciales, incluida la inversión en nuevos conocimientos, destinados a la introducción de productos (bienes o servicios) o procesos nuevos o sensiblemente mejorados. La innovación tecnológica

comprende los cambios introducidos en los productos y en los procesos (Águila y Padilla, 2010).

Antes de abordar con mayor profundidad el tema propuesto se considera necesario contextualizar la innovación financiera ya que es el escenario más amplio de la innovación en general.

1.1.3. Innovación financiera

La innovación financiera o también llamada innovación bancaria se la denomina como la creación de nuevos servicios, productos o herramientas, modificaciones y renovación o cambio en los instrumentos que son de carácter financiero, estas innovaciones han servido como soluciones y salidas que permiten extender varios mercados, pues estas nacen en base de una necesidad que emerge como resultados de los cambios que se producen en una economía.

Este tipo de innovación cumple un objetivo importante que hace mención de facilitar y proveer de nuevas oportunidades de cobertura de riesgos, aportar a totalizar los mercados ya existentes y expandirlos, disminuir los costos de transacción en este caso los no fiscales. Con el pasar de los años, la innovación financiera se la define en base a tres características, innovación de procesos, de mercados y de productos, según información del portal web de la UA (2019), la innovación financiera se define en tres razones o criterios:

De servicios o productos. Esto consiste en la instauración de diferentes herramientas e instrumentos de financiamiento, transferencias de riesgos e inversión.

De procesos. Definen este tipo de innovación con la implementación y ejecución de nuevas técnicas y también nuevos procesos que permiten la administración de riesgos.

De mercados. Este tipo de innovación financiera realizada a través de modificaciones en la organización y estructura de mercados ya existentes o en la creación de nuevos negocios que ya se encuentran organizados (UA, 2019).

Guttman (2009) agrega que las finanzas han sido transformadas profundamente por la combinación de la desregulación, la globalización y la computarización. Cambiando el sistema financiero nacionalmente organizado y centrado en la banca comercial, a través de depósitos y préstamos centrado en la banca de inversión, comercio y suscripción de títulos.

En la época de los años 70 las empresas que se dedicaban a los seguros se encargaban de la inspección en las finanzas, de manera que se vigile la forma de absorber y asignar el riesgo a través del seguro de riesgos personales como las de un automóvil, vivienda y salud, aunque el seguro de riesgos financieros era mínimo. Este tipo de empresas asumían el riesgo que corrían por el no pago de títulos y no el de otros riesgos de tipo financiero (Vilà, Lorenz y Lundvall, 2011).

Los pactos de futuros de varias materias primas o materiales que influyen en los procesos de producción, que habían existido desde hace mucho tiempo, eran posibles utilizarlos en los intercambios comerciales a largo plazo, pero aún no realizaban su uso de forma generalizada a través de técnicas y mecanismos que aseguren y certifiquen otros riesgos de tipo financiero, como los que engloban a riesgos con fluctuaciones en las tasas y tipos de interés, en el precio de las acciones, de títulos valor y en las divisas (Vilà et al., 2011).

Definiendo a la innovación financiera como la creación de nuevos servicios, modificaciones, herramientas, sirviendo como solución para así expandir los mercados, por lo que es necesario mencionar la definición de los canales de atención y también su clasificación según la SBS, lo importante que es la atención al cliente para las relaciones interpersonales entre cliente y entidad a través de los factores que influyen en la satisfacción del usuario.

1.1.3.1. Canales de Atención.

El sector financiero y bancario en la actualidad y a lo largo de los años ha sido muy competitivo, su amplia gama de productos y especialmente servicios hacen que el mercado se mueva de forma constante, pero, sin embargo, la competencia es alta y las exigencias son más, es por esto que la satisfacción de los usuarios es clave para sobresalir (Barreiro, Torres y

Lemoine, 2016). Tomando en cuenta lo antes mencionado, a todas las entidades les resulta un papel clave enfocarse en los antecedentes que hayan tenido los clientes, más allá de orientarse en el tema digital y en las diversas herramientas que ofrecen en sus plataformas (Uribe, 2018).

Según la Superintendencia de Bancos (SBIF, 2018) definen los canales de atención como un recurso físico de las entidades financieras desde donde ofrecen, realizan o ejecutan diversos servicios y productos dirigidos al público, en donde se identifica la siguiente clasificación:

Tabla 1

Clasificación de los canales de atención

| | |
|-----|--------------------------------------|
| 1. | Matriz |
| 2. | Sucursal |
| 3. | Agencia |
| 4. | Oficina móvil |
| 5. | Oficina especial |
| 6. | Oficina temporal |
| 7. | Corresponsales no bancarios (CNB) |
| 8. | Ventanilla de extensión de servicios |
| 9. | Cajero automático fijo |
| 10. | Cajero itinerante |
| 11. | Cajero automático móvil |

Nota. Adaptado de la Superintendencia de Bancos (2018).

Basurto y Jaime (2019) afirman que los clientes de las distintas instituciones que hacen uso de los servicios de forma constante, evalúan los canales y puntos de atención que como entidades financieras ofrecen, se centran en el área de servicio y atención al cliente que es donde existe contacto directo entre usuario y entidad.

Pues esta evaluación se debe enfocar en la productividad y eficiencia de cada agencia, a su vez que se determine si un cliente se encuentra insatisfecho, poco satisfecho o satisfecho en su totalidad por la calidad percibida por cada uno de los servicios bancarios y financieros ofrecidos.

1.1.3.2. Servicio al cliente.

La Organización Internacional de Normalización ISO (2015) define al servicio o atención al cliente se define como la interrelación de los usuarios con la entidad, empresa y organización a lo largo del proceso de realización de los servicios, productos o bienes (p.29).

Ramírez y Fernando (2017) asegura que los canales de atención se los define como la prestación de diversos servicios a los clientes o usuarios con el único objetivo de identificar las insuficiencias como necesidades cambiantes que se puedan presentar, así también como para resolver problemas y aclarar dudas que puedan llegar a surgir con el servicio o producto (p.66).

Si las entidades o empresas no pueden satisfacer las necesidades y aspiraciones de los usuarios, no duraran mucho tiempo en el mercado, pues su existencia y estabilidad será muy corta. Cada uno de los esfuerzos debe estar orientados hacia el cliente, por su relevancia e importancia como propulsor de todas las operaciones de la entidad, pues la calidad de este sistema de atención al cliente, es un mecanismo decisivo dentro de la eficiencia y eficacia de cualquier organización (Ramírez y Fernando, 2017).

En conclusión, este sistema de servicio al cliente es la vía de comunicación que existe entre la entidad y el cliente, el fortalecer los vínculos entre estos dos elementos se podrá lograr que el usuario muestre fidelidad y por ende llevar al éxito a la institución como una empresa eficaz.

1.1.3.3. Calidad del servicio.

La calidad de servicio al usuario es uno de los puntos más significativos que dentro de la entidad se deben cumplir de manera eficiente y controlada, el objetivo de la calidad de los servicios en el sector financiero es el buscar la fidelización de los clientes (Solano y Aceves, 2013).

Así mismo la calidad del servicio se la puede definir como el resultado de la comparación entre lo que verdaderamente percibe y lo que en realidad el usuario espera del servicio, lo que significa una incompatibilidad o discrepancia entre las percepciones y expectativas (Basurto y Jaime, 2019).

La calidad es investigada desde los años 90 conjuntamente con el valor, incluyendo después de algunos años y secuencialmente el interés por la satisfacción y por la intención de la conducta o comportamiento. Después de varios siglos de significativos esfuerzos, la calidad, la satisfacción, el valor y la conducta instituyen un trapezio de metodología y concepto que es de mucho interés para distintos personajes que realizan investigaciones sobre los servicios, pues son números los trabajos que afirman y confirman que la calidad aporta de manera positiva en el valor y calidad percibida (Basurto y Jaime, 2019).

La calidad de las instalaciones e infraestructuras, y la relación entre precio-calidad son elementos que intervienen en la satisfacción del cliente, pues si la experiencia que obtiene el usuario al momento de tener contacto con el servicio no es superior o igual a las expectativas, si no que se generará un grado de no satisfacción en el usuario (Triado, Elasri y Chueca, 2013).

Existen distintos métodos para medir el nivel de calidad de los productos y servicios que brindan las distintas entidades financieras y bancarias como el modelo de diferencias entre percepciones y expectativas, el modelo de las 5 dimensiones, modelo integral de las brechas sobre la calidad del servicio, la escala de Servqual y la de Servpref (Duque y Pinzón, 2017).

1.1.3.4. Satisfacción de clientes de servicios.

De manera primordial la satisfacción del cliente para cualquier entidad es lo principal, esta satisfacción de alguna o de otra manera se la define como la percepción que tiene el cliente frente al nivel en que se han cumplido la satisfacción de las necesidades que pudiera presentar.

Leal y Carmona (1998) mencionan que existe una teoría de dos factores formulada por Herzberg, pues se indica que existen varios elementos no solo ambientales si no también

motivacionales que influyen en la satisfacción del cliente, el primer punto ejerce a un grado de impulsos básicos y el segundo punto que se refiere a un componente o factor dirigido a un nivel psicológico. Esta teoría se encarga de puntualizar la validación de distintos elementos que al encontrarse existentes causan agrado y satisfacción por un periodo determinado, pero su ausencia no lleva a la insatisfacción; pues por el contrario, existen factores que causan una insatisfacción, pero esta ausencia no conlleva a la satisfacción.

Esta teoría como anteriormente se mencionó incluye factores ambientales como el lugar de espera adecuado, espacios limpios, temperatura agradable, brindando un ambiente cálido mientras se encuentra en espera para recibir atención y como resultado un usuario satisfecho; con el pasar del tiempo, estos factores ya no serán parte de la satisfacción del usuario, si no que serán parte de sus expectativas. Así mismo estos factores no representan satisfacción, pero su ausencia si repercute en la insatisfacción, lo mismo ocurre con los elementos motivacionales como lo es promociones por pagos ágiles, gratificaciones, descuentos por cumplimiento. Por el contrario, un usuario que ha sido constante y cumplido no precisamente exigirá que mejoren su servicio por el cual está pagando y que les hagan descuentos, pero si reaccionara con satisfacción si la entidad toma la decisión concederle alguna promoción por ser un buen cliente.

1.1.3.5. Factores que influyen para la satisfacción del usuario.

El valor percibido.

Para que el resultado sea un usuario satisfecho luego de recibir un servicio o producto, esto dependerá de la apreciación o percepción que experimento al momento de recibirlo. “La noción de percepción se deriva del término latino perceptio y describe la acción y la consecuencia de percibir” (Gardey, 2012).

Es por esto que este el elemento de valor percibido estará establecido por la práctica y experiencia.

Expectativas.

La Real Academia Española – REA (2014) define a este elemento de la expectativa como la esperanza e ilusión de conseguir o realizar algo. Cada una de las expectativas que tiene el usuario juega un papel clave y significativo al momento de calificar el servicio.

Carmen Barroso Castro (1999) describe que las expectativas de un usuario se pueden dividir en varios antecedentes en este caso en antecedentes internos y externos, en los internos se encuentra la pasada experiencia de un cliente y en los externos los ofrecimientos realizados por la entidad y la comunicación llamada boca-oreja. Estas dos clases de antecedentes establecerán el tiempo que los clientes deben esperar un tipo específico de servicio.

Niveles de satisfacción.

Un modelo de disconformidad muestra que un usuario tiene fuertes expectativas antes de adquirir un servicio, los cuales serán comparados con la percepción de los resultados obtenidos (Carmen Barroso Castro, 1999).

El grado de satisfacción de un cliente dependerá de la discrepancia o diferencia existente entre la percepción obtenida y sus expectativas. Pues si el nivel de las expectativas es mayor al nivel de percepción obtenida, el resultado será un cliente cero satisfecho, en cambio, si el nivel de percepción es mayor al de las expectativas, el resultado será un cliente satisfecho (Ramírez y Fernando, 2017)

Así mismo como parte de los canales de atención, los corresponsales no bancarios en la actualidad han sobresalido de manera importante ya que son el medio por el cual las entidades ejercen y trabajan no solo la innovación si no también la inclusión financiera de los usuarios a nivel general, a continuación, se menciona la importancia de estos a nivel mundial, regional y nacional.

1.1.3.6. Corresponsales no bancarios a nivel mundial.

A nivel mundial son sociedades o establecimientos comerciales que se dedican a ofrecer servicios financieros fundamentales que se denominan bajo el nombre de una entidad bancaria, la externalización o expansión permite a estas entidades convertir los costos fijos en costos variables, es por esto que la estructura de costes es más flexible y baja.

Los corresponsales no bancarios – CNB han favorecido notablemente a desarrollar el acceso al sistema bancario y financiero formal en muchos países que se encuentran en desarrollo, siendo especialmente específicos en países de América Latina y el Caribe, siendo esta la región con mayor nivel de corresponsales en todo el mundo con 136 establecimientos por cada 100.000 usuarios adultos. Luego se encuentra América Latina, así mismo el Sur de Asia con 83 agentes por cada 100.000 usuarios adultos y los números en el Oriente Medio y Norte de África 72 agentes por cada 100.000 usuarios adultos se menciona en Unidad de Sistemas Financieros (USF, 2015).

Con el pasar de los años se ha observado que el modelo de los corresponsales se ha extendido a nivel de toda América y el Caribe, se puede deber a la tradición financiera y bancaria avanzada de estos países en comparación con otros lugares que están en vías de desarrollo, su regulación desempeña un papel significativo, en algunos países existen reglas y leyes que afectan el uso de estos. Estos corresponsales y su uso no es habitual en un mundo avanzado debido a que el acceso a los diferentes canales bancarios tradicionales, como lo son cajeros automáticos y sucursales, no es limitado y la banca vía Internet es cada vez más completa (Tuesta y Pablo, 2015).

Los corresponsales no bancarios generan o crean un beneficio para quienes están involucrados en este sistema, los clientes se benefician en conveniencia. Las entidades bancarias ganan por que el mayor beneficio se traduce a que el uso de los servicios mejora o sube de nivel, así mismo los corresponsales se benefician de dos maneras, la primera por las

comisiones pactadas con la entidad por transacción; el segundo beneficio, por el gran número de usuarios aproximándose a la entidad para realizar transacciones, pues más personas significan más clientes y usuarios potenciales para el giro normal del corresponsal (Babatz y Serrano, 2012).

1.1.3.7. Corresponsales no bancarios a nivel de la región.

En la última década en el vecino país Perú la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones (SBS) buscan aumentar el acceso al sistema financiero de este país a través de dos políticas que esta entidad impulso como lo son los corresponsales y el dinero electrónico y así lograr expandir de manera más acelerada y ágil los servicios financieros.

Pues claramente la política impulsada acerca de los cajeros corresponsales ha sido la más exitosa, ya que su objetivo es el de lograr una gran bancarización, financiación y formalización de la economía, la Superintendencia a través de su circular N° B-2147-2005 que permite y a prueba a las entidades financieras, bancarias, instituciones, cajas y empresas micro financieras no bancarias el poder realizar sus operaciones a través de cajeros corresponsales, actuando como establecimientos que pertenecen a distintas entidades y bajo responsabilidad de esta poder realizar operaciones como el cobro, pago, retiros, transferencias, depósitos y varias operaciones (Jaramillo, 2012).

En Chile desde los años 2015 hasta la actualidad distintas entidades bancarias a través de contrataciones han redundado y excedido en la masificación y creación de productos innovadores, pues en poco más de siete años se ha instituido una cartera con más de 6 millones de cuentas básicas como son las cuentas de ahorro y una gran red de corresponsales no bancarios con más de 16 mil negocios adheridos a este sistema. Mostrando claramente que el 43% de la población del país hace uso de estos corresponsales información obtenida de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile (SBIF Chile, 2016).

En diversos países de la región como Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Perú pues Existe interés de las entidades bancarias, micro financieras y entidades populares como los son de ahorro y crédito, dependiendo del perfil del intermediario, los modelos o también las intenciones que podrían existir de uso de este canal pueden ser distintos. Los bancos tradicionales se interesan en expandir las opciones de canales de servicio para su clientela como el mejorar acceso, mayor conveniencia y descongestionar sucursales. Los intermediarios especializados en el mercado de PYMES, ven a los corresponsales como un medio eficaz para acceder a un mercado más desarrollado y así optimizar costos de operación.

Existe una excepción en Chile, pues es importante mencionar que todos los países evaluados cuentan con un marco regulatorio para corresponsales y para cuentas de expediente simplificado. Estos marcos regulatorios fueron creados en los últimos 7 años, estas normas se ajustan de manera periódica para así atender de manera clara y eficiente las realidades del mercado y de las empresas. La regulación y normativa de estos corresponsales todos quienes regulan argumentan y objetan que el motivo primordial para el adelanto de estos fue el incrementar la inclusión e innovación financiera informa Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2018).

1.1.3.8. Corresponsales no bancarios en Ecuador.

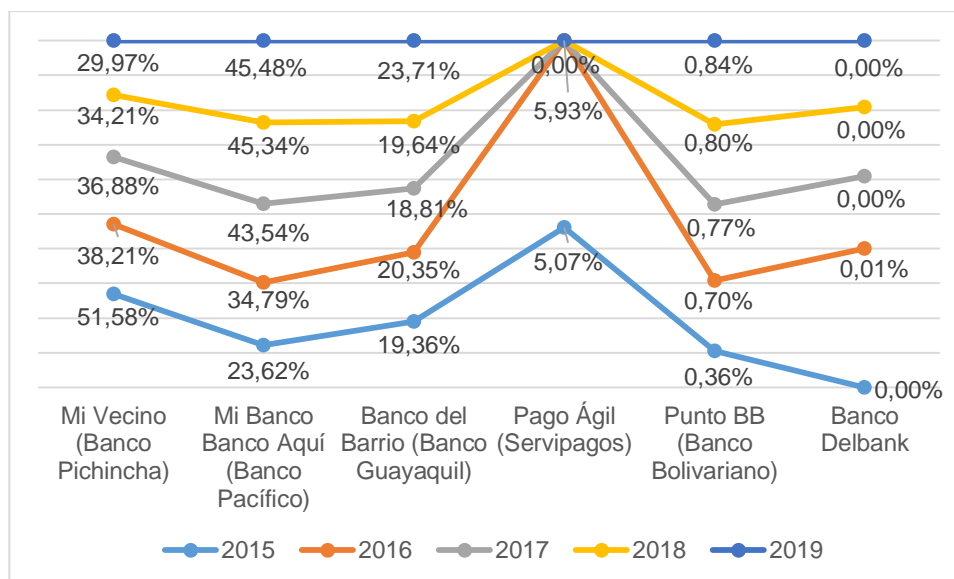
Dinámica de los establecimientos de Corresponsales no Bancarios (CNB) en Ecuador.

Con el pasar de los años el desarrollo financiero y bancario en el país ha estado evidente por una creciente bancarización e inclusión, este progreso ha permitido que un gran número de usuarios y de quienes no sean clientes que cuenten con un mayor acceso a más y nuevos servicios y productos financieros, lo que ha permitido extender el nivel de cobertura y el acceso a cadenas de pago y así mismo diferentes tipos de servicios que en otros tiempos eran limitados y de difícil acceso (Jacqueline y Cepeda, 2014).

El grado de bancarización, que se define como una de las medidas extranjeras de mayor uso para poder identificar el nivel de accesos a servicios y productos financieros formales dentro de la población, en Ecuador el indicador que indica la calidad de la bancarización que desde los años 2006 hasta el año 2012 han variado del 27% al 50%. Mostrando que este 50% de la población cuenta con una herramienta financiera como es la cuenta de ahorros y bajo este concepto nace la relación a largo plazo entre intermediarios financieros y usuarios (Jacqueline y Cepeda, 2014).

El indicador principal para medir el grado de desarrollo bancario de un país se define como profundización financiera, relacionando el valor que guardan los depósitos y créditos respecto al Producto Interno Bruto (PIB) de una economía, ya que con el pasar de los años ha existido una evolución, dicha evolución ha estimado la creación y expansión de cajeros automáticos (ATM), personal y oficinas, agencias y sucursales, corresponsales no bancarios (CNB) y los clientes (Jacqueline y Cepeda, 2014).

En la figura número 1 se aprecia la evolución de los CNB desde los años 2015 hasta el mes de septiembre del año 2019, donde claramente los mayores porcentajes los representa las tres principales entidades con mayor número de corresponsales siendo Banco Pichincha, Banco del Pacífico y Banco de Guayaquil los más representativos, así mismo año tras año ha evolucionado en pequeños porcentajes los corresponsales pertenecientes al Banco Bolivariano y algunas entidades que hasta la actualidad no muestran porcentajes significativos.

Figura 1*Evolución de CNB – Ecuador años 2015-2019*

Nota. Adaptado de la SBS (2015-2019)

Ante la falta de acceso a servicios y productos financieros en una gran parte de la sociedad ecuatoriana, pues hace muchos años distintas entidades bancarias identifico y a su vez decidieron acercar sus servicios por igual a todos los ecuatorianos.

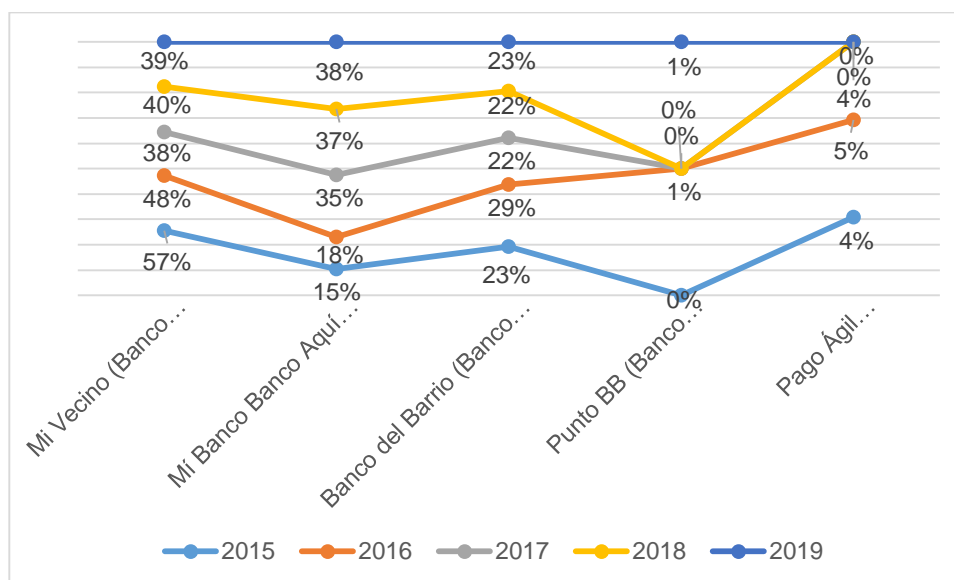
En el año 2008 a partir de distintos bancos surgieron el Banco del Barrio y Mi Vecino entre los principales, definidos como proyectos de bancarización e inclusión financiera que tiene como asociados a pequeños emprendedores de negocios, con el objetivo y finalidad de que sus clientes puedan realizar diversas transacciones bancarias como pago de servicios básicos en todos los barrios del Ecuador, depósitos y retiros sin la necesidad de salir de su comunidad

Como se muestra en la figura número 2 a nivel provincial hasta el mes de septiembre del año 2019 se presenta un total de 715 corresponsales no bancarios, de los cuales con un porcentaje más significativo lo representa Mi Vecino que desde el año 2015 hasta la actualidad ha ido descendiendo el número de CNB; Mi Banco Banco Aquí en cambio con el pasar de los años ha tenido una evolución significativa en la creación de corresponsales; los números de

corresponsales Banco del Barrio a lo largo de los años se ha mantenido en un 23%; en cantidades menos significativas tenemos el Punto BB y Pago Ágil. Cada uno de estos corresponsales ha transformado positivamente la vida d los usuarios y banqueros de barrios, quienes se han beneficiado viendo crecer sus pequeños negocios con la implementación de estos nuevos servicios en sus negocios.

Figura 2

Evolución de CNB – Provincia de Loja años 2015-2019



Nota. Adaptado de la SBS (2015-2019)

1.1.4. Casos de innovación financiera

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se cree conveniente mencionar y analizar casos de innovación financiera ya que mejorara la comprensión del continuo cambio que se está realizando en los países, debido a la implementación digital , pues distintas personas utilizan más tecnología con el pasar de los días y es que a partir de esto nace el querer y poder implementar innovaciones suficientes para satisfacer las necesidades de los clientes y someterse a los cambios que se generan, las restricciones que hay y el desarrollo del país que pueden provocar, en la tabla a continuación se observan los casos encontrados en 3 países latinoamericanos, en Ecuador y en la provincia de Loja.

Tabla 2*Casos de innovación bancaria*

| | Ciudad | Casos de innovación bancaria | | | |
|----------------------|---------------|---|------------------------|---------------|---------|
| Latinoamérica | Colombia | Banca Móvil y los subsidios de Familias en Acción | | Payphone Bank | |
| | Argentina | Wibond | Skere | JOTA | |
| | Brasil | Finanzas Verdes | Inversiones de Impacto | Bonos Verdes | Fintech |
| Ecuador | Quito | Dinero electrónico | | Digital Bank | |
| Loja | Loja | Kullky | | | |

1.1.4.1. Casos de innovación financiera en América Latina.

Banca Móvil y los subsidios de Familias en Acción – Colombia.

Estudios realizados por entes de control del sector financiero y por varios Bancos de Colombia, identificaron bajos niveles de bancarización y de inclusión financiera en el país, por lo que aumentar la presencia del sector en diferentes zonas del país y bancarizar eficientemente a la población en municipios y lugares remotos se presentó como una gran oportunidad, que obligó a hacer frente a la estructura de costos administrativos del sector.

Es por esto que Castro (2014) en su estudio señala que en el año 2006 el Gobierno Nacional autorizó la puesta en marcha de los Corresponsales no Bancarios (CNB) a través establecimientos de comercio, farmacias y oficinas de correo, entre otros establecimientos comerciales, conectados a través de sistemas de transmisión de datos, aprovechando así las nuevas tecnologías transaccionales ofrecidas por el sistema bancario. Permitiendo la comunicación con los bancos y la realización de transacciones financieras en línea a través de

los teléfonos celulares, se evidenció la posible reducción de costos que el Gobierno podría tener en la asignación de subsidios que realiza mediante el Programa Familias en Acción y el impacto en bancarización que se podría lograr si tercerizara el pago de estos subsidios a través del Sistema Bancario.

La entrega de los subsidios del programa se realizaba a través del Banco Agrario, para personas bancarizadas y no bancarizadas y presentaba inconvenientes como las largas filas que tenían que realizar los titulares de los subsidios, congestión en las sucursales de los bancos en los municipios pequeños, imposibilidad para ir a cobrar el dinero en los días especificados por el banco y numerosos reintegros de recursos al Tesoro Nacional por los subsidios dejados de cobrar.

A partir del 2009 se empezaron a realizar actualizaciones al programa con la tercerización de los pagos mediante el convenio Banco Agrario – Carvajal, que implicó la realización de pagos a través de oficinas del Banco, cajeros electrónicos, corresponsales no bancarios y algunos establecimientos de comercio y que incluyó requisitos de bancarización para los beneficiarios del programa y siendo así que en el año 2011 se incluyó el programa Banca Móvil, con el cual se innovó en nuevas alternativas del cobro de subsidios, y con la reducción de costos de transacción se incentivó la consideraciones sobre las ventajas y desventajas de la innovación financiera: un caso de éxito y un caso de fracaso en Colombia participación del resto del Sistema Bancario, abriendo licitaciones a los bancos que por sus programas tecnológicos estuvieran en la posibilidad de prestar el servicio.

Desde la implementación de los Corresponsales Bancarios y la Banca Móvil en el Programa de Familias en Acción, se ha llegado a los beneficiarios de los subsidios, familias de escasos recursos, con productos financieros que almacenan valor, ya que tienen acceso a cuentas de ahorro y monederos virtuales que los acercan a la cultura del ahorro, posibilidad del uso de los celulares de cualquier tecnología para la realización de transacciones (consultas de

saldo, transferencias de dinero y retiros) y la opción de realizar abonos y pagos a las entidades comerciales en las que adquieran bienes o servicios.

Por lo anterior, consideramos que la innovación financiera aplicada en el programa Familias en Acción no solo ha mostrado resultados económicos, al reducir los costos transaccionales del Gobierno en la asignación de subsidios, sino que ha logrado mejorar la eficiencia en el acercamiento del Estado a la población no bancarizada, le ha permitido a personas de bajos recursos el acceso a más opciones de manejo del dinero, ha dejado que la tecnología de telefonía celular llegue a municipios remotos y a través de las capacitaciones impartidas en la implementación, ha logrado ampliar la cultura financiera y facilitar los procesos de vinculación a los servicios financieros por parte de la ciudadanía, convirtiéndose así en un caso de éxito de la Innovación Financiera en Colombia.

Cajeros mediante teléfonos públicos en Colombia (Payphone Bank).

Según información relevante del diario ReasonWhy (2017), otro proyecto de innovación bancaria y financiera en Payphone Bank, pues este es un sistema que convierte a las cabinas públicas de teléfonos en una red de microahorro para los más desfavorecidos o excluidos del sistema financiero en toda Colombia, en este proyecto cualquier ciudadano puede abrirse una cuenta bancaria e ingresar sus ganancias introduciendo las monedas en los teléfonos públicos, guiados por un sistema de voz que vigila el proceso.

Este sistema, además, permite acceder a una red de microcréditos para que los más pobres y los que no tienen suficientes recursos puedan disponer y colocar de bienes esenciales que de otra manera estarían fuera de su alcance, pues esto se trata de un primer paso hacia su integración en el sistema financiero del país.

En conclusión, este producto soluciona el problema de millones de colombianos excluidos del sistema financiero de su país, a través de la agencia Grey se ha encontrado así la solución para

los ciudadanos de Colombia que no podían abrirse una cuenta bancaria por carecer de los ingresos suficientes que les permita ser rentables para los bancos y cooperativas.

Proyectos de innovación financiera en Argentina.

Con información de Infobae (2019) mediante el Banco Central de la República de Argentina (BCRA), junto con la Comisión Nacional de Valores (CNV), a través de un programa denominado “Programa de Innovación Financiera” (PIF) con el cual se origina y promueve la inclusión a través de ideas, su formalización y proyectos de calidad, con la ayuda de trabajo colaborativo entre el contorno público y privado.

Para sacar a relucir los proyectos de mejor calidad se considera distintos aspectos como es la creatividad, calidad, factibilidad e impacto social, los proyectos más importantes fueron:

- Wibond, que es una billetera virtual corporativa con un objetivo principal que es el de que las empresas ahorren costos administrativos y financieros mediante el uso de una plataforma tácita que permita que se conecten.
- Skere, que es un proyecto de innovación bajo la temática de educación financiera, siendo una herramienta de aprendizaje y ahorro por medio del cual los menores de edad, es decir los niños incorporan la práctica del ahorro como un elemento diario, realizado y puesto en práctica a través de una aplicación para la telefonía móvil bajo el concepto de una libreta de ahorro común.
- JOTA, es un proyecto temático de Mobile & Home Banking, se trata de una adaptación del sistema de visualización y lógica de plataformas de bancos que operan online mediante un sistema de carpetas y subcarpetas con datos como el nombre y descripción, donde el cliente puede separar el dinero que tiene disponible, que representaría la asignación de gastos.

Innovación financiera en Brasil.

El Laboratorio de Innovación Financiera (LAB) acaba de completar su primer año de actividades en Brasil, distintos entes como la Asociación Brasileña de Desarrollo (ABDE), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Comisión de Valores Mobiliarios de Brasil (CVM) –instituciones que concibieron en su momento el LAB con el apoyo financiero de la Iniciativa Climática Internacional (IKI), para actuar de forma separada y trabajar en temas de innovación bancaria como es Finanzas Verdes, Fintechs, Instrumentos Financieros e Inversiones de Impacto y Bonos Verdes, afirma en su página web la Green Finance for Latin America and the Caribbean – Finanzas verdes para América Latina y el Caribe (GFL, 2019).

Además, en el portal web de GFL (2019) mencionan que tiene como finalidad que el país se constituya en una referencia en proyectos e inversiones que impulsen la reducción de emisiones de carbono, propongan soluciones y mejoras para la adaptación al cambio climático, para los impactos sociales y principalmente para las finanzas digitales. El laboratorio está estructurado con el objeto de estimular la participación del sector privado en la creación de productos y soluciones financieras para aquellos mercados que involucran la oferta de servicios como los de agua, transporte, energía, agricultura, infraestructura y servicios financieros, con la participación del Sistema Nacional de Fomento (SNF).

Finanzas Verdes, hace alrededor de cuatro años en Brasil se dejó de considerar las cuestiones ambientales sólo como un factor de riesgo para la inversión y el financiamiento. En este nuevo escenario, en este aspecto de GT se elaboraron cuatro productos: Fondo de Eficiencia Energética; Programa de Seguros de Ahorro de Energía (ESI); Modelo de Análisis de Riesgo de Proyectos Solares Fotovoltaicos; y Fondo Primera Pérdida.

Entre los proyectos ya encaminados por el Grupo de Trabajo, el Programa de Seguros de Ahorro de Energía (ESI) se encuentra en estado avanzado de desarrollo. Esta propuesta

innovadora combina una línea de crédito tradicional del sistema de gestión de energía y agua, con un contrato de desempeño, que está resguardado por una póliza de seguro sobre desempeño energético, y a su vez acompañado por metodologías de evaluación técnica aplicadas por la Asociación Brasileña de Normas Técnicas (ABNT).

Otra de las novedades propuestas por este GT, es el modelo de análisis de riesgos integrados para proyectos solares fotovoltaicos, para pequeños y medianos emprendedores. El concepto es alinear los riesgos de crédito del cliente y del proyecto a ser financiado. Esta iniciativa está una fase de prueba en el ámbito del LAB, con la participación de ocho instituciones financieras y lideradas por la Federación Brasileña de Bancos (Febraban), y será operada por las instituciones siguientes: Banco de Brasil, Bradesco, Caja Económica Federal, Itaú Unibanco, Safra, Santander, Rabobank e Votorantim.

Las Inversiones de Impacto, este Grupo de Trabajo está al frente de dos estudios sobre el desenvolvimiento de las Instituciones de Financiamiento para el Desarrollo (IFD), en relación con instrumentos financieros del Contrato de Impacto Social (CIS), crowdfunding y los Fondos Rotativos Solidarios; el GT propone dos productos y elaboró una publicación sobre las “Métricas para Evaluación Socioambiental”, teniendo como base las perspectivas de las instituciones de desarrollo regional.

La propuesta para el uso de crowdfunding, que está siendo evaluada en el marco de un proyecto piloto, ha sido elaborada a partir de diálogos con las Instituciones Financiamiento para el Desarrollo (IFD) con el objeto de divulgar la idea.

En el caso de los Fondos Rotativos Solidarios, se hacen sugerencias que prevén alteraciones en la Política Nacional de Economía Solidaria, con el objetivo de perfeccionar ese marco regulatorio y darle más apertura a proyectos y beneficiarios.

- **Bonos Verdes**, se trata de la realización de una encuesta a inversores y emisores de títulos sobre el mercado de títulos verdes en el Brasil, lo que generó una publicación que contiene recomendaciones para la expansión de este mercado, constituido por recursos captados para inversiones y su aplicación a proyectos relativos a las externalidades ambientales positivas.
- **Fintechs**, en los últimos años en Brasil todo el mercado de servicios financieros mundial se vio transformado y adquirió medios más modernos y accesibles, con foco en las pequeñas y medianas empresas, el laboratorio también incluyó a las fintechs entre sus acciones, para fomentar la inserción de startups del sector en el sistema financiero tradicional. Hoy, a partir del compromiso de hacer posible la creación de una plataforma de análisis de compatibilidad entre este segmento y las necesidades del mercado brasileño, en diferentes sectores, el GT avanza en la implementación del necesario marco regulatorio, con el objeto de consolidar reglas más modernas e innovadoras, que estimulen el surgimiento de nuevas fintechs.

Las instituciones que están presentes para el cumplimiento de cada uno de estos proyectos de innovación financiera son la Asociación Brasileña de Desarrollo (ABDE), el Sistema Nacional de Fomento (SNF), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Comisión de Valores Mobiliarios (CVM) y la Iniciativa Climática Internacional (IKI).

1.1.4.2. Caso de Innovación financiera en Ecuador.

Dinero Electrónico en Ecuador y su impacto en la inclusión financiera.

La introducción del Dinero Electrónico; es el primer caso en el mundo de un dinero que se basa en teléfono móvil administrado y controlado por un gobierno central, en Ecuador a finales

de 2014, la iniciativa busca lograr la inclusión financiera de casi el 60% de la población que actualmente no tiene acceso a los servicios financieros y proporcionar una manera más simple, rápida y barata a la ciudadanía un medio que permita hacer transacciones financieras.

Ecuador acogerá el primer sistema de pago electrónico estatal, el denominado Sistema de Dinero Electrónico, el dinero electrónico será emitido por el Banco Central del Ecuador (BCE), denominado en dólares estadounidenses en conformidad con lo dispuesto en el Código Financiero del país. Se almacena y se intercambia solamente a través de dispositivos móviles electrónicos, este sistema será proporcionado a un bajo costo dado que la administración se realizará por parte del BCE, evitará problemas de compatibilidad con los diferentes sistemas y operadores de telefonía, además este dinero electrónico se puede utilizar solo con la clave individual que el usuario registrará en la plataforma del BCE.

Este sistema no requiere acceso a Internet o una cuenta en una institución financiera, y se puede canjear por dinero físico en cualquier momento, cada ciudadano podría ser titular de una cuenta y participar en otras dos, con un límite máximo de nueve mil dólares que tendrá lugar en la cuenta, pero no hay mínimo, además esta cuenta no genera intereses y le permite hacer pagos desde el teléfono, a través de los requisitos para las personas naturales son el número de cédula de identidad y un número de teléfono celular.

El objetivo principal es la inclusión financiera, por lo tanto, las tasas serán mucho más bajas que las que prevalecen en el sistema bancario, que van desde servicios gratuitos hasta USD 0,25, pues por la activación de una cuenta es gratuita y en el caso del sistema financiero ecuatoriano por el paquete de Cuenta Básica se cobra hasta USD 5.38. Además, hay que pagar hasta USD 0,45 para un retiro en el sistema bancario, mientras que en el DE la carga es un tercio de la misma, USD 0,15.

El sistema propuesto cobra honorarios reducidos debido que el programa no busca la rentabilidad de sus servicios, a diferencia de otros países donde los servicios son proporcionados

por operadores móviles y están restringidos a las transacciones que involucran a los clientes del operador – alternativamente, un cargo extra se cobra a los que quieren realizar transacciones con otros operadores –, en el caso ecuatoriano los ciudadanos pueden utilizar cualquier teléfono y tratar con cualquier operador telefónico sin cargo extra en su cuenta.

El Banco Central toma la iniciativa de este proyecto para llegar a la población Rural y Urbana con una nueva alternativa de acceso a servicios financieros, del cual se espera eliminar las barreras geográficas para que la población tenga un fácil y rápido acceso a un medio de pago

Es por esto que en su estudio Moncayo (s.f.) concluye que los pequeños honorarios producidos por los servicios que serán proporcionados en el dinero electrónico en comparación con los precios medios practicados en el sector financiero pueden aumentar la inclusión financiera en nuestro país, pues a diferencia la mayoría de los sistemas de dinero móvil u electrónico manejados por distintas empresas de telefonía móvil, el dinero electrónico será sin fines de lucro y no tendrá un cargo adicional por las transacciones realizadas con otras operadoras.

Digital Bank Quito.

Este proyecto Digital Bank Quito es realizado a través de un evento para fomentar el uso de las fintech, es decir las tecnologías de la información aplicadas al sector financiero, este evento está diseñado para reunir a todos los actores del ecosistema fintech del Ecuador, siendo los principales ejes bancos y las empresas proveedoras de tecnología y soluciones informáticas, el principal foco es el concurso para ‘start ups’ locales e internacionales, que se encargan de presentar sus propuestas innovadoras ante potenciales clientes que vienen de la banca y otros sectores de la economía (Maldonado, 2017).

Para la Asociación de Bancos Privados este evento representa el primer eslabón de nuestro gran proyecto de competitividad financiera, este proyecto Digital Bank tiene el objetivo de promover la innovación financiera en Ecuador, por medio de la colaboración entre la banca y los

proveedores tecnológicos, en donde se creen alianzas estratégicas y se impulse la cultura de innovación y colaboración entre la banca, emprendedores Fintech y servicios de apoyo locales e internacionales.

Anteriormente los bancos del Ecuador eran reconocidos como precursores de la innovación en servicios financieros en América Latina, pues Ecuador tenía altísima calidad en software financiero, pero por varios motivos económicos y políticos se perdió esa ventaja competitiva y el ritmo de innovación se disminuyó, es por esto que muchas empresas tecnológicas se vieron obligadas a migrar, es por eso, que la asociación de bancos busca relanzar la innovación bancaria en el país, volver a reconectar a los actores que influyen dentro del ecosistema financiero.

En Ecuador se pueden encontrar distintos proyectos que engloban las fintech, una buena parte de los bancos están cambiando el modelo de negocio de sus servicios para ofrecer una experiencia digital y móvil que sea de calidad, estando enfocados en los omnicanales es decir canales que les permitan llegar a un mayor número de clientes, con el pasar de los años se han observado emprendimientos que tienen soluciones disruptivas en temas de fraude, seguridad, medios de pago, educación financiera, transacciones persona a persona, aunque es corto el nivel en comparación con otros países, el despunto resulta ser muy interesante (Pinto, 2017).

Pues en cualquier país del universo para que exista una aceptación de distintos proyectos se necesita un cambio letal en la cultura para así lograr conseguir una mayor apertura al desarrollo tecnológico, para cumplir esto hace falta el apoyo del sector público para así desarrollar un sistema regulatorio que se centre en fomentar la innovación financiera, y que permita una competencia sana y equilibrada entre las fintech y los bancos.

Los entes reguladores deben crear y tener diálogos con la banca, empresas tecnológicas y los emprendedores, enfocándose en las necesidades financieras, es importante mencionar que el futuro de la banca, de los servicios y productos financieros ofrecen amplias oportunidades para emprendedores y nuevos emprendedores pues existen un sinnúmero de brechas dentro de la

tecnología y modelos de negocios que necesitan obtener y aplicar distintas soluciones innovadoras.

1.1.4.3. Innovación financiera en la provincia de Loja.

Kullki – Fintech.

A través del Banco de Loja, el departamento de Biología la Universidad Técnica Particular de Loja y Aminael Sánchez, de CEO del emprendimiento nace el proyecto llamado Kullki, este proyecto se trata de una plataforma de préstamos de persona a persona (P2P lending) o red social financiera que tiene como objetivo buscar acercar a los ecuatorianos con un club de inversores para conseguir créditos.

Según información obtenida de la revista digital itAhora (2018) la idea quiere llegar al menos a 3 millones de ecuatorianos que resultan ser “invisibles” para el sistema financiero, es decir, para quienes no tienen un historial crediticio ni llegan a tener una calificación para un crédito bancario.

Kullki tiene un producto denominado k social score que se basa explícitamente en la minería de datos tomados de las redes sociales, en donde se puede calcular si una persona es socialmente confiable y dar a la banca una alternativa para la calificación de riesgo del cliente.

Estos datos nos permitirán levantar indicadores de estabilidad emocional, diversidad y consistencia que posteriormente serán claves al momento de acceder a un crédito. Debido a las regulaciones que actualmente rigen en nuestro país sobre intermediación financiera en Ecuador, Kullki funciona en asociación con la banca y con las finanzas.

Estabilidad emocional, esta dimensión, señala la capacidad de una persona para soportar situaciones de estrés. Las personas con puntuaciones altas en neuroticismo generalmente van a mostrar ansiedad, preocupación y baja autoestima, tienen tendencia a enojarse con facilidad y suelen ser personas más inseguras. En el polo opuesto, las personas con puntuaciones bajas en

neuroticismo tienen una mayor estabilidad emocional, y por tanto, tienden a ser calmadas y seguras de sí mismas.

La amabilidad pues esta dimensión se refiere a la propensión de un individuo a ceder ante otros, las personas que son altamente afables/agradables son cooperativas, cálidas y confiadas. Las personas que obtienen una puntuación baja suelen mostrarse más frías, desagradables y antagónicas. Generalmente las personas que tengan puntuaciones altas aceptarán y respetarán las normas con más facilidad. No obstante, conviene tener presente que muchas de las personas más creativas e innovadoras son aquellas capaces de desafiar el statu quo.

Otro indicador que mide es la extraversión, en donde se procura identificar el nivel de comodidad del individuo en las relaciones. A prioridad, ser extrovertido o introvertido no es ni bueno ni malo, simplemente disfrutan del contacto social de manera distinta. Los extrovertidos tienden a ser gregarios, asertivos y sociables mientras que los introvertidos tienden a ser reservados, tímidos y callados. Si una empresa está buscando un perfil comercial, un jefe de equipo, alguien que deba ejercer funciones de liderazgo, se requiere una puntuación alta en extroversión. En cambio, si la posición que se quiere cubrir no requiere de una gran sociabilidad, una puntuación baja no supone ningún obstáculo.

La conciencia o responsabilidad que es una tendencia a ser organizado y confiable, mostrar autodisciplina, actuar diligentemente, aspirar al logro y preferir el comportamiento planificado en lugar de espontáneo. La alta conciencia a menudo se percibe como obstinación y obsesión, la falta de escrupulosidad se asocia con flexibilidad y espontaneidad, pues también puede aparecer como descuido y falta de fiabilidad. Finalmente la apertura a la experiencia que refleja la tendencia de una persona a interesarse por distintos temas y a su grado de fascinación por lo novedoso. Por tanto, la apertura a la experiencia puede ser un buen indicador de la creatividad ya que estos individuos disfrutan hibridando conocimiento, en el otro extremo encontramos a personas con un pensamiento más convencional y probablemente más resistentes al cambio ya que prefieren lo conocido.

1.2. Modelo de aceptación tecnológica

Es importante hacer presente en esta investigación la importancia de los modelos más utilizados en la innovación bancaria y financiera, para así determinar los factores que inciden en el uso de los corresponsales no bancarios, pues el TAM o Modelo de Aceptación tecnológica fue diseñado especialmente para pronosticar la aceptación de los sistemas de información por los clientes y usuarios en las organizaciones o empresas.

Este Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM, por sus siglas en inglés Technology Acceptance Model) fue perfeccionado y desarrollado por el investigador Fred Davis (1986), esto realizado como parte de una estipulación con IBM Canadá, Ltd., con el único objetivo de evaluar y analizar el mercado potencial que existía en esas épocas para así poder guiar y ordenar la producción de nuevos e innovadores productos. Este modelo maneja varios parámetros que sirven de medida para así pronosticar la aceptación que tienen los usuarios a través de evaluaciones psicométricas que también fueron adecuadas y acondicionadas a las indagaciones que se desarrollan en los años 80 sobre procesos de información (Fernández, McAnally y Vallejo, 2015).

Así mismo este modelo hace el uso de un método de los valores que son esperados en la Teoría de Acción Razonada (TAR) y suplanta las acciones y actitudes que se definen en la teoría mencionada por dos nuevos conceptos y constructos que son la facilidad del uso y la utilidad percibida, así mismo a parte de estas variables, en este modelo se incluye la actitud que los usuarios tienen hacia el uso de la tecnología y la intención de uso (Fernández et al., 2015).

Según información de distintas investigaciones Davis (1989) agrega que el propósito principal del TAM es el explicar los elementos y factores que determinan el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) por un grupo grande de usuarios.

Este modelo resulta ser muy importante pues la medición del uso y la facilidad de su manejo permiten determinar la intención que tengan los usuarios o las personas para

usar este proceso, aunque también es necesario identificar las variables externas que intervienen en la utilidad percibida por quienes hacen uso de las TIC's y así establecer la relación que existe con el resultado de uso de estas tecnologías (Yong, Rivas y Chaparro, 2008).

1.2.1. Teorías de aceptación

Existen muchas teorías que explican la incorporación de las tecnologías en todos los ámbitos, ya sean educativos, sociales, culturales, financieros y económicos, aunque en algunos sectores su aceptación sigue siendo limitada en algunos sectores, sin embargo con el pasar de los años a medida de que se han ido integrando tecnologías a la vida diaria, se hace sumamente necesario e importante el conocer y analizar la potencia innovadora que se atribuye a distintas herramientas tecnológicas (Fernández et al., 2015).

Es por esto que en la presente investigación se hace mención a las inmediateces que son las bases de la aceptación tecnológica y así comprender de una mejor manera las variables y factores que se debe tomar en cuenta para analizar la percepción de los individuos con los corresponsales no bancarios, a través de teorías que sostienen y respaldan la aceptación tecnológica.

1.2.1.1. Tradiciones psicológicas que explican a la aceptación tecnológica.

Es importante mencionar que según varias investigaciones se identifican dos corrientes importantes que son la corriente sociocultural y la corriente psicosocial, aunque varios estudios mencionan que posiblemente estas corrientes no sean las únicas que los investigadores utilicen para poder basar su teoría e investigación, pero claramente se menciona que la psicología social engloba las tradiciones que anteriormente se mencionó aportan y ayudan a entender o explicar el origen social y cultural en donde está involucrada la sociedad y su relación con las herramientas tecnológicas.

Markus y Hamedani (2007), afirma que la tradición sociocultural hace referencia a la formación de factores psicológicos en base a la cultura o a los individuos, lo que explica que no se puede forjar la mente humana, sin tomar en cuenta la construcción social de significados que se encuentran entorno a los instrumentos culturales. Distintos autores como Wertsch (1998) concuerdan en que los procesos de desarrollo de los humanos tienen su principio y origen en la cultura, este desarrollo se relaciona con la adjudicación de herramientas culturales y psicológicas que les permiten competir dentro de la sociedad.

Fernández Morales et al., (2015) menciona que de la misma manera la corriente psicosocial hace ahínco en los factores culturales y sociales, desde este enfoque se admite que los elementos psicológicos de los individuos se construyen en base a la sociedad, sosteniendo que la parte social y psicológica son independientes pero al mismo tiempo no se pueden separar.

1.2.1.2. Teoría de la conducta humana – TIB.

También llamado Modelo de Utilización de la PC (MPCU), desarrollada por Triandis en el año 1971, luego de varios años en trabajo conjunto con Thompson, Higgins y Howell en 1991 realizan una adecuación de esta teoría, en donde surge el MPCU, planteándose que la conducta que presentan los individuos en relación al uso de nuevas e innovadoras tecnologías, puede ser pronosticada por la mezcla de la intención de usar, que comúnmente se basa en la actitud y en la forma en que el individuo usa el computador; así también las normas que la sociedad instituye en el uso de la tecnología, el entorno laboral, las cotidianidad, los beneficios que obtendrá el individuo el momento de hacer uso de herramientas innovadoras (Fernández et al., 2015).

Es por esto que esta corriente o modelo toma en consideración diversos elementos como son las habilidades y conocimientos previos o sus precedentes, así mismo la complejidad o barreras de uso; los distintos factores sociales y las condiciones facilitadoras y que mejoran la aceptación de estos instrumentos.

1.2.1.3. Teoría unificada de la aceptación del uso de la tecnología.

Distintas teorías de la corriente sociocultural y de la corriente psicosocial, de la que se desprende la Teoría De Acción Razonada (TAR), la Teoría De La Motivación (MM), Teoría Del Comportamiento Planificado (TPB), Teoría De La Conducta Humana (MPCU), Teoría De La Difusión De Las Innovaciones (IDT), Teoría Social Cognitiva (SCT) y el Método de aceptación tecnológica (TAM), que son teorías que llevaron a explicar y entender la aceptación del uso tecnológico, es por esto que nace un modelo integrador llamado Teoría Unificada De La Aceptación Del Uso De La Tecnología (UTAU), la cual toma como base semejanzas conceptuales que se fueron manejando a medida que surgían a través de los años distintas investigaciones (Venkatesh, Morris y Davis, 2003).

Esta teoría emplea cuatro elementos esenciales como es la expectativa de esfuerzo, expectativa de desempeño y de actividad, condiciones facilitadoras e influencia social con sus pertinentes recomendaciones y relaciones con variables de control como lo son edad, género, uso obligatorio de equipos de computación y la precedente práctica y experiencia de cada uno de los usuarios.

Existen varias perspectivas y puntos de vista de desempeño que se especifican como el horizonte de beneficio que el usuario pretende obtener mediante el uso un método de información y se compone por el uso de otros modelos como el modelo de aceptación tecnológica - TAM, así mismo la motivación extrínseca del MM, también el perfil de trabajo de la teoría de la conducta humana - MPCU y las ventajas relativas de lo que es la teoría de la difusión de las innovaciones - IDT. Lo contrario pasa con las expectativas existentes de esfuerzo que están relacionadas con la facilidad de uso del sistema de información, también se desarrolla por otros modelos como la percepción de la facilidad de uso, complejidad y la facilidad. La influencia social especifica el grado en que un individuo aprecia que el usar los sistemas es importante para la colectividad e incluye varios elementos y teorías, factores sociales del MPCU y el nivel de percepción del uso

de la innovación. En definitiva las condiciones que se identifican como facilitadoras muestran el grado en que un usuario descubre la organización de la cual es parte de manera que aporta en el uso de un proceso tecnológico y agrega la percepción que tiene acerca del control del comportamiento, de las situaciones facilitadoras de la conducta humana y la semejanza y compatibilidad que surge de las innovaciones (Fernández et al., 2015).

1.2.1.4. Teoría del comportamiento planificado – TPB.

Durante varias décadas la teoría del comportamiento planificado ha constituido la base teórica y conceptual de varios estudios que han estado centradas en el comportamiento del consumidor, donde ha sido considerado como un modelo mucho más amplio que el modelo de aceptación tecnológica, pues esta teoría permite explicar o exponer cualquier comportamiento humano y no solo el uso de innovaciones tecnológicas (Emergentes, Tavera y Londoño, 2014).

Esta teoría asume que la intención y característica de comportarse tiene dos antecedentes que son la norma subjetiva y la actitud, en donde la norma subjetiva se la puede definir como la percepción y apreciación que tiene un usuario, de que el mayor número de clientes que resultan ser de gran significancia especulan que deberían o no realizar este tipo de comportamiento. La teoría de comportamiento planificado agrega un elemento del “control del comportamiento percibido” que se lo define como las percepciones que tienen los individuos acerca de la presencia y no de oportunidades que son necesarios para el desarrollo de este comportamiento (Schifter y Ajzen, 1985).

Claramente se explica que la intención o propósito es el mejor determinante de la actuación, pero en cambio la norma subjetiva, el control percibido y la actitud son los elementos que facilitan el conocimiento y comprensión de las variables que expresan cada una de las acciones.

1.2.1.5. Teoría de acción razonada – TAR.

Sus inicios son en la psicología social, de manera que explica la relación existente entre las actitudes, intenciones, creencias, procesos grupales y la conducta, presume que cada uno de los

individuos son seres racionales que usan metódica y sistemáticamente la investigación e información que es útil; esta teoría además establece una predicción en el actuar de cada usuario frente al propósito de función o acción que tiene este, cada una de las intenciones deben estar claramente especificadas en conocimientos de contexto, acción y objetivo; además con una teoría de tipo cognoscitivista que se define por estar orientada al conocimiento de las cosas en base a la percepción de objetos y relaciones existente entre ellos, así mismo esta visión establece la necesidad de contextualizar comportamientos individuales que se hallan penetrados por grupos (Fernández et al., 2015).

León, Ballesteros, Medina y Barriga (2014), agregan que en esta teoría las creencias que poseen cada individuo determinan su actitud, más cuando estas actitudes frente a un objeto están relacionadas con la fuerza de las creencias, el realizar una evaluación positiva y negativa a cada una de las actividades, pues depende de los resultados que resultan de ella y de la percepción que existe sobre la presión que se ejecuta en un individuo el entorno social que lo motiva.

La teoría de acción razonada – TAR, instituye que los usuarios toman en consideración las discrepancias que existen al momento de efectuar o no efectuar una conducta definida, así mismo conserva que las acciones del usuario resultan debido a dos factores básicos y determinantes, el primero que es el de carácter personal y el segundo que tiene mucho que ver con la influencia que tiene una sociedad (Fernández et al., 2015).

Con esto se explica que TAR, es una de las teorías que nos ayudan a analizar y comprender el concepto de apropiación y aceptación tecnológica, pues en este caso se considera como objeto a la tecnología, siendo la facilidad de uso, la utilidad y el disfrute sus atributos, es por esto que el momento en que la teoría de acción razonada - TAR fue adecuada al área de tecnología surge el modelo de aceptación tecnológica – TAM que será presentado en las siguientes páginas de esta investigación.

1.2.2. Modelo TAM

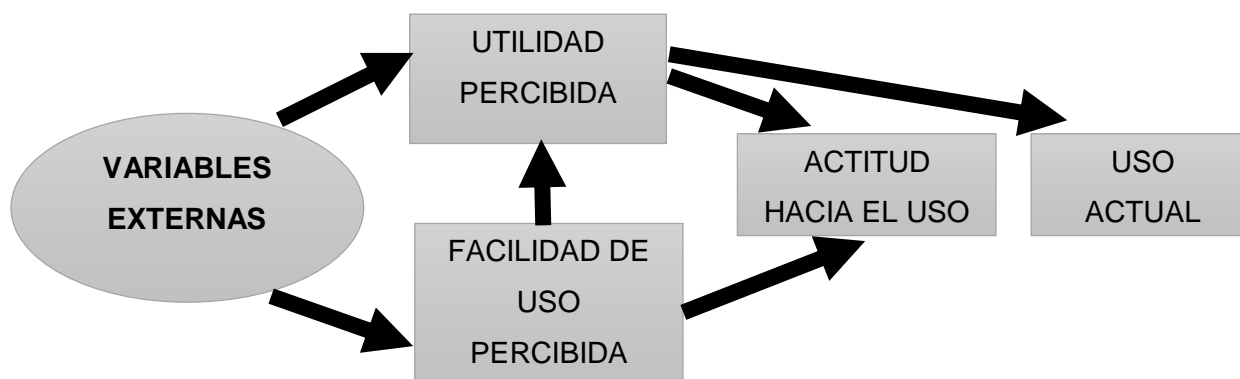
1.2.2.1. Historia del TAM.

Este modelo fue presentado en el año 1986 por Davis, con el objetivo más importante el de responder a la pregunta del porque los usuarios usan las tecnologías, este modelo en sus inicios se basó en la teoría de acción razonada (TRA) que proyecta que las conductas de las personas dependen de las creencias que tengan y de su personalidad, también afirmo que el uso de las tecnologías obedecían de la percepción de factibilidad de uso y de la percepción de utilidad, pues estas dos variables influyen en la actitud del uso que al mismo tiempo establece el propósito del comportamiento real de usar la tecnología (Cataldo, 1986).

Después de algunos años, muchos investigadores propusieron validar el modelo, pues a través de varios trabajos se pudo demostrar la confiabilidad y validez de este, a su vez que lo fueron extendiendo, identificando las variables externas que inciden en la utilidad percibida (PU) y la facilidad percibida de utilizar (PEoU). Asi mismo se trató de incluir distintas características organizacionales, individuales y de actividades o tareas a este modelo, luego de esto otros investigadores proponen una versión extendida del TAM, que denominaron TAM2, modelo que incluyó un grupo de variables moderadoras y determinantes de la utilidad percibida (PU), incluso con el pasar del tiempo se incluye la última extensión del TAM, denominado TAM3, en donde se agregaron distintas variables determinantes de la facilidad percibida de utilizar (PEoU) (Cataldo, 1986).

Es de mucha importancia recalcar que la principal crítica que se le hace con el pasar de los años a este modelo es la falta de base empírica y experimental, es por esto que existen diversos estudios durante toda la época de los años 90 que varios investigadores se dedicaron a buscar mayor firmeza y consistencia a la teoría de este modelo.

Figura 3
Modelo de Aceptación Tecnológica



Nota. Adaptado de Davis (1989)

1.2.2.2. Lo que engloba el Modelo TAM.

Es importante resonar acerca de que el modelo TAM tiene variaciones dependiendo de la versión o necesidad por la cual se utiliza, ya que se han incorporado nuevos factores y elementos, uno de los aportes más importantes sobre el trabajo de investigación inicial realizado por Davis, fue la de los investigadores Grove y Segars en el año 1992, que luego en el año 2007 fue ampliada por Workman, en cada una de las investigaciones se valoraron tres elementos importantes que son la utilidad percibida, facilidad percibida y disfrute percibido, cada una de estas variables sugieren la adopción de la tecnología (Martín, 2018).

Utilidad percibida (PU)

Esta utilidad percibida hace referencia al nivel en que una persona cree que utilizando un sistema en específico podría mejorar o en si mejoraría su grado de desempeño en el trabajo, pues el objetivo del modelo TAM es el explicar y exponer cada una de los orígenes de aceptación tecnológica por quienes las usan, proponiendo que la percepción de una persona en cuanto a la utilidad de un proceso o sistema de información es incuestionable para así determinar el grado de intención de usar esta tecnología (Antonio, Varela y Chaparro, 2009).

Es una variable sumamente importante en el proceso de adopción al momento en que los individuos realizan transacciones o compras a través del internet, ya sea cuando realizan las primeras compras como en el futuro la realización de otras adquisiciones, en ambos contextos la utilidad percibida en Internet como medio de realizar compras tiene una influencia directa sobre el propósito de comportamiento pero también influye de una manera indirecta a través de las actitudes e intenciones del usuario (Bosque y Crespo, 2008).

La aceptación de las nuevas tecnologías no se puede deducir sin el convencimiento de quien las incorpora que va a tener ganancias con su uso, y esto se puede dar en la vida personal o en el trabajo. Depende de la credibilidad de los usuarios si creen que van a obtener utilidad al incorporar estos elementos y por ende adquirirlos, pues existen muchos estudios e investigaciones sobre la capacidad de medir esta magnitud, tomando en cuenta que en los últimos años se contemplan alternativas para calcularla.

Facilidad de uso percibida (PEoU)

Se la define como el grado en que un individuo cree que el usar un sistema que sea particular está libre de esfuerzo, presentando una relación totalmente directa con la actitud o intención que se tiene con el uso y, en la medida en que esta es contraria a la complejidad o confusión existente del uso, también interviene en la utilidad percibida, un claro ejemplo es cuando un sitio web que es fácil de usar tiene más probabilidades de que sea percibido con un sitio Web útil, pues el usuario preferiría usar aquella página web menos compleja y más entendible (Sánchez, Martín y Villarejo, 2007).

Existen diversas variables externas que intervienen de manera directa en la facilidad de uso percibida y la utilidad percibida, pues por medio de la influencia directa antes mencionada en ambas percepciones, las variables o factores externos llegan a participar de manera indirecta en la actitud frente al uso, la condición, intención y la conducta para el uso real. Además esta

PEoU cumple un efecto causal en el disfrute percibido, a parte del efecto de gran significancia de esta variable en la intención del usuario hacia el uso de la tecnología (Antonio et al., 2010).

En conclusión la facilidad de uso hace referencia a las actividades y al trabajo que se disminuiría gracias a la aceptación de tecnologías innovadoras, pues a nivel mundial existen muchas personas que se le ha hecho difícil incorporarse a la era digital y asumir procesos como el navegar en internet; la dificultad existente en un individuo que perciba la utilización de una tecnología nueva es un determinante para que este pueda decidir si adoptar o no definitivamente.

Disfrute percibido (PD)

Determinan la gran parte la actitud y la intención de uso, así mismo es una de los factores que motivan para darle uso al internet, es por esto que este factor hace referencia al grado en que una persona piensa que el uso de la tecnología es agradable (Fernández, 2017).

De igual manera afirman que el disfrute percibido fue un predictor significativo e importante de la percepción de utilidad, facilidad de uso y de la intención o actitud del uso de la tecnología, se destaca también la importancia que alcanza el disfrute percibido, agregando la orientación y autoeficacia a la meta son también elementos determinantes del uso que se le da al internet, así mismo se debe tomar en cuenta que la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida variables antes mencionadas actúan como antecedentes y son los determinantes fundamentales en la aceptación del usuario, la actitud o en esta tercera variable que es la intención o el disfrute hacia el uso de un computador (Teo y Noyes, 2011).

En este caso la actitud y el disfrute que se tiene hacia el uso es primordial para poder acoger las nuevas tecnologías, el saber cuál es la preferencia y predisposición de la población hacia estos procesos, en los últimos años la tecnología es accesible y está disponible, ya no se trata de una cuestión de tener una actitud positiva o negativa sobre el uso de la tecnología, sino en que si las personas cuentan con un dispositivo móvil como una inversión a corto plazo, pues

en general es una intención proactiva y también implica las ganas de tener estas tecnologías en la vida diaria.

1.2.3. Aplicaciones del Modelo TAM en el sistema bancario

Con el pasar del tiempo las transformaciones tecnológicas han influido en el entorno bancario y financiero sobre todo en lo que tiene que ver con el servicio al cliente, por lo que es importante tener en cuenta, siendo así que a continuación se presentan estudios que se relaciona a la adaptación o rechazo de los servicios electrónicos que de la misma manera hacen referencia a los factores que influyen en la percepción de la calidad y satisfacción de los usuarios.

Chiou (2012) a través de un estudio en el cual se explicó la intención del uso de la banca a través de internet, agregando las contradicciones de las experiencias que un cliente o usuario ha tenido con una entidad financiera, en donde utilizo el Modelo de Aceptación Tecnológica para discutir el proceso de adaptación y aplicación de una nueva tecnología, este autor utilizo una metodología de tipo cuantitativa dos grandes estados de la banca.

Es importante mencionar que la banca por internet es el acceso al proceso financiero y bancario a través de una plataforma virtual que es configurado por una entidad, donde quienes son parte de esta puedan realizar sus transacciones, ya sean solicitar créditos, pagar cuentas y realizar inversiones, donde también existen grandes riesgos como lo es la seguridad de los datos, elementos de fraude y la privacidad, pues por esto quienes son consumidores necesitan de información exhaustiva sobre los servicios en línea (Amos, 2018).

En este estudio realizado que confirmó que los elementos de modelo del TAM: utilidad percibida y la facilidad del uso percibida, intervienen significativamente en la actitud del consumidor, a su vez afecta el propósito de estos en utilizar servicios automatizados; demostrando también que la confianza y satisfacción percibida con una entidad física, tienen una consecuencia positiva en la voluntad del consumidor de invertir sus recursos en ese banco. Es importante tomar en cuenta las barreras que se encuentran presentes al estilar los servicios y

transacciones en línea, pues fácilmente no es capaz que una entidad convenza a sus clientes de utilizar la banca por internet afirmando que tienen un sistema seguro, la industria de los bancos deben identificar a fondo maneras seguras y lógicas para ofertar sus servicios y productos a través de internet esto de la mano con los desarrollos tecnológicos (Chiou, 2012).

A través de la teoría existente acerca de Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM), distintos autores examinan cómo las barreras tecnológicas en el caso de la banca, los dispositivos móviles influyen de una u otra manera en la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida elementos que intervienen en el modelo. Los inconvenientes y barreras antes mencionadas se pueden clasificar en dos grupos, el primer grupo que se presenta como barreras funcionales que son las barreras de utilidad, barreras de valor y barreras de riesgo y el segundo grupo que pertenece a las barreras psicológicas que engloba a las barreras de tradición y barreras de imagen (Rammile y Nel, 2011).

El estudio realizado a partir de una metodología de tipo cuantitativa con un muestreo no probabilística de 288 individuos interceptados en un mall, aplicándoles una evaluación de la escala de Likert , que es una graduación psicométrica utilizada comúnmente en cuestionarios y es una escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, los resultados arrojados expresaron que el modelo TAM puede ser manejado para explicar la calidad y el nivel en que distintos factores de resistencia intervienen en la adaptación de la banca por el dispositivo móvil. Estos resultados también proponen que cada uno de los usuarios tiene la necesidad de estar más informados, por ende también las entidades están obligadas a proporcionar información sobre los beneficios de la banca por celular y así los clientes puedan valorar este tipo de servicio (Amos, 2018).

Es muy factible el especificar la facilidad del uso de esta tecnología, a su vez de este servicio, la extensa teoría y distintas investigaciones aportan a quienes están en frente de la bancarización a tomar decisiones e iniciativas innovadoras de marketing tecnológico más

entendidas, las mismas que podrían ser de utilidad para los clientes de estas entidades los mismos que se ven motivados al uso de la banca a través del celular, esto desde la perspectiva de cada uno de los beneficios que su uso ofrece, recalcando que estos beneficios y bienes superan el mínimo costo de aprender a manejar.

Capítulo dos

Caracterización Territorial Del Cantón Paltas

En el cantón Paltas no se han realizado investigaciones específicas sobre la innovación bancaria y financiera, es por eso que los objetivos específicos de este trabajo de investigación es el de caracterizar los corresponsales no bancarios (CNB) que existen en la provincia de Loja, específicamente en el cantón Paltas, cabecera cantonal Catacocha y el establecer los factores que determinan el uso de estos corresponsales, principalmente para la evaluación y análisis de la percepción que tiene la población paltense sobre estos, para lo cual es necesario describir la información general del cantón, su historia, las principales actividades económicas a las que se dedica la población.

Así mismo algunos indicadores sociales y económicos que más adelante servirán para el análisis de cada uno de los datos obtenidos con información de la población, de la misma manera será importante conocer y describir sobre la estructura del sistema bancario del cantón y así conocer la realidad financiera de este.

2.1. Antecedentes e información general del cantón Paltas

Durante los años de integración, Loja estuvo habitada por dos etnias nombradas Paltas y Malacatos, la cultura Paltas dominaba una parte de las serranías orientales lojanas siguiendo las cuencas de los ríos Chira, Catamayo y Puyango – Tumbes (Perú), hasta el bosque seco del Norte peruano. Así mismo el valle de los Cuxibambas por su fecundidad y ubicación estratégica estableció la sede del poder de quienes conformaban los Paltas, constituyendo de esta manera un eje activo de intercambio, información que ratifica el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) del cantón Paltas (GAD Paltas, 2015).

Paltas con su cabecera cantonal Catacocha, es un cantón perteneciente a la provincia de Loja, ubicado al Sur de la República del Ecuador, además que es uno de los cantones más

antiguos de la provincia, constituyéndose el 25 de junio del año 1824, seis años antes que la misma República del Ecuador, su nombre lo lleva por la presencia de la etnia preincaica Palta en estas tierras, así lo afirma (Wilson y Criollo, 2015).

Catacocha proviene de la lengua Palta: CATAY-COCHA que significa Aquí lagunilla, la misma que se deriva de las palabras CATA= cobija y COCHA= laguna, es decir Laguna Cobijada. Algunos historiadores afirman que una pareja de indios, al pasar por estas tierras se asombraron por la laguna que aquí se encuentra, luego con la venida de los españoles se dio por llamarle Catacocha y más tarde Villa de San Pedro de Catacocha (María y Aguirre, 2014).

2.1.1. Datos generales del cantón Paltas

Según información del Gobierno Autónomo Descentralizado de Paltas (GADP) actualmente la población se conforma por 23 801 habitantes, con una extensión de 1.124 Km²; con un clima templado – frío, 18 a 20° c. de temperatura. Limitando al Norte con los cantones de Chaguarpamba, Olmedo y la provincia de El Oro; al Sur con los cantones Sozoranga, Celica y Calvas; al Este con los cantones de Gonzanama y Catamayo; y al Oeste con el Cantón Puyango.

Rango altitudinal del cantón Paltas en el lado este desde los 800 metros sobre el nivel del mar (m.s.n.m) hasta los 2540 m.s.n.m. Considerando que el rango climático en la parte alta llega hasta los 12° c. y en la parte baja hasta los 24° c.

En la ilustración número 1 se observa la ubicación geográfica del cantón Paltas, las parroquias urbanas y rurales que la conforman, así como sus límites territoriales:

Ilustración 1

Ubicación geográfica del cantón Paltas



Nota. Investigación de GAD Paltas.

2.1.2. Actividades económicas

En lo que respecta a la actividad económica que realiza la población paltense, se encuentran con mayor representatividad las actividades que se encuentran vinculadas al sector primario como es la agricultura, ganadería, así mismo la explotación de minas representando a nivel de población en este sector un 71,2 %.

Luego se encuentra el sector terciario con varias actividades como son el transporte y almacenamiento, el comercio al por mayor y menor, servicios de alojamiento y comida que representan un 12,3 % de la población; en último lugar se encuentra el sector secundario donde sobresalen actividades como industrias manufactureras y la construcción que representa el casi 6% de población paltense ocupada (GAD Paltas, 2015).

2.1.2.1. Sector agropecuario.

Guamán (2014) en su estudio menciona que el eje agrícola en el cantón Paltas es muy diverso por la variación climática existente, pues a pesar de que existe una mínima productividad del suelo, por la erosión de tierras productivas que en los últimos tiempos se han visto afectadas debido a los agroquímicos, esta actividad sigue siendo el sector que más representa para los ingresos de los habitantes.

Este sector engloba a tres zonas de producción: la primera que es la producción de bienes de autoconsumo en huertas que tienen bajo riesgo; la producción ganadera y la producción prolongable de periodos cortos en zonas secas que actúan bajo el periodo de lluvias

2.1.2.2. Agricultura.

El cantón Paltas se encuentra en una transformación entre bosque seco y húmedo, por lo que los principales productos son el café, maíz, maní, frejol, frutales como es la naranja y caña de azúcar, en general Paltas cuenta con una producción agrícola que se forma en base principalmente en el maíz duro y seco que se evidencia en una mayor superficie de siembra, pero es importante mencionar que el rendimiento de este cultivo es bajo, otro de los cultivos que sobresale es el de la caña de azúcar, así como la producción de maní (María y Aguirre, 2014).

Es importante mencionar y conocer la tendencia en lo que concierne a la demanda de elementos que se producen en el cantón, pues considerando la información otorgada por el Plan Internacional-Catacocha, la producción que sale a la venta y además en ciertas épocas del año es adquirida por un 36,04% por comerciantes; 25,04% por intermediarios y un 16,39% se venden en mercados de otros cantones como Chaguarpamba y Celica; además un 9,75% es adquirido en las bodegas y el 12,78% la utiliza otros para consumo propio (Guamán, 2014).

2.1.2.3. Producción ganadera.

Guamán (2014) en su trabajo investigativo asegura que la producción ganadera es la segunda actividad con mayor implementación y consumo en el cantón Paltas, pues en los últimos años

este tipo de producción no tiene mucho significado, por su naturaleza de tipo extensiva y que actualmente ha sido una barrera para su expansión y producción, pero sigue siendo una de las principales producciones del cantón. La ganadería de mayor preferencia es la vacuna y en animales menores, con mayor representatividad se encuentra los chivos, cerdos y pollos.

A parte de la ganadería vacuna, ovina y porcina, existen diversas producciones de animales que generan una importante fuente de ingresos y alimento para distintas familias campesinas y que además se relacionan de forma significativa con la parte cultural y social del cantón (Guamán, 2014).

2.1.3. Indicadores sociales del cantón Paltas

2.1.3.1. Población del cantón.

Según información y datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2017) las proyecciones de la población se han realizado en base al último censo nacional del año 2010, esto por esto que en el cantón Paltas se ha proyectado el número de habitantes de la siguiente manera, teniendo en consideración varios ajustes y elementos en el desarrollo ya que los datos históricos del cantón han presentado un decrecimiento en el número de habitantes. En la siguiente tabla, se expone la proyección de los datos de habitantes del cantón Paltas:

Tabla 3

Proyección de la población del cantón Paltas

| Cantón | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 |
|---------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Paltas | 24.960 | 24.853 | 24.737 | 24.613 | 24.479 | 24.335 | 24.180 |

Nota: Adaptado del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Es importante indicar que de acuerdo a los datos compilados del INEC y del Sistema de Indicadores Sociales del Ecuador (SIISE, 2016) la población de Paltas sin los ajustes antes mencionados para su proyección es de 23.801 habitantes, que significa un 5,3% de la provincia de Loja, del cual un 27,8% pertenece al sector urbano y el 72,2% al sector rural; con una mayor

concentración de población en las parroquias de Lourdes y Catacocha y Lourdes, que representa un 51,27%.

Lo que respecta a la distribución por género la mayor parte de la población que se concentra en las mujeres con un 50,1% y con el 49,9% porcentaje que representada a los hombres; esta pequeña mayoría de población femenina se la puede explicar por los efectos que resultan de la migración, causa o proceso que involucra en mayor nivel al género masculino (Guamán, 2014)

2.1.3.2. Población por edades y grupos étnicos.

En el cantón Paltas la población se concentra en un más alto porcentaje en el rango de edad de 0 a 29 años, que representa un 54% del total de habitantes de Paltas, es decir que este cantón se compone en una mayor parte por la población joven, en la siguiente tabla, se hace mención a la población de acuerdo al rango de edad, ya que es importante considerar estos datos a la hora de realizar la evaluación sobre la percepción respecto del uso de los Corresponsales no Bancarios en la provincia de Loja.

Tabla 4

Población por edades año 2010

| Rango por edad | Población | % |
|------------------------------|------------------|-------------|
| Menor a 1 año | 431 | 2% |
| De 1 a 9 años | 4591 | 19% |
| De 10 a 14 años | 2871 | 12% |
| De 15 a 29 años | 4930 | 21% |
| De 30 a 49 años | 4704 | 20% |
| De 50 a 64 años | 3037 | 13% |
| De 65 y más años | 3237 | 14% |
| Total de la población | 23801 | 100% |

Nota. Adaptado del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

2.1.3.3. Educación.

Con datos del año 2015, el cantón Paltas inició con un número de 106 Instituciones Educativas (IE) de las cuales se reorganizaron en 8, resultando en el año 2015 un total de 98 instituciones educativas de las cuales 96 son instituciones fiscales y 2 que son fiscomisionales. En todos los métodos y también procesos que fueron llevados a efecto por la División Distrital de Planificación se mejoraron los recursos de docentes con el único objetivo de evitar contratos innecesarias esto sin desatender la parte pedagógica que es fundamental e imprescindible para brindar educación de calidad según información del Ministerio de Educación (MINEDUC, 2015).

En el anterior apartado se mencionó que en el cantón Paltas predomina la población joven, es por esto que la existencia de 98 instituciones en un cantón pequeño, comparado a nivel de todo el Ecuador es factible y viable debido a la situación que se me menciona, también es muy importante diferenciar la población estudiantil con el número de docentes ya que una educación de calidad depende de la eficiencia que los profesores desempeñen teniendo en cuenta los estudiantes asignados.

2.1.3.4. Salud

Con información de Ministerios de Salud Pública (MSP, 2016) el cantón Paltas cuenta con cinco puestos de salud que son permanentes, un puesto de Salud Itinerante, 2 centros de Salud que son Tipo A, un Centro de Salud Tipo B y un hospital Básico, los mismos que se encuentran registrados dentro del distrito 11D03 Paltas.

En las parroquias la atención en los Centros de Salud es de 08:00 a 17:00 y la cartera de servicios son consulta externa, odontología, enfermería y apoyo con Técnicos de Atención Primaria en Salud. Mientras tanto en el Centro de Salud Tipo "B", ubicado en la cabecera cantonal, los servicios son consulta externa, odontología, farmacia, obstetricia, equipo calificador de discapacidades, estadística y ventanilla de información, cuando se presentan casos complejos

se aplica el sistema de referencia y contra-referencia para trasladar el usuario al Hospital informa Ministerio de Salud Pública (MSP, 2016).

El Distrito de Salud tiene también a cargo el Hospital Básico donde existen servicios en consulta externa, especialidades como ginecología, traumatología, pediatría, medicina interna, cirugía, odontología y psicología. El mismo que cuenta con laboratorio clínico, farmacia, rayos X, eco obstétrico, emergencia las 24 horas (MSP, 2016).

Además, el Hospital básico dispone de pediatra neonatólogo, médicos cirujanos, gineco obstetras, anestesiólogo, traumatólogo, tecnólogos de rayos X laboratoristas, médicos residentes, psicólogo, médicos internistas, además de enfermeras y auxiliares de enfermería. Es así como de enero a junio de 2016 en el Hospital se atendieron a 6.770 usuarios y en los nueve centros de salud a 27.686 (MSP, 2016).

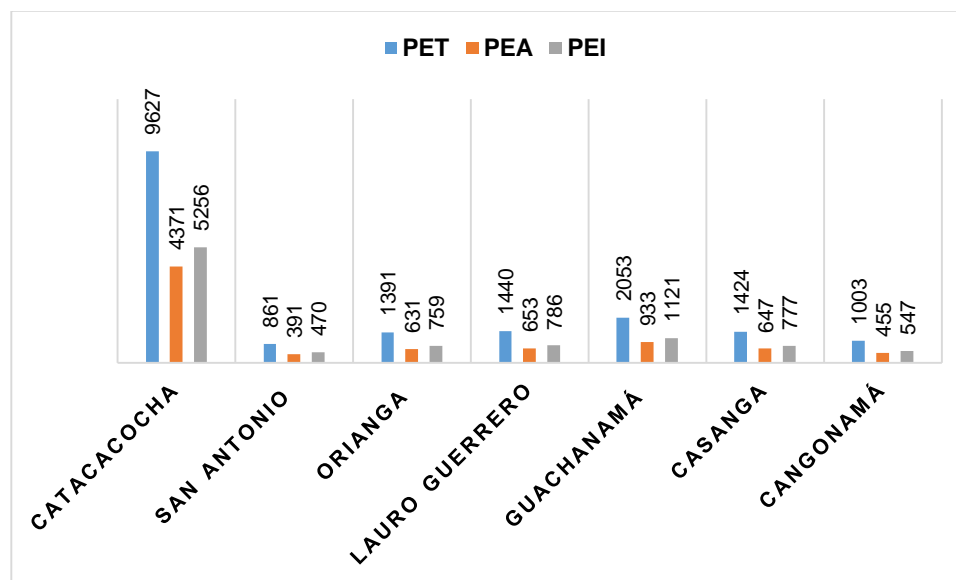
2.1.4. Indicadores ámbito económico del cantón Paltas

2.1.4.1. Empleo y trabajo.

En lo que engloba al ámbito económico como es empleo y trabajo, la población en edad de trabajar (PET) corresponde al 78,90% del total de la población del cantón Paltas, lo que significa un total de 18.779 habitantes que se encuentran en un rango de entre 10 hasta 65 años de edad, de esta población el 45,4% representan a la Población Económicamente Activa (PEA) y un 54,6% equivale a la Población Económicamente Inactiva (PEI), claramente se muestra un mayor porcentaje en la PEI ya que en el cantón Paltas, existe un alto porcentaje de población joven y además esta información añade que existe gran déficit de generación de empleo (GAD Paltas, 2015). A continuación, se muestra la distribución de los indicadores PET, PEA y PEI.

Figura 4

Distribución del trabajo y empleo, Paltas 2010.



Nota. Plan de Desarrollo y Organización Territorial de Paltas (2015)

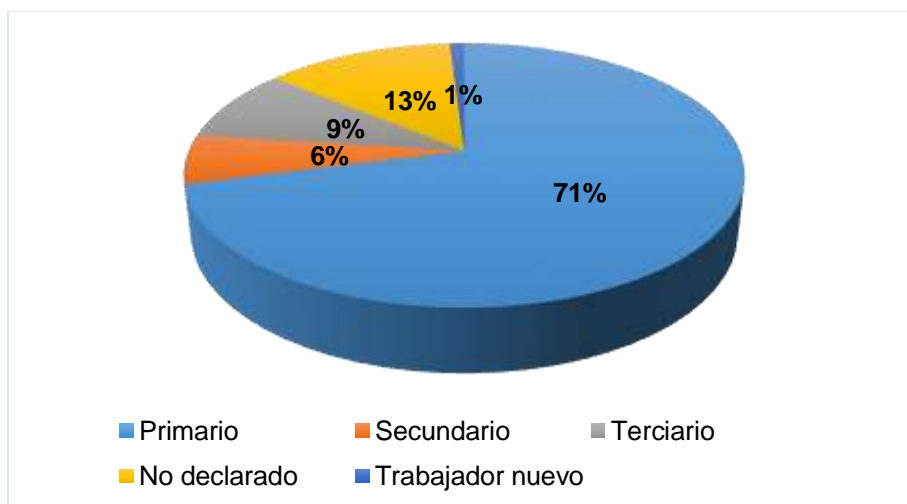
2.1.4.2. Población económica por rama de actividad.

Según datos del censo Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC (2010) las actividades económicas representativas del cantón Paltas, en mayor nivel son aquellas que están vinculadas al sector primario por lo tanto es el que mayor población ocupada tiene, abarcando el 71,9%; del sector primario la actividad que mayor porcentaje representa son agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, ya que Paltas es un cantón netamente agropecuario.

Luego el sector terciario el cual tiene una población ocupada del 9,50 % y se encuentra relacionado con el comercio al por mayor y menor, transporte y almacenamiento, actividades de alojamiento y servicios de comida, enseñanza, administración pública y defensa agricultura. Finalmente se ubica el sector secundario con un 5,57%; sobresaliendo actividades como la construcción e industrias manufactureras según información del Gobierno Autónomo Descentralizado Paltas (GAD Paltas, 2015). En la siguiente figura se muestran los sectores con mayor participación en el mercado

Figura 5

Sector económico por población ocupada, Paltas 2010

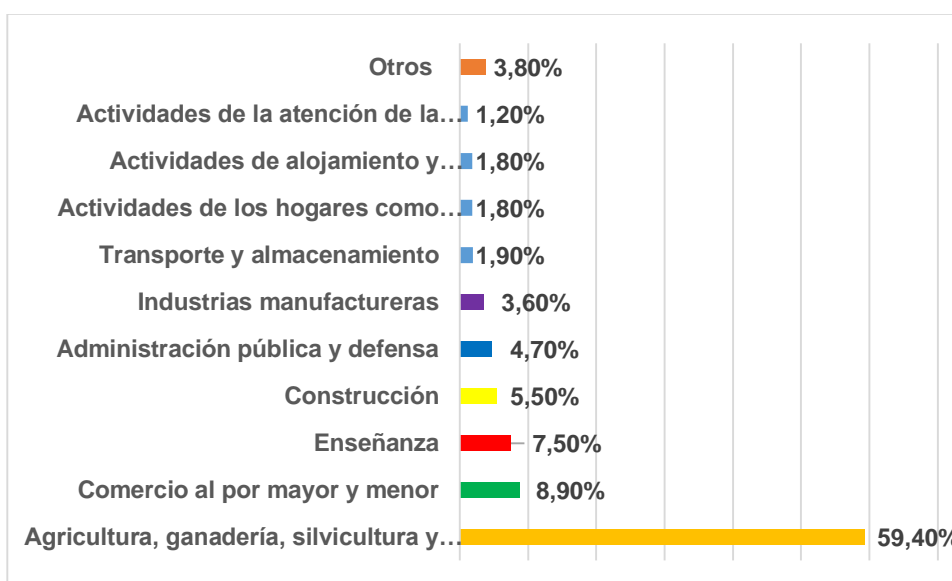


Nota. Plan Desarrollo y Organización Territorial (2015)

También es importante mencionar que además de ser un sector agro-productivo, la actividad económica con mayor significancia son las actividades del sector primario como se muestran en la siguiente gráfica:

Figura 6

Principales actividades económicas, Paltas 2010.



Nota. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2010)

La población paltense mantiene las condiciones y contexto necesario para que el sector agropecuario se desarrolle con mayor producción, también es importante mencionar que a pesar de conservar un territorio rico para la producción agrícola en los últimos años no ha sido un factor predominante para que este sector pueda crecer. Además, las personas que siguen realizando actividades se desarrollan a menor a escala y sin emplear la nueva e innovadora tecnología que existe a nivel financiero, para que así puedan tener un crecimiento no solo en la producción sino también en la expansión de sus actividades económicas y de crecimiento.

2.2. Estructura del sistema bancario del cantón Paltas

2.2.1. Instituciones financieras

El sistema financiero con el transcurso de los años ha sido de vital importancia para la economía de un país, ya que es el medio para realizar todas las actividades financieras existentes, es así como Stiglitz (2006) que hace la comparación de un sistema financiero con el cerebro de la economía.

Los sistemas financieros engloban bancos, instituciones y empresas que satisfacen las decisiones financieras que tiene una comunidad, las familias, empresas, gobiernos locales y del exterior, pues las instituciones financieras son muy amplias e importantes dentro de las políticas monetarias son la herramienta más importante con la que un estado cuenta para poder controlar los ciclos económicos. Los bancos cumplen un rol importante de manera que recurren a la oferta monetaria para así estabilizar la economía cuando se presentan niveles de desempleo altos o también para frenar la economía cuando los precios tienden a subir (García, 2009).

2.2.2. Número de entidades financieras en el cantón Paltas

En el cantón Paltas se encuentran distintas entidades financieras que contribuyen al progreso y desarrollo del cantón, es por esto que los habitantes realizan sus actividades productivas de manera eficiente, ya que se ha mencionado anteriormente que este cantón se caracteriza por tener un nivel alto de producción en el sector agrícola, estas entidades se

clasifican en bancos como BanEcuador, Banco de Loja y una ventanilla del Banco del Pichincha que consta dentro de las instalaciones del Banco de Loja; cooperativas de ahorro y crédito como la Cooperativa Manuel Esteban Godoy (CoopMego), Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPE-L, Cooperativa de Ahorro y Crédito 3 de Diciembre, Caja de Ahorro y Crédito “El Manizal” y Faces – micro finanzas.

A continuación, se describe la tabla de las instituciones financieras con su rol y las actividades que apoyan actualmente:

Tabla 5

Instituciones financieras que se encuentran en el cantón Paltas

| INSTITUCIÓN | ROL | ACTIVIDADES QUE APOYAN | SECTOR |
|----------------------|--|--|-----------|
| BanEcuador | Impulsar con la participación de actores locales y nacionales, la inclusión, asociatividad y control social, mediante la prestación de servicios financieros que promuevan las actividades productivas y reproductivas del territorio, para alcanzar el desarrollo rural integral. | - Créditos productivos y microcréditos, - Cuentas de ahorro y corriente, - Financiamiento en líneas de café arábigo, robusta, arroz, maíz, cacao de aroma. | Catacocha |
| Banco de Loja | Contribuir al desarrollo socio económico del país, atendiendo con servicios de calidad las necesidades financieras de los clientes, sustentados en la adecuada gestión del talento humano y la tecnología. | - Créditos para consumo, casa, vehículo, inversiones, comercial, productivo, camión. | Catacocha |
| CoopMego | Ofrece servicios financieros y no financieros, a los diferentes sectores socioeconómicos del país, con eficiencia, eficacia y calidez, | - Cuentas de ahorro e inversiones, | Catacocha |

| | | | |
|---|---|--|----------------------|
| | sustentando nuestra gestión en los principios del cooperativismo, en la generación de rentabilidad mutua y en la responsabilidad social. | <ul style="list-style-type: none"> - Pago de servicios: agua, luz, telefonía fija y móvil. - Transferencias. - Crédito para consumo, para vivienda, para negocio, vehículo entre otros. | |
| Cooperativa de Ahorro y Crédito CACPE-L | <p>Ser una Cooperativa socialmente responsable, que satisfaga las necesidades de sus socios y clientes brindando productos y servicios financieros de calidad, con eficiencia y personal comprometido para aportar al desarrollo y crecimiento económico de la región sur del país.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Créditos para consumo. - Microcrédito, vivienda y comercial PYMES. | Catacocha |
| Cooperativa de Ahorro y Crédito 3 de Diciembre | <p>Se dedica a brindar servicios de ahorro y créditos a los clientes y usuarios.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Créditos para consumo - Créditos productivos. | Catacocha |
| Caja de Ahorro y Crédito “El Manizal” | <p>Brindar diversos servicios de ahorro y crédito con énfasis y especialmente a los productores de maní.</p> | <ul style="list-style-type: none"> - Créditos para consumo y productivo. | Parroquia Guachanamá |
| FACES Microfinanzas | <ul style="list-style-type: none"> - Institución no gubernamental de desarrollo, ofreciendo apoyo a microempresarios con un sistema de gestión responsable y reconocida por la calidad del servicio y productos innovadores. | <ul style="list-style-type: none"> - Crédito individual y grupal. - CrediEsperanza - Créditos para organizaciones | Catacocha |

2.3. Canales de atención

Una corta definición a nivel general, Westreicher (2017) se refiere los canales de atención como canales de distribución bancaria, el mismo que lo define como el medio virtual o físico por el cual un banco o cooperativa ofrece cada uno de sus servicios. En los inicios de los puntos de atención, varias entidades únicamente contaban con un canal presencial para así realizar las actividades con los clientes, pero gracias al boom de la innovación en la banca ya se pueden efectuar y realizar actividades de manera eficaz y por vía internet.

El canal de distribución o atención bancaria por excelencia ha sido siempre la oficina o sucursal quien prestaba los productos o servicios a sus clientes, requiriéndose la presencia física de usuario y entidad tanto para realizar operaciones bancarias como lo es el realizar una transferencia, el formalizar contratos como lo es una cuenta corriente o para solicitar información sobre la entidad o de los productos y servicios ofrecidos

En las áreas rurales como es en las parroquias o barrios del cantón Paltas estos canales han tenido una gran importancia como canal de distribución complementario el de los corresponsales o colaboradores ya fuesen estos bancarios o no, pues en aquellas zonas y lugares a las que las oficinas no llegaban por distintas dificultades, se encargaban de captar y de facilitarles a los clientes la realización de sus operaciones como por ejemplo el colaborador llevaba pen mano el contrato de cuenta corriente firmado por la entidad, recogía la firma del cliente y finalmente lo entregaba al banco.

Aunque la oficina sigue siendo un canal muy importante dentro de los canales de atención y distribución, pues las tecnologías han favorecido la aparición de otros canales importantes, es por esto que algunos autores aseguran que los canales son casi sustitutos de la sucursal, para otros autores afirman que son solo complementarios (Kluwer, 2018).

Los canales de atención en Ecuador se despliegan u ofertan por las distintas entidades públicas y privadas existentes en el Ecuador como es la Banca web, Banca móvil, Banca interactiva, Banca telefónica, corresponsales no bancarios, diversos cajeros automáticos, agencias, oficinas y sucursales.

En la tabla 5 se exponen las entidades que se encuentran en el cantón y los canales de atención medio por el cual permiten que sus servicios lleguen a la población, en el cual también se hace mención al número de cobertura que estos representan.

Tabla 6

Número de canales de atención en el cantón Paltas

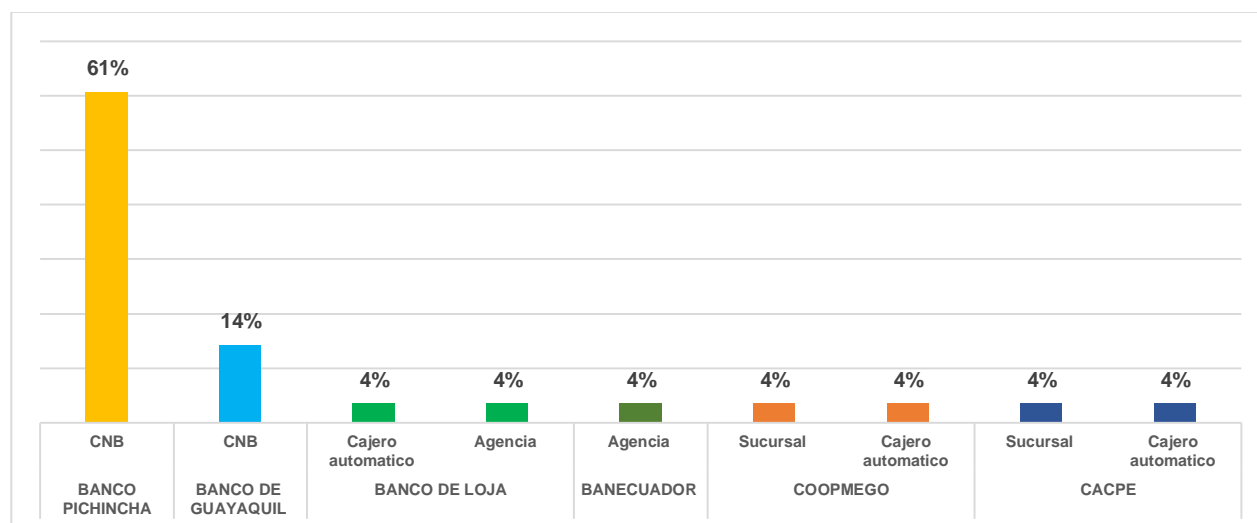
| | CANALES DE ATENCIÓN | CANTIDADES |
|---------------------------|----------------------------|-------------------|
| BANCO PICHINCHA | CNB | 17 |
| BANCO DE GUAYAQUIL | CNB | 4 |
| BANCO DE LOJA | Cajero automatico | 1 |
| | Agencia | 1 |
| BANECUADOR | Agencia | 1 |
| COOPMEGO | Sucursal | 1 |
| | Cajero automatico | 1 |
| CACPE | Sucursal | 1 |
| | Cajero automatico | 1 |
| | | 28 |

Nota. Equipo Técnico Plan Desarrollo y Organización Territorial de GAD Paltas – 2014.

En la figura número 6 se muestra los distintos puntos o canales de atención a nivel del cantón Paltas, exponiéndose que el mayor porcentaje lo representa los corresponsales no bancarios, mostrando la importancia de la innovación e inclusión financiera, seguido y también ocupando un puesto importante son los cajeros automáticos, finalmente las agencias y sucursales físicas que están disminuyendo regularmente.

Figura 6

Canales de Atención Cantón Paltas.



Nota. Adaptado de base a datos de SBS Y SEPS (2019)

2.4. Corresponsales no bancarios (CNB) del cantón Paltas

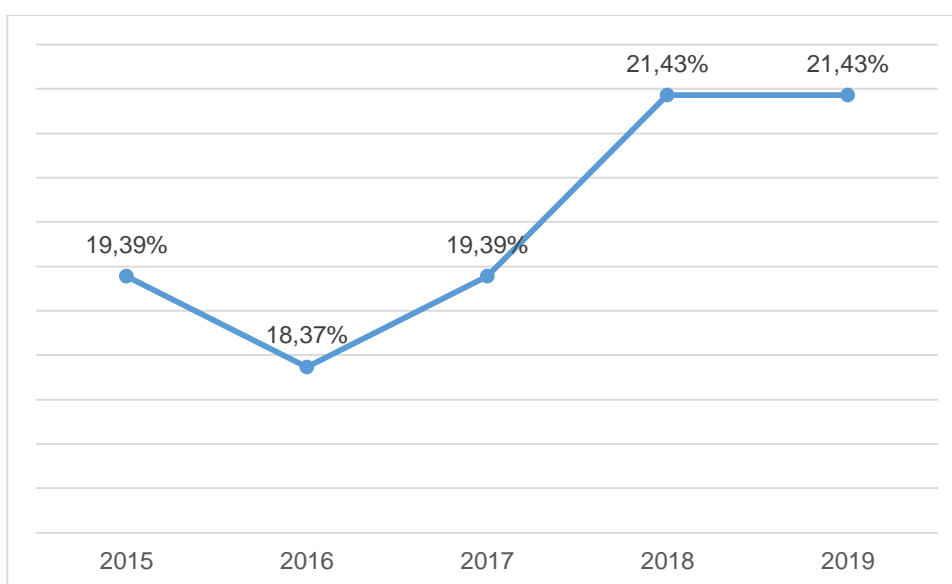
Son canales mediante los cuales las entidades financieras, bajo su responsabilidad, tienen la factibilidad y pueden prestar sus servicios a través de terceros que estén conectados mediante procesos y sistemas de transmisión de datos, que son autorizados previamente, identificados y que a su vez cumplan con todas las condiciones de seguridad física, control interno y seguridad tecnológica de información (SB, 2014).

Los corresponsales no bancarios son establecimientos privados que a su vez pueden ser instituciones públicas como las farmacias, supermercados, tiendas, establecimientos comerciales y demás, los cuales cumplen funciones como puntos de atención de varios servicios bancarios. Pues el momento en que el usuario se acerca a un CNB, este puede realizar distintas transacciones con la seguridad de ser atendido en la localidad, sin tener que trasladarse hasta las agencias de la entidad financiera.

En el cantón Paltas desde el año 2012 se dio la apertura de tres corresponsales ubicados en la zona céntrica en tiendas específicas y en un comercial, hasta la actualidad se encuentran 6 corresponsales no bancarios, ubicados en distintas zonas de las cuales tres son tres del Banco Pichincha denominados Mi Vecino, dos que pertenecen al Banco de Guayaquil denominados Banco del Barrio y un corresponsal que pertenece a la compañía Western Union Ecuador.

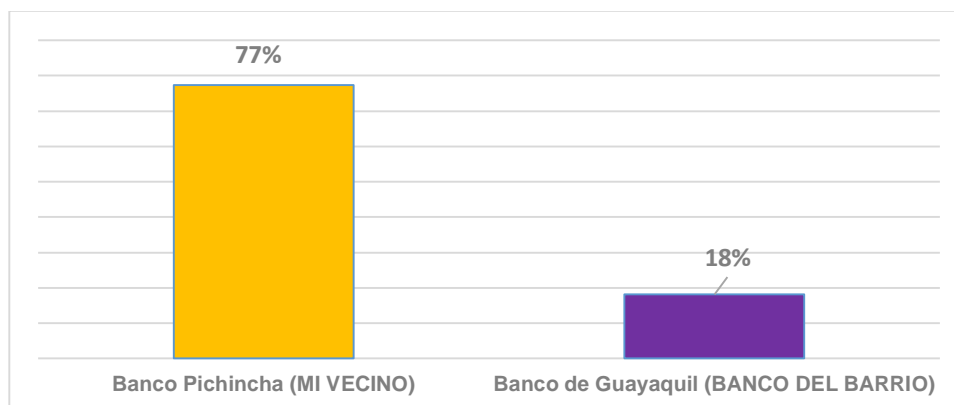
Figura 7

Evolución de CNB – cantón Paltas años 2015-2019



Nota. Adaptado de base de datos de SBS (2015-2019).

En la figura número 7 se hace mención a la evolución de los corresponsales no bancarios en el cantón Paltas, desde el año 2015 ha tenido una línea de tendencia positiva; observando que el valor más bajo fue en el 2016 en comparación con los demás años con un 18,37% información que ratifica que a nivel de provincia e incluso de todo el país se notó una pequeña disminución de CNB; es muy importante mencionar que la creación de CNB ha venido evolucionando positivamente ya que hasta la actualidad existen 21 CNB beneficiando y aportando a la inclusión financiera y producción de la población paltense.

Figura 8*CNB en el cantón Paltas*

En la gráfica número 8 se muestra el porcentaje que los corresponsales no bancarios representan a nivel del cantón Paltas, pues en total existen 21 CNB en la cabecera cantonal, de los cuales se concentra un mayor porcentaje en el banco del Pichincha con el corresponsal Mi Vecino y en un menor porcentaje el banco del Barrio perteneciente al Banco de Guayaquil, en la tabla a continuación se detallan los corresponsales con el nombre de su oficina a la cual pertenecen:

Tabla 7*Corresponsales no bancarios en oficinas del cantón Paltas.*

| Entidad | Nombre de la Oficina | Cantidad |
|---------------------------|-------------------------|----------|
| Banco de Pichincha | COMERCIAL DIAZ | 17 |
| | DESPENSA NOHELIA | |
| | TIENDA DE ABARROTOS | |
| | RENACER | |
| | CYBERCAFE MUNDO VIRTUAL | |
| | EL RICO MANI | |
| | PAPELERIA TANDAZO | |
| | VIVERES LIZZIE | |
| | CABINAS D Y D | |

| | | |
|---------------------------|-------------------------|-----------|
| | CANDY CRUSH | |
| | MEGA SHOP | |
| | SPEED GAME | |
| | COSITA SANTIAGO | |
| | CANDY CRUSH 2 | |
| | PAÑALERIA CHIQUIYUNGA | |
| | LIZZIE YOGURT | |
| | CANDY CRUSH CNBWEB | |
| | CELL SHOP | |
| Banco de Guayaquil | ECONOMISARIATO | 4 |
| | FARMACIA SANTA TERESITA | |
| | VIVERES GABY CATACocha | |
| | TIENDA DANITA | |
| Total | | 22 |

Nota. Adaptado de base de datos oficial de SBS.

Capítulo tres

Metodología y Discusión De Resultados

3.1. Metodología

En el presente capítulo se establece la metodología utilizada durante el desarrollo de la investigación, como son, los métodos de investigación, la aplicación de técnicas o instrumentos de recolección de datos para el cumplimiento de los objetivos propuestos, además se determina la población del cantón a analizar.

3.1.1. *Enfoque de investigación*

El presente trabajo de titulación se desarrolla en la ciudad de Loja, cantón Paltas, para cumplir con los objetivos propuestos en la presente investigación, se utilizará un enfoque cualitativo, pues mediante este tipo de enfoque determinaremos la importancia de la investigación realizada por medio de encuestas y así describir la percepción que tienen los habitantes del cantón con respecto al uso de los CNB.

Por lo tanto, el presente trabajo es descriptivo exploratorio, ya que recoge información por medio de instrumentos de recolección de datos con el afán de conocer las diferentes acciones que tienen las personas de la ciudad de Loja, cantón Paltas para detectar su percepción frente a la utilización de los canales de atención y poder establecer recomendaciones generales para estas organizaciones.

3.1.2. *Unidad de análisis*

El presente trabajo de titulación es de tipo cualitativo pues la información recolectada será descrita, interpretada y analizada determinando la percepción de aceptación de los corresponsales no bancarios en el cantón Paltas. Cada una de las preguntas realizadas en las encuestas permitirá obtener resultados los cuales se podrá expresar gráficamente y así analizarlos de forma que permita conocer sobre la apreciación o no apreciación de los CNB.

El trabajo denominado percepción del uso de los corresponsales no bancarios (CNB) en la provincia de Loja, cantón Paltas, se basa en una investigación de carácter descriptiva. Para Bernal (2010) este tipo de investigación puntualiza las particularidades, características, tipologías, propiedades de una población u objeto en estudio sin influir sobre el fenómeno estudiado en ninguna manera, además identifica relaciones entre una o más variables.

Considerando lo expuesto por el autor, la presenta investigación es de tipo descriptivo con enfoque cualitativo, debido a que la información recolectada será descrita, interpretada y analizada de tal forma que permita conocer la percepción que tienen los habitantes del cantón paltas frente al uso de los CNB, hasta lograr conclusiones finales.

3.1.3. Técnicas e instrumento de recolección de datos

Como técnica de recolección de datos se utiliza la encuesta, Orlor (2010) define la encuesta como uno de los medios más utilizados debido a que permite recopilar datos en determinado estudio, utiliza como instrumento al cuestionario que contiene preguntas estandarizadas y que debe ser aplicado a una muestra seleccionada por el investigador.

Para la validación de la encuesta, se considera el criterio de otros investigadores en el campo metodológico, así como de expertos en esta línea de investigación y de docentes de la carrera de Banca y Finanzas de la UTPL, donde la encuesta consta de dos partes la primera parte consigna de 6 preguntas de datos generales y la segunda parte se divide en 8 constructos generales que determinan la intensidad de uso de una tecnología determinada y que son más específicos para medir la percepción de los habitantes paltenses con respecto de los CNB.

En esta investigación se aplica la encuesta a una muestra de 371 personas, específicamente a 186 mujeres y 185 hombres en la ciudad de Loja, cantón Paltas y su cabecera cantonal Catacocha.

3.1.4. Población/muestra

En el presente trabajo la población objeto de estudio corresponde a las personas económicamente activas (PEA) de la ciudad de Loja, cantón Paltas que conozcan o no los corresponsales no bancarios, los datos se obtuvieron de la población que se encuentra en la cabecera cantonal, Catacocha.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que la población corresponde al total de personas o cualquier otro fenómeno, susceptible a ser estudiados y que se identifican por poseer características similares.

La muestra para López (2004) es una parte representativa del universo que será estudiado, por lo tanto debe definirse considerando los recursos disponibles y los requerimientos que se tenga para efectuar el análisis.

Por su parte Herrera (2011) indica que cuando el investigador conoce el número total del universo a estudiar, es necesario establecer una muestra mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{i^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Siendo:

n= Tamaño de la muestra

N= Total de la población a estudiar (10805 PEA paltas)

Z= Nivel de confianza (1,96)

p= Probabilidad a favor (0,5)

q= Probabilidad en contra (0,5)

i= Margen de error (0,05)

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{(1,96)^2 * 10805 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(10805 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

n = 371 personas objeto de estudio

3.2. Análisis de resultados

SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) ha sido un popular paquete de software estadístico para los investigadores universitarios, agencias gubernamentales, etc. Esto ahorra tiempo al organizar y analizar los datos; así mismo permite analizar diferentes variables o acceder a archivos de datos diferentes.

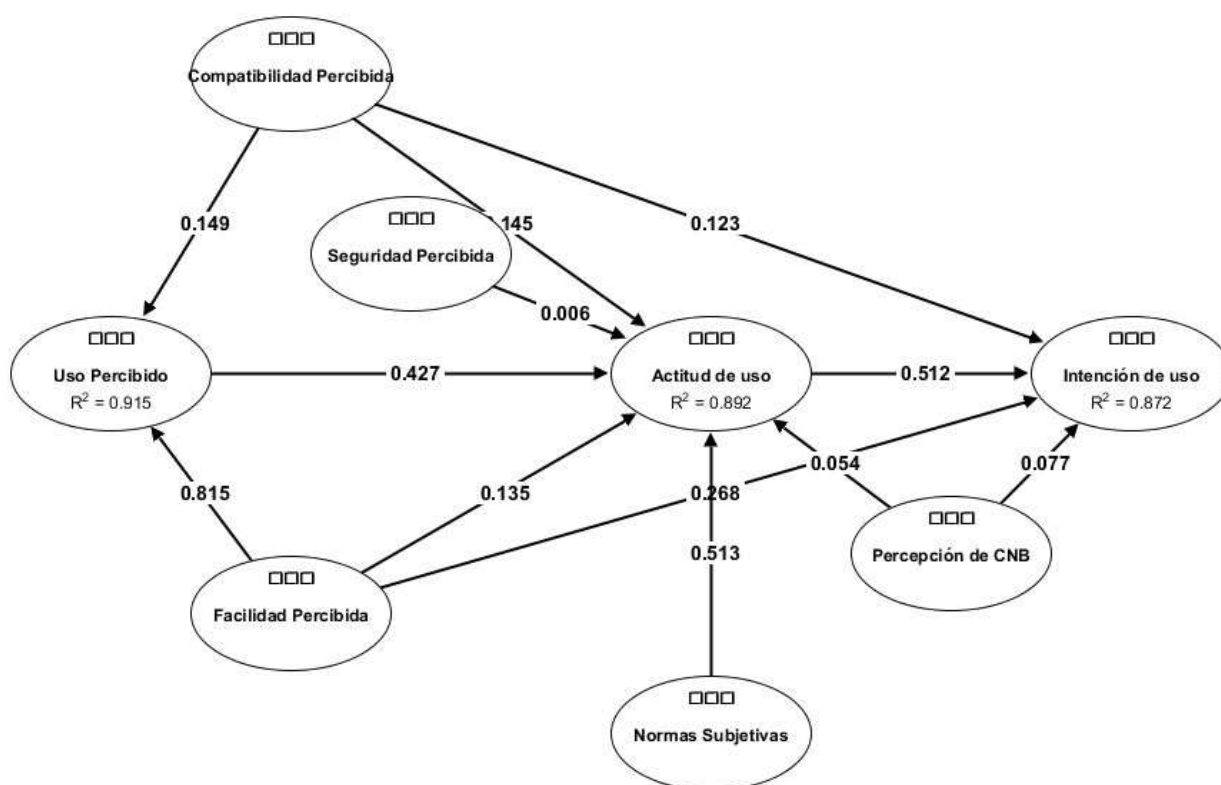
Se utilizó esta herramienta debido a las diferentes modalidades que se pueden realizar en este programa ya que permitió sacar gráficos, tablas y resultados de los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los habitantes para proceder a analizarlos.

El modelo de aceptación tecnológica (TAM) se utilizó debido a que es aquel que nos permite observar y analizar la percepción que tienen las personas frente a la innovación tecnológica, en el presente trabajo se realiza el análisis de la percepción de los habitantes del cantón Paltas respecto al uso de los corresponsales no bancarios.

Por medio de la herramienta ADANCO 2.1.1. (advanced analysis of composites), es un programa donde se procedió a subir la información obtenida en el cantón Paltas y que permitió realizar el modelo para así poder cumplir con los objetivos propuestos en el presente trabajo de investigación.

Figura 9

Nuevo modelo



En la figura 9 se identifica el modelo que se realizó mediante la aplicación de encuestas a los habitantes paltenses, dando como resultado que la percepción de uso responde en 0.91 esto es bastante significativo porque entre lo útil y beneficioso que puede ser, lo es, pues existe la actitud que se debe tener para usar estos canales ya que también responde en 0.89 demostrando que para la mayoría de habitantes tienen una buena actitud al producto en su cantón, dejando la intención de uso con un 0.87 y comprobando que estos tres factores van de la mano porque todos responden con valores muy significativos, debido a que existen pocas agencias en donde residen y existe mucha demanda al realizar transacciones por lo que hace que recurran a los CNB.

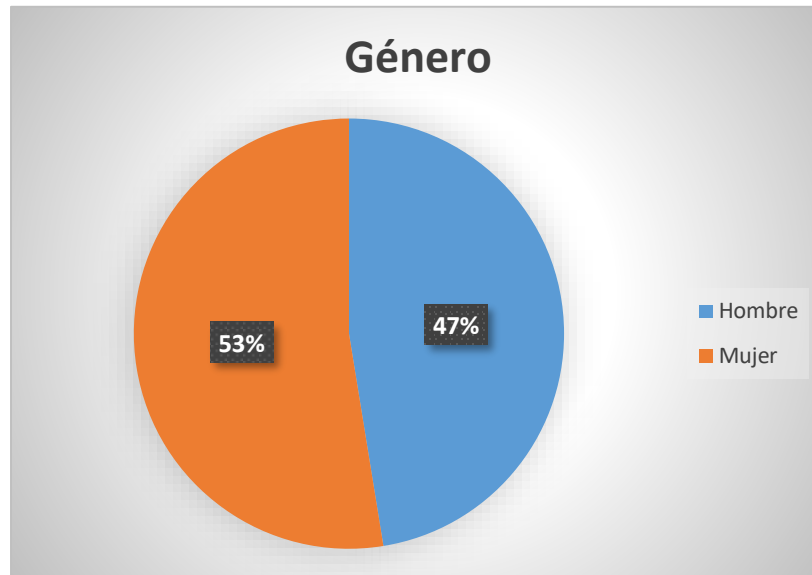
La compatibilidad percibida se refiere a que, si este canal de atención se ajusta bien a la vida de los habitantes, en tanto a la intención de uso, actitud y la percepción no es significativo ya que con ninguna pasa del 0,15 esto quiere decir que no responde ni mide la percepción de las personas frente a los CNB.

La seguridad percibida tiene un nivel de significancia de 0.006 debido a que las personas tienen mucha molestia con los negocios que tienen los CNB debido a que al realizar las transacciones siempre les cobran un valor adicional, lo que para ellos significa que existe fraude y eso causa mucha molestia y falta de seguridad por parte de las instituciones financieras al no controlar estos valores adicionales.

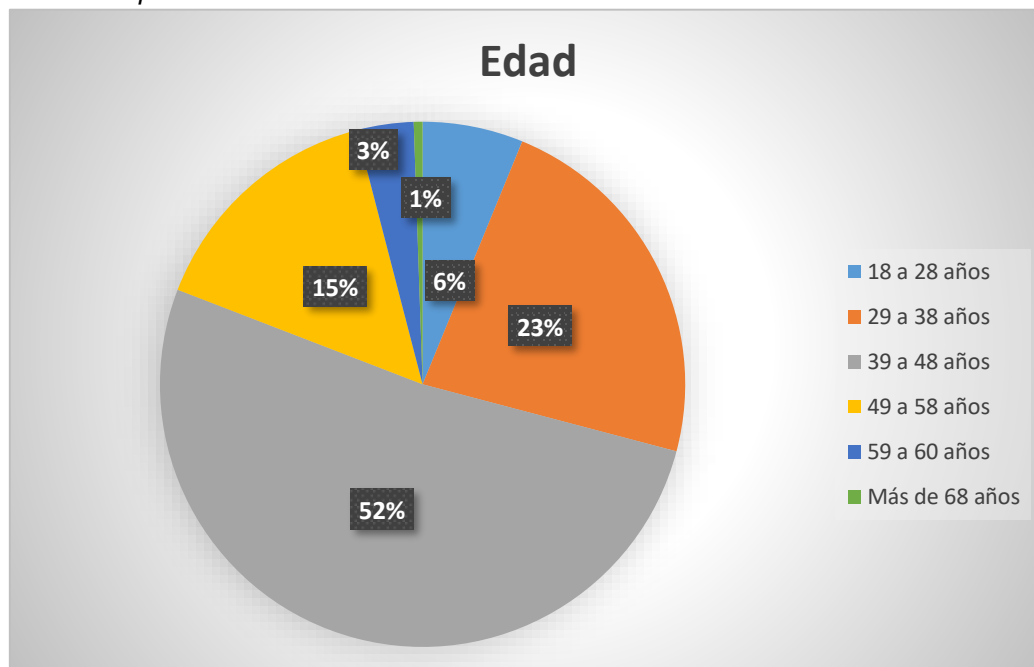
En cuanto a la facilidad percibida, a los habitantes paltenses no se les dificulta el uso de estos canales ya que son hechos para satisfacer sus necesidades, registra un 0,815 permitiendo que, si responden a la percepción de los CNB, en cuanto a las normas subjetivas registran un 0,513 como es un cantón pequeño los habitantes si consideran pasar la voz a sus familiares con respecto al uso de los canales ya que son importantes para ellos y los va ayudar en sus transacciones. A continuación, se analizará los resultados de acuerdo a los constructos utilizados.

3.2.1. Datos demográficos

De acuerdo a la muestra de 371 habitantes de la población determinada en el cantón Paltas, se puede observar en la figura 10, que el 53% corresponde al género femenino (mujer) y el 47% corresponde al género masculino (hombre), con una variabilidad del 3%. Se concluye que el género femenino es más relevante en el cantón Paltas.

Figura 10*Género*

Fuente: Encuesta realizada.

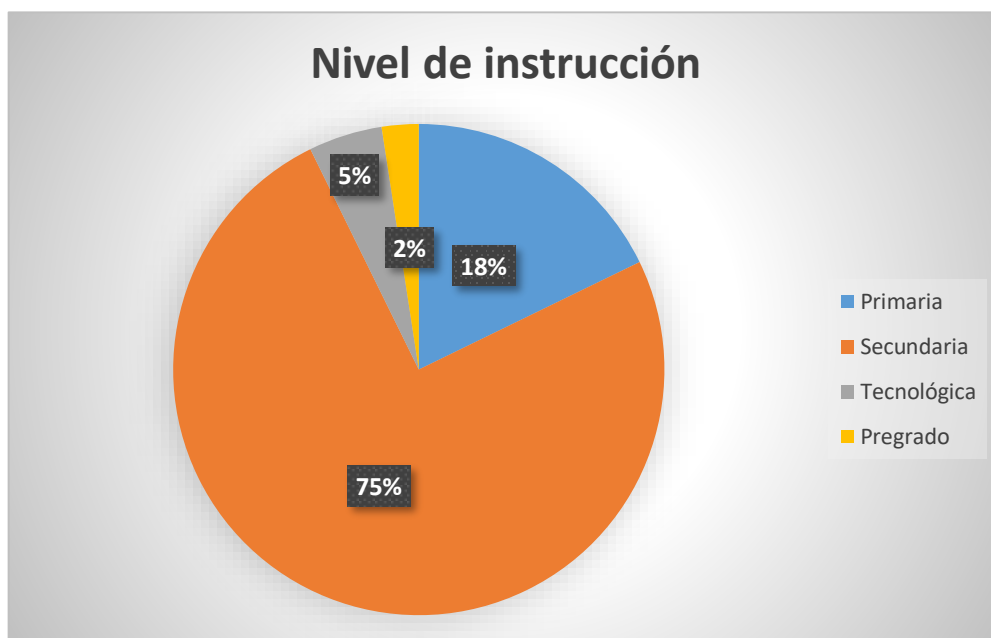
Figura 11*Habitantes por edad.*

Fuente: Encuesta realizada.

La figura 11 nos muestra cómo se realizaron las encuestas según la edad de habitantes del cantón Paltas, donde el 52% corresponde a la edad de entre 39-48 años, siendo el más relevante,

dejando el 1% que corresponde a la edad de más de 68 años, que es el de menos relevancia ya que recae a las personas de tercera edad.

Figura 12
Nivel de estudio de habitantes.



Fuente: Encuesta realizada.

En la figura 12 que se refiere al nivel de estudio que tienen las personas encuestadas, se pudo determinar que el 75% de los habitantes han aprobado la secundaria ya que en su mayoría se dedica a la agricultura dejando de lado el estudio, lo cual es reflejado en la figura, pues existe solo un 2% de la población con estudios superiores.

Tabla 8
Nivel de instrucción, edad y género.

| Tabla cruzada Nivel de Instrucción-Edad-Género | | | | | | | | |
|--|----------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|
| Género | | | Edad | | | | | Total |
| | | | 18 a 28 años | 29 a 38 años | 39 a 48 años | 49 a 58 años | 59 a 60 años | |
| Hombre | Nivel de Instrucción | Primaria | 1 | 1 | 8 | 15 | 5 | 30 |
| | | Secundaria | 12 | 30 | 81 | 14 | 0 | 137 |
| | | Tecnológica | 1 | 1 | 3 | 1 | 0 | 6 |

| | | | | | | | | | |
|-------|----------------------|-------------|----|----|-----|----|----|---|-----|
| | | Pregrado | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 | | 3 |
| | Total | | 14 | 33 | 94 | 30 | 5 | | 176 |
| Mujer | Nivel de Instrucción | Primaria | 1 | 3 | 11 | 13 | 6 | 2 | 36 |
| | | Secundaria | 6 | 41 | 81 | 11 | 2 | 0 | 141 |
| | | Tecnológica | 0 | 6 | 5 | 1 | 0 | 0 | 12 |
| | | Pregrado | 2 | 2 | 1 | 1 | 0 | 0 | 6 |
| | Total | | 9 | 52 | 98 | 26 | 8 | 2 | 195 |
| Total | Nivel de Instrucción | Primaria | 2 | 4 | 19 | 28 | 11 | 2 | 66 |
| | | Secundaria | 18 | 71 | 162 | 25 | 2 | 0 | 278 |
| | | Tecnológica | 1 | 7 | 8 | 2 | 0 | 0 | 18 |
| | | Pregrado | 2 | 3 | 3 | 1 | 0 | 0 | 9 |
| | Total | | 23 | 85 | 192 | 56 | 13 | 2 | 371 |

Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 8 se compara los factores género, edad y nivel de instrucción, en el cual se analiza que el factor género masculino con edad de 39-48 años ocupa el número con mayor significancia, ya que tienen 81 encuestas realizadas, demostrando así que la mayoría de hombres se educaron hasta el nivel de secundaria, mientras que los puntos con menos relevancia se encuentran en primaria, tecnologías, profesión y pregrado. Es necesario aclarar que quienes están a cargo de su familia viven del sector agrícola por lo que aseguran que no es necesario seguir estudiando y deciden quedarse en este nivel de estudio.

En el caso de las mujeres su opinión y concepto es el mismo que el de los hombres debido a que este cantón es rico en tierra y producción, por lo que se dedican a sembrar o criar animales y deciden no estudiar más allá que la secundaria, aquí hay 81 encuestas realizadas de entre 39-48 años de edad por lo que se demuestra que el estudio de la mayoría de los habitantes paltenses es hasta la secundaria.

En general entre hombres y mujeres las encuestas realizadas y según el nivel más alto de estudio es la secundaria en hombres 137 y en mujeres 141 dando un total de 278 equivalente al 75% del

total de habitantes en el cantón Catacocha, dejando con el 25% a los demás niveles de estudio en los habitantes, el criterio que tienen tanto hombres como mujeres es que no es necesario perder su tiempo en estudiar si utilizan el sector primario como agricultura, ganadería, silvicultura y pesca para satisfacer sus necesidades.

Figura 13

Cuanto utilizan los habitantes las instituciones financieras.

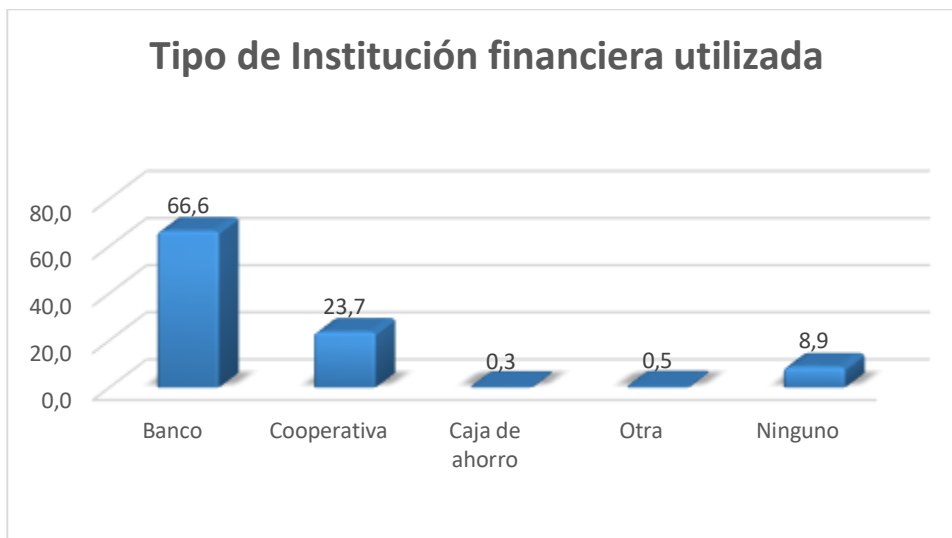


Fuente: Encuesta realizada.

En el cantón Paltas los habitantes prefieren utilizar las instituciones financieras para realizar sus transacciones debido a la seguridad que estas brindan, pues en la figura 13 se demuestra que el 91% de la población utiliza las mismas instituciones y solo el 6% no lo hacen.

Figura 14

Preferencia de institución financiera.



Fuente: Encuesta realizada.

En la figura 14 se muestra que la más alta preferencia que tienen los habitantes del cantón Paltas sobre las instituciones financieras son los bancos y cooperativas debido a la seguridad y la facilidad que brindan al otorgar un préstamo, donde los bancos con un 66,6% y las cooperativas con un 23,7% solventan las mayores necesidades de los paltenses.

Figura 15
Conocimiento de los corresponsales no bancarios.



Fuente: Encuestas realizadas

En la figura 15 se analiza si la población conoce acerca de los corresponsales no bancarios, evidenciando que el 72% de los habitantes del cantón Paltas sí lo hacen debido a que es un cantón pequeño por ende es necesario que utilicen estos canales de atención para realizar sus transacciones, dejando el 28% de los habitantes que no conocen los CNB.

3.2.2. Análisis de percepción de los paltenses

Tabla 9

Actitud hacia el uso de CNB / Attitude toward using the CNB

| Primer Constructo | | Género | | | |
|-------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| A01 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 44 | 1 | 27 |
| | En desacuerdo | 0 | 1 | 0 | 0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 2 | 0 | 6 |
| | De acuerdo | 4 | 1 | 13 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 112 | 11 | 136 | 11 |
| A02 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 51 | 1 | 31 |
| | En desacuerdo | 1 | 3 | 0 | 1 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 8 |
| | De acuerdo | 6 | 1 | 16 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 110 | 1 | 133 | 3 |
| A03 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 48 | 1 | 27 |
| | En desacuerdo | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 8 |
| | De acuerdo | 8 | 0 | 19 | 1 |

| | | | | | |
|-----|--------------------------------|-----|----|-----|----|
| | Totalmente de acuerdo | 108 | 6 | 130 | 7 |
| A04 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 46 | 1 | 29 |
| | En desacuerdo | 0 | 1 | 0 | 1 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 2 | 1 | 9 |
| | De acuerdo | 13 | 2 | 23 | 0 |
| | Totalmente de acuerdo | 101 | 8 | 125 | 6 |

Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 9 se evidencia que los habitantes del cantón Paltas según las encuestas realizadas y en esta sección servirá para determinar la actitud de uso que tienen con respecto de los CNB, se demuestra en esta tabla que tanto los hombres como las mujeres tienen el 73% y están totalmente de acuerdo con la idea de usar los beneficios que brindan los CNB y les resulta interesante este producto y servicio para su cantón, ya que están muy alejados de la ciudad, en cuanto a totalmente en desacuerdo muestra el 12% del total de la población aclarando que si bien no lo utilizan saben que es necesario para el desarrollo de sus actividades.

Tabla 10

Intención de uso de CNB / Intention to use CNB

| Segundo constructo | | Género | | | |
|--------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| I01 | Totalmente en desacuerdo | 3 | 40 | 1 | 29 |
| | En desacuerdo | 0 | 8 | 0 | 3 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 1 | 0 | 4 |
| | De acuerdo | 20 | 3 | 27 | 3 |
| | Totalmente de acuerdo | 92 | 7 | 122 | 6 |

| | | | | | |
|-----|--------------------------------|----|----|-----|----|
| 102 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 37 | 1 | 28 |
| | En desacuerdo | 1 | 9 | 0 | 4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 4 | 0 | 4 |
| | De acuerdo | 33 | 2 | 39 | 3 |
| | Totalmente de acuerdo | 79 | 7 | 110 | 6 |
| 103 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 44 | 1 | 31 |
| | En desacuerdo | 1 | 8 | 0 | 4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 1 | 0 | 6 |
| | De acuerdo | 24 | 3 | 41 | 3 |
| | Totalmente de acuerdo | 88 | 3 | 108 | 1 |
| 104 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 44 | 2 | 34 |
| | En desacuerdo | 0 | 8 | 0 | 3 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 1 | 0 | 5 |
| | De acuerdo | 30 | 3 | 40 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 82 | 3 | 108 | 1 |

Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 10 se demuestra que, en cuanto a la intención de uso con respecto de los CNB, los habitantes del cantón si bien no los ocupan ahora, no descartan que en un futuro los podrían necesitar y por ende aprovechar estos canales, ya que los habitantes tanto hombres como mujeres y que sí utilizan los CNB lo hacen de manera permanente debido a que este cantón es pequeño y existen pocas agencias, por ende, su tiempo lo ocupan de mejor manera utilizando estos canales de atención.

El 87% de habitantes confirman que están totalmente de acuerdo con estos canales de atención y los seguirían utilizando mientras los necesiten y los que no, abarcan el 9% y alegan que ahora no los ocupan pero que es seguro que en un futuro si lo harán, debido a que la tecnología está avanzando y no es necesaria la presencia física de la agencia para hacer una transacción.

Tabla 11

Percepción de la utilidad de uso de CNB / Perceived usefulness of mobile payment services

| Tercer constructo | | Género | | | |
|-------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| PU01 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 52 | 1 | 34 |
| | En desacuerdo | 0 | 2 | 0 | 2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 3 | 1 | 2 | 2 |
| | De acuerdo | 26 | 0 | 45 | 0 |
| | Totalmente de acuerdo | 88 | 4 | 102 | 7 |
| PU02 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 52 | 1 | 31 |
| | En desacuerdo | 0 | 2 | 0 | 4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 1 | 2 | 2 |
| | De acuerdo | 33 | 2 | 37 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 82 | 2 | 110 | 7 |
| PU03 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 54 | 1 | 31 |
| | En desacuerdo | 0 | 0 | 0 | 4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | De acuerdo | 32 | 2 | 33 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 83 | 1 | 114 | 6 |

| | | | | | |
|------|--------------------------------|----|----|-----|----|
| PU04 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 51 | 1 | 32 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 6 | 2 | 2 | 3 |
| | De acuerdo | 32 | 2 | 33 | 3 |
| | Totalmente de acuerdo | 79 | 1 | 114 | 3 |

Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 11 al utilizar esta clase de canales los habitantes del cantón adquieren una percepción hacia el uso de los CNB por lo que esta tabla demuestra que tanto hombres como mujeres comprueban que es de atención rápida, les queda cerca a sus viviendas y le evita traslados a la ciudad para realizar sus transacciones.

Además, estos canales le acercan al sistema financiero adquiriendo conocimientos de todos los servicios que pueden brindar las instituciones a través de los CNB debido a esto el 78% de la población está totalmente de acuerdo con que los corresponsales son una buena herramienta para utilizarla, dejando el 10% en total desacuerdo implicando que es un peso mínimo y sin mayor relevancia en este aspecto.

Tabla 12

Percepción de facilidad de los CNB / Perceived ease of use of CNB

| Cuarto constructo | | Género | | | |
|-------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| PF01 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 52 | 1 | 36 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 1 | 0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1 | 2 | 5 |
| | De acuerdo | 27 | 1 | 28 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 89 | 2 | 118 | 2 |

| | | | | | |
|------|--------------------------------|-----|----|-----|----|
| PF02 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 52 | 1 | 36 |
| | En desacuerdo | 0 | 4 | 1 | 2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1 | 0 | 4 |
| | De acuerdo | 11 | 0 | 29 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 105 | 2 | 119 | 1 |
| PF03 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 53 | 1 | 36 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 2 | 1 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 1 | 1 | 4 |
| | De acuerdo | 11 | 0 | 27 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 106 | 2 | 119 | 2 |
| PF04 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 54 | 1 | 34 |
| | En desacuerdo | 2 | 2 | 3 | 3 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 1 | 2 | 4 |
| | De acuerdo | 10 | 1 | 29 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 102 | 1 | 115 | 3 |

Fuente: Encuesta elaborada.

El uso de los CNB es de fácil acceso por lo que se pudo comprobar en la tabla 12 que el 88% de los habitantes que utilizan estos canales respondieron de manera positiva debido a su facilidad al momento de utilizarlos, son específicos, claramente entendibles y satisface cada una de las necesidades que solicitan las personas al momento de realizar sus transacciones. Los que no están de acuerdo con el fácil acceso representan el 8% pues son aquellas personas que no lo han utilizado por ende no tienen algún criterio personal sobre este producto.

Tabla 13

Percepción de seguridad de los CNB / Perceived security of CNB

| Quinto constructo | | Género | | | |
|-------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| PS01 | Totalmente en desacuerdo | 30 | 49 | 31 | 32 |
| | En desacuerdo | 15 | 4 | 42 | 2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 22 | 3 | 17 | 8 |
| | De acuerdo | 16 | 2 | 22 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 34 | 1 | 38 | 2 |
| PS02 | Totalmente en desacuerdo | 7 | 51 | 4 | 30 |
| | En desacuerdo | 15 | 5 | 15 | 3 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 29 | 1 | 30 | 6 |
| | De acuerdo | 26 | 1 | 55 | 4 |
| | Totalmente de acuerdo | 40 | 1 | 46 | 2 |
| PS03 | Totalmente en desacuerdo | 26 | 51 | 22 | 31 |
| | En desacuerdo | 11 | 4 | 31 | 4 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 28 | 1 | 32 | 7 |
| | De acuerdo | 21 | 1 | 30 | 3 |
| | Totalmente de acuerdo | 30 | 2 | 35 | 0 |

Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 13 se evidencia que la percepción de seguridad de los CNB pudiese existir un riesgo de fraude al utilizar este canal obteniendo mayor desacuerdo con el 48% de la población, debido a que las personas no confían en los dueños de las tiendas donde se encuentran estos

canales, ya que al realizar una transacción siempre les cobran un valor adicional por cada una de estas transacciones y eso hace que el riesgo sea alto.

En cuanto a la seguridad al realizar transacciones bancarias las personas están totalmente de acuerdo con el 40%, ya que todas las transacciones llegan a su destino y no hay riesgo de que sean estafados en el proceso debido a que los canales de atención son seguros para los habitantes del cantón.

El riesgo de ser víctima de un asalto lo ven poco probable con el 12% en desacuerdo ya que estos canales de atención se encuentran en tiendas pequeñas y en lugares concurridos por lo que pueden tener la suficiente seguridad de que no serán sorprendidos forzosamente.

Tabla 14

Percepción de compatibilidad de los CNB / Perceived compatibility of CNB

| Sexto Constructo | | Género | | | |
|------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| PC01 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 52 | 1 | 33 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 3 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 0 | 9 | 5 |
| | De acuerdo | 27 | 0 | 35 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 86 | 4 | 105 | 2 |
| PC02 | Totalmente en desacuerdo | 2 | 50 | 1 | 34 |
| | En desacuerdo | 0 | 4 | 0 | 3 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 7 | 0 | 7 | 5 |
| | De acuerdo | 21 | 1 | 49 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 87 | 4 | 93 | 1 |

| | | | | | |
|------|--------------------------------|----|----|----|----|
| PC03 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 51 | 2 | 35 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 0 | 6 | 5 |
| | De acuerdo | 28 | 2 | 50 | 0 |
| | Totalmente de acuerdo | 84 | 3 | 92 | 3 |

Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 14 se muestra que los habitantes del cantón Paltas perciben que los CNB se ajustan a su vida, con un porcentaje de 84% que aborda el de totalmente de acuerdo ya que son personas que pasan ocupados todo el día ya sea en su casa o lugar de trabajo, por ende, el utilizar los CNB les resulta de forma satisfactoria porque no tardarían mucho tiempo al realizar sus transacciones. Los paltenses consideran que su cantón es muy pequeño y por eso existen muy pocas agencias y esto hace que tarden demasiado tiempo realizando transacciones y prefieren aprovecharlo ocupando los CNB.

Tabla 15

Normas subjetivas / Subjective norms

| Séptimo constructo | | Género | | | |
|--------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| N01 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 43 | 2 | 33 |
| | En desacuerdo | 0 | 4 | 1 | 2 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 0 | 1 | 4 |
| | De acuerdo | 23 | 3 | 42 | 0 |
| | Totalmente de acuerdo | 92 | 9 | 104 | 6 |
| N02 | Totalmente en desacuerdo | 1 | 44 | 2 | 34 |
| | En desacuerdo | 0 | 4 | 1 | 0 |

| | | | | | |
|-----|--------------------------------|-----|----|-----|----|
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 0 | 0 | 5 |
| | De acuerdo | 17 | 3 | 34 | 0 |
| | Totalmente de acuerdo | 99 | 8 | 113 | 6 |
| N03 | Totalmente en desacuerdo | 2 | 38 | 1 | 28 |
| | En desacuerdo | 1 | 4 | 2 | 1 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 4 | 2 | 3 | 5 |
| | De acuerdo | 9 | 3 | 24 | 5 |
| | Totalmente de acuerdo | 101 | 12 | 120 | 6 |

Fuente: Encuesta realizada

Existen normas subjetivas que nos ayudan a basar en la manera de pensar de las personas por eso en la tabla 15 se demuestra que los habitantes del cantón según la aportación positiva que les brindan los canales de atención, les resulta fácil recomendar a personas que son muy cercanos a su vida la utilización de los CNB, esto quiere decir que el 85% comparten los beneficios con otras personas.

Tabla 16
Percepción del CNB / Perceived of CNB

| Octavo constructo | | Género | | | |
|-------------------|--------------------------------|------------|----|------------|----|
| | | Hombre | | Mujer | |
| | | Conoce CNB | | Conoce CNB | |
| | | Si | No | Si | No |
| CNB01 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 29 | 1 | 22 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 1 | 0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 2 | 8 | 5 |
| | De acuerdo | 4 | 2 | 0 | 2 |
| | Totalmente de acuerdo | 111 | 23 | 140 | 16 |
| CNB02 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 28 | 0 | 21 |

| | | | | | |
|-------|--------------------------------|-----|----|-----|----|
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 2 | 1 | 11 | 5 |
| | De acuerdo | 1 | 2 | 0 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 114 | 25 | 139 | 18 |
| CNB03 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 28 | 0 | 21 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 1 | 1 | 11 | 6 |
| | De acuerdo | 1 | 2 | 0 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 115 | 25 | 139 | 17 |
| CNB04 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 28 | 0 | 21 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 1 | 11 | 6 |
| | De acuerdo | 1 | 2 | 0 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 116 | 25 | 139 | 17 |
| CNB05 | Totalmente en desacuerdo | 0 | 28 | 0 | 21 |
| | En desacuerdo | 0 | 3 | 0 | 0 |
| | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | 0 | 1 | 0 | 6 |
| | De acuerdo | 1 | 2 | 6 | 1 |
| | Totalmente de acuerdo | 116 | 25 | 144 | 17 |

Fuente: Encuesta realizada.

En la tabla 16 se e percibe que los habitantes del cantón paltas le toman mucho interés al lugar en donde se va a realizar las transacciones, ya que esto suma puntos a la hora de escogerlo porque es donde el cliente va a depositar su confianza, estos deben ser en lugares conocidos porque son factores decisivos a la hora de utilizar los CNB ya que el 89% de ellos prefieren

lugares limpios, en orden, donde exista empatía y confianza para hacer uso de este canal de atención.

Conclusiones

La presente investigación ha logrado cumplir con los objetivos planteados de tal forma que se puede concluir lo siguiente:

La percepción del uso de los corresponsales no bancarios de los habitantes del cantón Paltas es positiva, ya que son una herramienta muy fácil de utilizar, a su vez que satisface las necesidades que tienen los habitantes, además no existen un número considerable de agencias bancarias, por lo que utilizan estos servicios ya que son rápidos, ágiles y evitan el traslado hacia otras ciudades para realizar sus pagos favoreciendo de manera efectiva a los paltenses.

Un factor muy importante que determino el uso de los CNB es el de seguridad con el 62% porque con la utilización de estos servicios no se corre el riesgo de ser asaltado ni se generan pérdidas de tiempo y dinero.

Que tanto hombres como mujeres puntualizan que los corresponsales no bancarios son indispensables para el desarrollo e innovación bancaria puesto que cubre las necesidades diarias al realizar sus pagos y diversas transacciones evitando así la aglomeración de personas.

El presente trabajo comprobó que los CNB son herramientas útiles e importantes para los paltenses porque diariamente permiten realizar pagos y transferencias con rapidez y eficiencia, permitiendo así la recomendación del uso de los corresponsales a las familias que forman parte de este cantón.

Recomendaciones

La presente investigación se centró en la percepción del uso de los corresponsales no bancarios en el cantón Paltas, por lo que se recomienda para posteriores investigaciones se pueda realizar este tipo de trabajo en otros lugares y así determinar si se está satisfaciendo o no las necesidades de los usuarios o mejorarlos para el beneficio de ambas partes.

Se recomienda que el servicio brindado por parte de las agencias bancarias a través de los corresponsales regule y controle los valores adicionales o comisiones que son cobrados por los establecimientos en donde se encuentran dichos corresponsales, pues esta es una de las razones que los usuarios consideran que causa molestia y riesgo.

Los CNB son medios financieros muy útiles por lo que se recomienda que aumenten el número de corresponsales en todas las parroquias del cantón Paltas ya que existen 21 y la mayoría se encuentran en la cabecera cantonal Catacocha, esto ayudara a que todos los paltenses se beneficien de este servicio.

Para la realización de futuros trabajos de investigación se recomienda enfocarse en el sector rural y zonas pequeños o alejadas que aún no utilizan este tipo de medios financieros, para así incluirlos al sistema bancario y financiero con innovación tecnológica a la sociedad actual.

Referencias

- Alfredo, L., & Osuna, V. (n.d.). *La innovación técnica y la innovación administrativa, 1621–1631.*
- Amos, G. R. (2018). *Implicaciones de la automatización en el servicio al cliente y los puestos de cajeros en la industria bancaria* / *Implications of automated processes in customer service and teller positions in the industry* / *Implicações da automação, 183–201.*
- Antonio, L., Varela, Y., & Chaparro, J. (n.d.). *Technological acceptance model (tam): a study of, 187–203.*
- Ariza-montes, A. (2016). *El concepto de innovación social : ámbitos , definiciones y alcances teóricos* / *Pilar Tirado-Valencia.*
- BID. (2018). *Banca corresponsal e Inclusión financiera, 17.* Retrieved from www.tec-in.org
- Bosque, I. A. R. del, & Crespo, Á. H. (2008). *Antecedentes de la utilidad percibida en la adopción del comercio electrónico entre particulares y empresas. Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa, (34), 107–134.*
- Cámara, N., Tuesta, D., & Pablo, U. (2015). *Extendiendo el acceso al sistema financiero formal : el modelo de negocio de los corresponsales bancarios. BBVA Research, Documento(Madrid Abril 2015).*
- Castro, C. S. (2014). *Innovación financiera : un caso de éxito.*
- Comisión Europea, L. V. (1995). *Comisión Europea Libro Verde, 00.*
- Duque Oliva, E. J., & Chaparro Pinzón, C. R. (2017). *Medición De La Percepción De La Calidad Del Servicio De Educación Por Parte De Los Estudiantes De La Uptc Duitama. Criterio Libre, 10(16), 159.* <https://doi.org/10.18041/1900-0642/criteriolibre.16.1168>
- Emergentes, E. E. M. P., Tavera, J. F., & Londoño, B. E. (2014). *De la aceptación tecnológica del e-commerce en países emergentes* / *of e-commerce in developing countries, 22(31), 101–119.*
- Espinoza, J O. (2016). *Factores que inciden en las personas al no usar corresponsales no bancarios en las parroquias rumipamba , jipijapa e ñaquito de la ciudad de Quito. (pdf).*
- Fernández Morales, K., McAnally Salas, L., & Vallejo Casarín, A. (2015). *Apropiación tecnológica:Una visión desde los modelos y las teorías que la explican. Perspectiva*

- Educacional*, 54(2). <https://doi.org/10.4151/07189729-vol.54-iss.2-art.331>
- Fondos, P. D. E., Sbs, D. E. P., & Aparicio, C. (2012). *Determinantes de la inclusión al sistema financiero : ¿ cómo hacer para que el Perú alcance los mejores estándares a nivel internacional ?*, 1–25.
- García P., Á. (2009). *El financiamiento y su impacto en las exportaciones agrícolas en México*, 1–103.
- Guttmann, R. (2009). *Una Introducción al Capitalismo*, 20–59.
- Humano, T. (2019). *Calidad de servicio del área atención satisfacción de clientes de entidades*, 1–30.
- I. (2012). *Estudios_Económicos_Vol 1. Estudios Economicos Cnbv*, 1. Retrieved from [http://www.cnbv.gob.mx/CNBV/Estudios-de-la-CNBV/Estudios de investigacion/Estudios_Económicos_Vol 1.pdf#page=78](http://www.cnbv.gob.mx/CNBV/Estudios-de-la-CNBV/Estudios-de-investigacion/Estudios_Económicos_Vol 1.pdf#page=78)
- ISO. (2015). *ISO 9000:2015 Sistemas de Gestion de la calidad. —Fundamentos y vocabulario*. Secretaria Central de ISO, 2015, 58. <https://doi.org/325789>
- Larrán, J. M., & Muriel de los Reyes, M. (2007). *La banca por internet como innovación tecnológica en el sector bancario*. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 13(2), 145–153.
- Leal Millán, A., & Carmona Lavado, A. (1998). *La teoría de los dos factores en la satisfacción del cliente*. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 4(1), 53–80.
- León, V., & Enrique, J. (2006). *¿ Qué sabe acerca de la innovación financiera ?*
- Longo Martínez, F. (2008). *Liderazgo Distribuido, un elemento crítico para promover la innovación*. *Capital Humano*, 84–91.
- María, A., & Aguirre, G. (2014). *Disertación de grado previa a la obtención del título de Economista Cantón Paltas : Estrategias para su desarrollo económico y social Resumen*.
- María, J., & Rubio, L. (n.d.). *Psicología de la salud y de la calidad de vida*.
- Moncayo, Jorge (Analista del Banco Central), Reis, M. (Profesor D. del I. de A. E. N. (IAEN). (n.d.). *Un análisis inicial del Dinero Electrónico en Ecuador y su impacto en la inclusión financiera*, 1–25.
- Mulet, J. (2005). *La innovación , concepto e importancia económica*. VI Congreso de Economía

de Navarra, 1–18.

M. De, Tam, T., & Cataldo, A. (1986). *Aceptación. Una revisión de la literatura.*

Obra Águila, A. R., & Padilla Meléndez, A. (2010). *Factores derminantes de la innovación en empresas de economía social. La importancia de la formación y de la actitud estratégica.* CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (67), 129–155.

Ramírez, M., & Fernando, R. (n.d.). *Resumen (Abstract).*

Rangel, M. B. (2012). *Aspectos conceptuales sobre la innovación y su financiamiento.* *Análisis Económico*, 27(66), 25–46.

RICYT/OEA. (2001). *Universidad Santo Tomas. Obtenido de*
http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/gonzalogutierrez_innovaciontecnologica/clasificacion_de_los_tipos_de_innovacin.html

Sánchez Franco, M. J., Martín Velicia, F. A., & Villarejo Ramos, Á. F. (2007). *El modelo TAM y la enseñanza superior. Una investigación del efecto moderador del sexo.* *Revista Espanola de Pedagogia*, 65(238), 459–478.

Sánchez-González, C., Prada-Araque, D., & Erazo-Inca, M. F. (2020). *El aporte de los Corresponsales No Bancarios CNB a la inclusión financiera.* *Desarrollo Gerencial*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.17081/dege.12.1.3599>

SB. (2014). *Sistema Financiero Sistema Financiero Privado Capitulo I . - Apertura Y Cierre De Oficinas En El País Y En El Públicas Sometidas Al Control De La Superintendencia De*, 144–164. Retrieved from

http://www.superbancos.gob.ec/medios/PORTALDOCS/downloads/normativa/nueva_codificacion/todos/L1_II_cap_I.pdf

SBIF. (2018). *Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.*

Schifter, D. E., & Ajzen, I. (1985). *Intention , Perceived Control , and Weight Loss : An Application of the Theory of Planned Behavior*, 49(3), 843–851.

Situacion-Banca_Dic15_Cap5. (2015).

Solano Barrera, G., & Aceves Lopez, J. N. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente, para el funcionamiento de las empresas.* *Revista El Buzón de Pacioli*, 1(82), 4–13. Retrieved from <http://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

- Teo, T., & Noyes, J. (2011). An assessment of the influence of perceived enjoyment and attitude on the intention to use technology among pre-service teachers: A structural equation modeling approach. *Computers and Education, 57*(2), 1645–1653. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.03.002>
- Triado, X. M., Elasri, A., & Chueca, P. A. (2013). Evolución de los factores de satisfacción de clientes en centros deportivos entre 1996 y 2013. ¿Cómo han cambiado las percepciones de los usuarios? *Descubriendo Nuevos Horizontes En Administración: XXVII Congreso Anual AEDEM, Universidad de Huelva, 5, 6 y 7 de Junio de 2013*, (June).
- Trillo Holgado, M., & Pedraza Rodríguez, J. (2008). La Influencia De La Innovación En El Capital Intelectual De La. *Conocimiento, Innovacion y Emprendedores*, 1419–1431.
- Universitarios autor : Bárbara Fernández Robles. (n.d.).
- Vecino-pichincha, M. I., Aquí-, T. U. B., Jacqueline, E., & Cepeda, P. (2014). Universidad de Guayaquil, 2008–2013.
- Vilà, J., Lorenz, E., & Lundvall, B.-Å. (2011). *Innovación Perspectivas para el siglo*.
- Wilson, E., & Criollo, M. (n.d.). GADC-Paltas Plan de Desarrollo y ordenamiento Territorial del GADC Paltas.
- Yong, L. A., Rivas, L. A., & Chaparro, J. (2008). Modelo de Aceptacion Tecnológica (TAM): Un estudio de la Influencia de la cultura Nacional y del perfil de los usuarios en el uso de las TIC. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 20*(36), 187–203. Retrieved from <https://www.redalyc.org/html/818/81819028014/>