



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**  
*La Universidad Católica de Loja*

**ÁREA ADMINISTRATIVA**

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Innovación bancaria en la provincia de Loja, enfoque en  
los corresponsales no bancarios en el cantón Pindal al  
año 2019

**Autora:** Saabedra Jiménez, Tatiana Maribel

**Directora:** Salas Tenesaca, Eulalia Elizabeth

LOJA – ECUADOR

2021



*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>*

2021

## **Aprobación del director del Trabajo de Titulación**

Loja, 13 de marzo del 2021

Doctora

Eulalia Elizabeth Salas Tenesaca.

**Coordinadora de titulación de administración en banca y finanzas.**

De mi consideración:

El presente Trabajo de Titulación denominado: Innovación Bancaria en la provincia de Loja, enfoque en los corresponsales no bancarios en el cantón Pindal al año 2019, realizado por Saabedra Jiménez, Tatiana Maribel, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo. Así mismo, doy fe que dicho Trabajo de Titulación ha sido revisado por la herramienta antiplagio institucional.

Particular que comunico para los fines pertinentes.

Atentamente,

Eulalia Elizabeth, Salas Tenesaca

C.I.: 1103666762

**Declaración de autoría y cesión de derechos**

“Yo, Saabedra Jiménez, Tatiana Maribel, declaro y acepto en forma expresa lo siguiente:

Ser autora del Trabajo de Titulación denominado: Innovación bancaria en la provincia de Loja, enfoque en los corresponsales no bancarios en el cantón Pindal al año 2019, de la Titulación Banca y Finanzas, específicamente de los contenidos comprendidos en: Introducción, Capítulo 1. Marco teórico y referencial, Capítulo 2. Caracterización territorial del Cantón Pindal, Capítulo 3. Metodología y discusión de resultados, Conclusiones y Recomendaciones, siendo Eulalia Elizabeth Salas Tenesaca, 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 UTP, 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.

Autor: Tatiana Maribel Saabedra Jiménez.

C.I.: 1104259336

## **Dedicatoria**

Dedico el presente trabajo de titulación a Dios, por ser base fundamental en toda mi vida por nunca dejarme sola en los momentos de mayor dificultad y por darme la fortaleza de seguir adelante.

A mis padres Mariana y Lider, por brindarme su apoyo incondicional durante toda mi vida y trayecto de mi carrera. Gracias a ustedes he llegado a cumplir mi meta con éxito, gracias por bríndame día a día su apoyo y su amor en cada paso que doy, ustedes son el motivo de seguir adelante con mis sueños y quienes han hecho todo su esfuerzo por darme estudio en una distinguida universidad, los llevo en mi vida y en mi corazón en cada momento.

Dedico todo lo que he realizado a ustedes mi principal motivación.

A mis demás familiares por ser un pilar fundamental en el trayecto de mi vida para cumplir cada una de mis metas y brindarme su apoyo en los momentos difíciles.

## **Agradecimiento**

Agradezco a Dios por darme la fortaleza y valentía de seguir con mis estudios y llegar a culminarlos con éxito, por darme una familia de buen corazón que me ha brindado su apoyo incondicional durante mi formación profesional.

A mis padres, por cada día brindarme apoyo en cada una de mis decisiones y por inculcarme valores que me han ayudado a superarme tanto en el ámbito académico como personal.

A la Mgtr. Eulalia Elizabeth Salas Tenezaca, por ser la docente quien me brindo su total apoyo y sus conocimientos en mi investigación, quien con su predisposición me guio durante todo el proceso para culminar con éxito, por ser un modelo profesional y un excelente ser humano.

A la Universidad Técnica Particular de Loja por abrirme las puertas de la institución para realizar mis estudios profesionales, en tan distinguida universidad.

## Índice de contenido

Carátula .....	I
Aprobación del director del Trabajo de Titulación .....	II
Declaración de autoría y cesión de derechos .....	III
Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento .....	V
Índice de contenido .....	VI
Resumen.....	9
Abstract .....	10
Introducción.....	11
Capítulo uno.....	13
1.1 Innovación .....	13
1.1.1. <i>Antecedentes de la innovación, conceptos e importancia.</i> .....	13
1.2 Innovación financiera.....	16
1.3 Innovación financiera a nivel mundial.....	17
1.3.2 <i>Innovación financiera en Ecuador</i> .....	20
1.4 Casos de Corresponsales No Bancarios (CNB) .....	22
1.5 Modelo de aceptación tecnológica .....	27
1.5.1 <i>Teorías de aceptación</i> .....	27
1.5.2 <i>Modelo TAM</i> .....	27
1.5.3 <i>Aplicaciones del modelo TAM en el sistema bancario</i> .....	28
Capítulo dos.....	31
2.1. Antecedentes .....	31
2.1.1. <i>Límites y datos generales de Pindal</i> .....	32
2.1.2. <i>Cantonización.</i> .....	32
2.1.3. <i>Análisis demográfico</i> .....	33
2.1.4. <i>Población del Cantón Pindal</i> .....	34

<b>2.1.5. Distribución de la población urbana rural 1999 / 2015</b> .....	35
<b>2.1.6. Biodiversidad de Pindal</b> .....	36
<b>2.1.7. Fiestas populares de Pindal</b> .....	37
<b>2.2. Estructura del sistema bancario del Cantón Pindal</b> .....	38
<b>2.2.1. Descripción de las Instituciones financieras posesionadas en Pindal</b> .....	39
<b>2.2.2. Principales productos financieros</b> .....	40
<b>2.3. Canales de atención</b> .....	41
<b>2.3.1. Canales de atención del cantón Pindal</b> .....	42
<b>2.4. Corresponsables no bancarios (CNB)</b> .....	43
<b>2.4.1. Beneficios de los CNB</b> .....	44
<b>2.4.2. Corresponsables no bancarios Cantón Pindal</b> .....	45
<b>Capítulo tres</b> .....	46
<b>3.1 Metodología</b> .....	47
<b>3.1.1 Diseño de la investigación</b> .....	48
<b>3.1.2 Enfoque de la investigación</b> .....	48
<b>3.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos</b> .....	49
<b>3.1.4 Unidad de análisis</b> .....	49
<b>3.1.5 Población y muestra</b> .....	49
<b>3.1.6 Fuentes de información</b> .....	50
<b>3.1.7 Modelo de aceptación tecnológica TAM</b> .....	51
<b>3.2 Análisis y discusión de resultados</b> .....	52
<b>Conclusiones</b> .....	67
<b>Recomendaciones</b> .....	68
<b>Referencias</b> .....	69

### Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Innovación en la historia .....	13
<b>Tabla 2</b> Tipos de innovación .....	14
<b>Tabla 3</b> CNB a nivel mundial, Ecuador y América latina .....	23
<b>Tabla 4</b> Población del Cantón Pindal .....	34
<b>Tabla 5</b> Proyecciones Demográficas del Cantón Pindal .....	34
<b>Tabla 6</b> Instituciones financieras en Pindal .....	38
<b>Tabla 7</b> <i>Operaciones activas y pasivas</i> .....	41
<b>Tabla 8</b> Canales de atención Cantón Pindal .....	43
<b>Tabla 9</b> Corresponsables no bancarios Cantones Pindal .....	46
<b>Tabla 10</b> Constructo1: Actitud hacia el uso de CNB .....	54
<b>Tabla 11</b> Intención de uso de los CNB .....	55
<b>Tabla 12</b> Percepción de la utilidad de uso de los CNB .....	57
<b>Tabla 13</b> Percepción de facilidad de los CNB .....	58
<b>Tabla 14</b> Percepción de seguridad de los CNB .....	60
<b>Tabla 15</b> Percepción de compatibilidad .....	62
<b>Tabla 16</b> Normas subjetivas .....	63
<b>Tabla 17</b> Percepción del CNB .....	65

### Índice de figuras

<b>Figura 1</b> Teorías de aceptación.....	27
<b>Figura 2</b> Pindal capital maicera del Ecuador .....	31
<b>Figura 3</b> <i>Límites y datos generales de Pindal</i> .....	32
<b>Figura 4</b> <i>Ubicación del cantón Pindal</i> .....	33
<b>Figura 5</b> Población urbana y rural .....	36
<b>Figura 6</b> Biodiversidad de Pindal .....	37
<b>Figura 7</b> Fechas importantes de Pindal .....	37
<b>Figura 8</b> Misión y visión BanEcuador .....	39
<b>Figura 9</b> Misión y visión BancoCODESARROLLO .....	40
<b>Figura 10</b> Canales de atención.....	42
<b>Figura 11</b> Beneficios de los CNB.....	45
<b>Figura 12</b> Modelo TAM cantón Pindal .....	51
<b>Figura 13</b> Ha utilizado usted el canal de atención CNB .....	53

## Resumen

Los corresponsales no bancarios (CNB) cumplen la función de ofrecer servicios financieros autorizados por una institución bancaria, en su misión también se encuentra la de bancarizar a zonas de difícil acceso, las cuales carecen de una agencia bancaria.

Hablar de un CNB es hacer referencia a los casos de innovación financiera que se vive actualmente. Es por ello, que en el presente trabajo de investigación se estudia la percepción de los usuarios con respecto a los CNB ubicados en el cantón Pindal. Buscando colaborar como fuente de información para futuras investigaciones o de conocimiento para mejorar en la calidad del servicio.

Mediante la aplicación de una encuesta a 328 habitantes del cantón, se indagó en constructos claves tales como uso, utilidad, y seguridad.

Concluyendo que el 72% ya ha hecho uso de los CNB establecidos en su cantón, en su mayoría expresan que es un servicio de beneficio, enfatizando que hacer uso de los mismos es realmente fácil. La ubicación de los mismos juega un papel crucial en su uso, puesto que el 91% manifiesta que el establecimiento es fundamental.

*Palabras claves:* corresponsales no bancarios, innovación financiera, banca, Pindal.

### **Abstract**

Non-bank correspondents (CNB) fulfill the function of offering financial services authorized by a banking institution, their mission is also to bank in areas of difficult access, which lack a banking agency.

Speak of a CNB is refer to the cases of financial innovation that are currently being experienced. For this reason, this research studies the perception of users regarding the CNBs located in the Pindal canton. Seeking to collaborate as a source of information for future research or knowledge to improve the quality of the service.

Applying a survey to 328 inhabitants of the canton, key constructs such as use, utility, and safety were investigated.

Concluding that 72% have already made use of the CNBs established in their canton, most of them express that it is a benefit service, emphasizing that making use of them is really easy. Their location plays a crucial role in their use, 91% state that the establishment is essential for them.

*Keywords:* non-bank correspondents, financial innovation, banking, Pindal.

## Introducción

La innovación dentro de las empresas permite mayor facilidad de penetración a los mercados y genera mayores oportunidades de negocios.

La importancia de la innovación radica en la influencia que esta genera para alcanzar el logro de ventajas competitivas, es decir las empresas innovadoras son más flexibles, tienen mayor capacidad de adaptación, respuesta a los cambios y logran explotar las oportunidades existentes en mayor medida que la competencia (F. Damanpour, 2001)

Las instituciones financieras también innovaron en función de incluir a la población en puntos geográficos en los cuales carecen de una agencia o sucursal bancaria. Los corresponsales no bancarios forman parte de este proceso innovador, constituyen un canal de atención de fácil acceso que funciona en un establecimiento comercial perteneciente a una persona natural o jurídica y ofrece servicios financieros autorizados por una Institución bancaria.

Actualmente, el número de CNB a nivel nacional asciende a 27.869 (Superintendencia de bancos)

La importancia de la investigación radica en conocer la percepción de los usuarios de Pindal con respecto a los corresponsales no bancarios establecidos en su cantón, haciendo uso de la herramienta encuesta, conformada por ocho constructos se indagó en puntos clave y de gran relevancia para alcanzar los objetivos planteados en un inicio.

En siguiente trabajo de investigación está conformado por tres capítulos, los cuales se exponen a continuación:

Capítulo I, aborda todo lo relacionado con la literatura para estructurar el marco teórico el cual en el primer apartado abarca los antecedentes, concepto e importancia, seguidamente de

innovación financiera a nivel mundial, innovación financiera en el Ecuador. Así mismo, se da a conocer el modelo de aceptación tecnológica con sus respectivas teorías.

Capitulo II, abarca los antecedentes, estructura del sistema bancario en el cantón Pindal, canales de atención y los corresponsables no bancarios establecidos actualmente en el mismo.

Capitulo III. Está conformado por la metodología y discusión de resultados mediante la exposición de tablas para una mejor distribución y análisis de la información recopilada.

En el estudio se buscó observar y comparar la interacción de los usuarios frente a los CNB como parte de la innovación financiera que vive actualmente el país. A través de la encuesta aplicada a una muestra de 228 habitantes del cantón se analizó su comportamiento, y se hizo uso de herramientas informáticas (SPSS, Adanco) se realizó el cruce de variables que hicieron posible la exposición final de conclusiones y recomendaciones.

## Capítulo uno

### Marco teórico y referencial

#### 1.1 Innovación

Innovación es aplicar con éxito ideas creativas en una organización. Desde este punto de vista, la creatividad de los individuos y de los equipos es un punto de partida para la innovación; es una condición necesaria pero no suficiente. La innovación con éxito depende también de otros factores y puede derivarse no sólo de las ideas creativas originadas dentro de la organización, sino también de ideas originadas fuera de ella (Amabile, 1996).

##### 1.1.1. *Antecedentes de la innovación, conceptos e importancia.*

El ser humano, desde sus primeros pasos en la tierra, ha sido el artífice fundamental de todas las innovaciones y modificaciones que hoy percibimos en nuestro entorno, pues busca siempre mejores condiciones de vida, un mayor desarrollo personal y comunitario, una mayor sensación de felicidad, un nivel de vida más acorde con sus expectativas; es decir, lo que la cultura humana ha asociado a progreso, desarrollo, bienestar y superación (Varela, 2008).

**Tabla 1**

*Innovación en la historia*

CULTURA / OEVENTO	TRANSFORMACIONES
Renacimiento	Artes, ciencia, comercio, religión, política, guerras, descubrimientos geográficos, termómetro
Inca	Agricultura, comunicación, medicina, construcciones, política.
Azteca	Urbanismo, dominación, construcción, agricultura y calendario azteca.
Revolución Francesa	Derechos humanos, organización política y social.
Revolución Americana	Sistema político.
Inglesa (Siglo XX)	Comercio, navegación, ciencia, imperio.
Rusa	Educación, deporte, ciencia y tecnología, sistema económico y político, dominación territorial, tecnología espacial.
China	Nuevos esquemas de producción masiva, invasión de mercados, dos sistemas un gobierno.

*Nota:* Adaptado de (Varela, 2008).

La innovación tiene sus raíces como su evolución en distintas áreas del conocimiento y en diversas áreas de aplicación a lo largo de la historia.

“Innovar, es un acoplamiento perfecto entre necesidad sentida y posibilidad técnica de satisfacerla, así mismo esta no cae como maná, sino que necesita de un fuerte esfuerzo de creación, desarrollo, prueba e introducción en la vida económica” (González & Pérez, 1989).

El primer economista importante en desarrollar ampliamente el concepto de proceso de innovación fue el economista austríaco Joseph Schumpeter. Para el autor, este término tiene lugar cuando se produce la introducción de un nuevo bien o un cambio en su calidad, la introducción de un nuevo método de producción, la apertura de un mercado o la creación de una nueva organización de cualquier industria (2004, pág. 65)

Por su parte, Howard Stevenson realizó en la década de los '80 un análisis acerca de la mentalidad emprendedora y el concepto de innovación. Según él, innovar no implica sólo crear un nuevo producto, puede innovarse al crearse una nueva organización o forma de producción o una forma diferente de llevar adelante una determinada tarea, etc. (Castillo, 1999)

Así mismo, el manual de Oslo OCDE (2005) define la innovación como la introducción de un nuevo o mejorado, producto o un nuevo método organizativo referente a prácticas internas de la empresa, además menciona cuatro tipos de innovaciones como se evidencia en la tabla a continuación:

**Tabla 2**

*Tipos de Innovación*

TIPO DE INNOVACIÓN	CONCEPTO
Innovación de producto	Consiste en la creación de nuevos productos o servicios, o en la mejora de las características y calidad de los ya existentes.

Innovación de proceso	Consiste en la introducción de nuevos procesos de producción o la modificación de los existentes, y su objetivo principal es la reducción de costes.
Innovación de mercadotecnia	Consiste en la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación.
Innovación de organización	Es la introducción de un nuevo método organizativo, la organización del lugar del trabajo o las relaciones exteriores de la empresa.

*Nota:* Adaptado de (Metcalfe & Ramlogan, 2008).

La importancia de la innovación radica en la influencia que esta genera para alcanzar el logro de ventajas competitivas, es decir las empresas innovadoras son más flexibles, tienen mayor capacidad de adaptación, respuesta a los cambios y logran explotar las oportunidades existentes en mayor medida que la competencia (Damanpour y Gopalakrishnan 2002).

Por otra parte, una publicación realizada por la revista Forbes (2017) describe en tres aspectos la importancia de la innovación los cuales se detallan a continuación:

- La innovación dentro de las empresas permite mayor facilidad de penetración a los mercados y genera mayores oportunidades de negocios.
- La innovación brinda al innovador una actitud proactiva para asumir riesgos y generar valor agregado a los proyectos planteados.
- Empresas con cultura innovadora generan un crecimiento rápido y eficaz dentro del mercado ya que probar nuevas cosas es un experimento que vale la pena.

Bajo los presentes contextos la Innovación es considerada como uno de los motores fundamentales de las organizaciones, ejerciendo efectos positivos en el crecimiento empresarial. El autor Porter, afirma que la competitividad de una nación, y por tanto de su tejido industrial y económico, depende de la capacidad que tiene una empresa para innovar y mejorar (2007).

Cabe resaltar que las empresas más innovadoras están aprovechando al máximo las oportunidades que ofrece la innovación permitiéndoles extender y optimizar sus negocios, mejorando la información y los servicios que pueden ofrecerles a sus clientes; por tanto, resulta imprescindible adaptarse a dichas innovaciones para que una empresa pueda ofertar sus servicios con eficacia (Hoffman D. L., 2000).

Finalmente, la innovación se constituye como una de las inversiones más importantes de las naciones además de ser un pilar determinante para mejorar la competitividad, también permite generar nuevos conocimientos y plantear soluciones a problemas relacionados con la salud, el medio ambiente, la pobreza y la seguridad, entre otros (Bustos O. , 2015). Gracias a la innovación se puede lograr un crecimiento económico sostenido al generar mejoras en la productividad.

## **1.2 Innovación financiera**

La innovación financiera, se define como el proceso de adecuación de la oferta a la demanda de la clientela y de los mercados de forma que el cliente deja de estar en segundo plano, pasa a ser el centro de atención de la actividad bancaria y por tanto, es preciso recoger sus necesidades y deseos, llegando a las segmentaciones necesarias, para que la oferta de productos y servicios sea la más adecuada para cada grupo de clientes (Larrán Jorge & Muriel de los Reyes, 2007, pág. 146).

Analizando el significado de innovación financiera, el autor León afirma que este término hace referencia al “acto de crear nuevos instrumentos financieros conocidos como nuevas tecnologías financieras” (León J. E., 2006).

Desde la perspectiva monetarista, las innovaciones financieras deben conducir al sistema financiero a un equilibrio estable ya que dichos instrumentos son planteados para

estabilizar precios y para otorgar una protección individualizada a los agentes en contra de la inestabilidad financiera (Levy , 2010).

Por otra parte el autor Morales (2017) detalla que la innovación financiera está enraizada en el desarrollo económico y en el surgimiento de los mercados a través de la tecnología, de esta manera lentamente se fue introduciendo el fenómeno conocido como “Fintech”, el cual consiste en empresas que prestan servicios financieros a través de la tecnología.

Bajo estos contextos en la actualidad los mercados son cada vez más competitivos, las empresas modifican constantemente sus estrategias empresariales para adecuarlas a los cambiantes requerimientos del mercado de tal manera que les permita mejorar sus procesos tecnológicos y su crecimiento. Por lo tanto, para ser más competitivas en el mercado las empresas tienen que estar constantemente mejorando e innovando sus procesos y productos (Porter, 2007).

### **1.3 Innovación financiera a nivel mundial**

La innovación financiera juega un papel cada vez más importante dentro de las empresas y mercados, ya que brinda soluciones integrales a través de la introducción de nuevos productos financieros y modificaciones en los procesos, con la finalidad de ayudar en la provisión de financiamiento necesario para crecer y contribuir a la economía (Sánchez, 2010).

En términos generales, la innovación financiera consiste en cualquier cosa que modernice las finanzas y el sistema financiero.

Indagando en la historia, podemos encontrar importantes elementos fundamentales que subyacen en el sistema financiero actual. Por ejemplo, los autores Mishkin y Eakins (2009) mencionan:

- El siglo IX, en China, se inventó el papel moneda, una letra de cambio establecida por los comerciantes que es el antecesor del dinero de curso legal que emite el gobierno.

De igual manera, en la Europa medieval surgieron organizaciones especializadas en depósitos y préstamos de dinero, así como la creación de pagarés, las cuales son todas funciones esenciales de la banca moderna.

Entre los avances más recientes se encuentran instrumentos como son las tarjetas de débito y de crédito, servicios como los cajeros automáticos, cámaras de compensación, así como pagos y procesos electrónicos.

Continuando con los estudios previos, se menciona que a partir de los años ochenta del siglo pasado, y llegando hasta nuestros días, surge la Nueva Economía digital. Los autores Bono (2016) “suponen profundos cambios para la Banca Digital y de las llamadas Fintech, con nuevas tecnologías aplicadas a los servicios financieros tradicionales”

Por otra parte, La aparición de la "Banca Digital", y de las Fintechs ha venido unida a un proceso de adaptación e innovación de carácter complejo” Es así como surge una nueva banca a distancia y online, que sustituye a la comercial y que se enfrenta al desafío de definir un nuevo modelo de negocio bancario, que ponga de manifiesto la importancia que tiene en su desarrollo el proceso de innovación (Chesbrough H. , 2010)

Finalmente, la innovación ha ayudado a las personas y las empresas a alcanzar sus metas económicas de manera más eficiente, al ampliar sus posibilidades de efectuar intercambios de bienes y servicios mutuamente provechosos (Chou & Chin, 2004). Cabe resaltar que al aumentar la variedad de productos disponibles y facilitar la intermediación, la innovación financiera promueve el ahorro y canaliza estos recursos hacia los usos más productivos.

### **1.3.1 Innovación financiera en América Latina.**

En los países de América Latina y el Caribe, el nivel de inclusión financiera es más bajo que en las economías de ingresos altos, esto se observa en el plano de los hogares y de las empresas. Como lo publica la base de datos Global Findex (2018) el 51% de los adultos

de América Latina y el Caribe tienen una cuenta bancaria, mientras que en países con ingresos altos la apertura de cuentas bancarias en la población representa el 91%.

La innovación en América Latina posee características particulares, es una actividad a la que las empresas de la región declaran destinar fondos, desde un 2,8% de las ventas, en el caso de las firmas en Brasil, y hasta un 2,2% de las ventas en las empresas de Argentina. Sin embargo, en el caso de la inversión en I+D el esfuerzo es mucho menor, en Colombia el porcentaje de las ventas destinado a esta actividad solo llega al 0,1%, mientras que en países más desarrollados como Alemania este número llega al 3%. (Banco Mundial [BM], 2017).

Continuando con el estudio de la innovación financiera en América Latina y el Caribe un artículo publicado por la revista COBIS (2019) menciona a los países de la región que están liderando en transformación tecnológica, los cuales son:

**México:** Este país es uno de los líderes en innovación del sector financiero en América Latina, su liderazgo radica en la apertura y extensión de la banca, lo que permite un mayor acceso de los clientes a usar las diversas formas de pago.

Otro aspecto para destacar es el sector Fintech, México cuenta con el ecosistema Fintech más dinámico de Latinoamérica, Mejía (2019) explica que las 515 empresas que operan en el sector Fintech suman un volumen de operaciones anual de 68,409 millones de pesos, una cifra que podría equiparse a la cartera y activos manejados por un banco, mientras que en materia de empleo, el ecosistema Fintech ha creado 3,600 empleos directos beneficiando a más de 4.5 millones de usuarios, estos resultados alentadores prometen ser un impulso para la economía digital del país y de la inclusión en el sistema bancario.

**Brasil:** Presenta un ecosistema financiero sólido local, ya que cuenta con un banco 100% digital llamado "Banco Original". Creado por el expresidente del Banco Central de Brasil, Banco Original nació para desenredar la relación con el dinero, es decir, ofrece todos

los servicios de la banca tradicional, pero sin colas ni tanta burocracia (LatinAmerica Post, 2019).

Referente al mercado Fintech hasta el año 2019 existieron alrededor de 500 Fintech operando en Brasil. De estas, el 57% están en São Paulo, siendo el estado de Brasil donde se concentra el mayor volumen de innovaciones. Esta nueva tecnología busca reducir las tarifas de los servicios financieros y expandir el acceso a cuentas y crédito, para alcanzar a más sectores de la población brasileña (Alcance Global, 2019).

Finalmente cabe destacar que en los últimos años América Latina se ha sumado a la revolución Fintech mundial, creando ecosistemas de innovación que permiten el desarrollo de nuevos emprendimientos tecnológicos los cuales ofrecen productos y servicios financieros altamente innovadores.

### **1.3.2 Innovación financiera en Ecuador**

Según Pinto (2017) manifiesta que Ecuador se halla rezagado en procesos de innovación financiera, este panorama no siempre fue así ya que hace algunos años atrás el país contaba con una alta calidad en software financiero, pero por varios motivos económicos y políticos se perdió esa ventaja competitiva y el ritmo de innovación se redujo ocasionando que muchas empresas tecnológicas migren.

Bajo este panorama que vivió el país se decidió iniciar una estrategia con la asistencia técnica del Banco Mundial cuya finalidad es mejorar la inclusión financiera. En un artículo publicado por la revista Líderes (2019) se menciona que esta iniciativa cuenta con la participación de más de una docena de instituciones y asociaciones públicas y privadas que buscan establecer un mecanismo orientado a ampliar el acceso de los ecuatorianos a productos y servicios financieros.

Gracias a todas las iniciativas tomadas por el BM y Asobanca Asociación de Bancos Privados del Ecuador (2020) el panorama nacional en materia de innovación ha generado

una evolución radical, ya que hace cuatro años, solo uno de los 24 bancos de Ecuador tenía un laboratorio dedicado al desarrollo tecnológico, hoy este número ha aumentado a 10 entidades financieras las cuales tienen equipos formales dedicados al diseño de nuevos productos y servicios de la mano de la tecnología.

Prado (2020) presidente de Asobanca manifiesta que “el país se ha puesto al día en temas de innovación”. Los resultados obtenidos han sido satisfactorios y reconocidos a nivel internacional, en el 2018 El Índice de Evolución Digital para Latinoamérica y el Caribe ubicó a Ecuador entre uno de los países que más rápido ha avanzado en esta área.

Las instituciones financieras que en la actualidad poseen laboratorios tecnológicos son: Pichincha, Pacífico, Bolivariano, Diners Club, Banco de Loja, Solidario, Produbanco, Machala, Procredit y General Rumiñahui, el resultado que buscan obtener estas instituciones es el poder priorizar la experiencia del cliente con una mayor velocidad (Astudillo, 2020).

Por otra parte, el gobierno nacional también se encuentra colaborando para que el país sobresalga en materia de innovación, y uno de los mecanismos de innovación financiera implementado es el dinero electrónico cuyo objetivo es la inclusión financiera, con el fin de reducir la pobreza en el país aportando a la economía popular y solidaria. Los beneficios buscados están enfocados en la reducción de gastos de transacción, acceso a productos financieros y acceso a redes de gobierno (Banco Central del Ecuador [BCE] , 2014).

### **Mercado Fintech**

En el Ecuador, el término Fintech es poco conocido debido a que su llegada fue en el 2016, pero rápidamente las instituciones se fueron adaptando a esta ola tecnológica, ya que para el 2018, surgieron 31 empresas que buscan facilitar la vida financiera de sus clientes mediante transacciones virtuales que se pueden realizar desde cualquier dispositivo móvil. (Banco Central del Ecuador, 2019).

El mercado nacional está cambiando el modelo de negocio de sus servicios para ofrecer una experiencia digital y móvil, enfocada en los 'omnicanales' con la finalidad de llegar a un mayor número de clientes.

Las empresas Fintech en Ecuador ofrecen a las instituciones soluciones enfocadas en el segmento de Gestión de Finanzas Empresariales, brindando ideas innovadoras y tecnológicas para la implementación de mejores prácticas en materia de desarrollo empresarial. (Banco Central del Ecuador [BCE], 2019).

El panorama actual de las Fintech en Ecuador, desde la perspectiva de Espinosa (2018), Fundadora de Kushki, manifiesta que es positivo y considera que se debe mantener una capacitación continua a emprendedores y posibles inversionistas para manejar un ecosistema con mayor dinamismo y oportunidades. Con respecto al sector financiero, explica que las Fintech y la Banca tradicional deben buscar mayores espacios de colaboración para el desarrollo de nuevos productos y mejores servicios, a través de oportunidades ganar-ganar (Revista Ekos, 2019).

#### **1.4 Casos de Corresponsales No Bancarios (CNB)**

Los CNB firman acuerdos directos con los bancos para ofrecer servicios financieros en su nombre, lo cual permite a las instituciones financieras convertir costes fijos en variables, de forma que su estructura de costes sea más baja y flexible (Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNVB], 2015).

En la tabla 3, se evidencia ciertos criterios sobre CNB desde diferentes ámbitos a nivel mundial, en América Latina y en Ecuador:

Tabla 3

CNB a nivel mundial, en América Latina y Ecuador

TITULO	AUTOR	FECHA	CRITERIOS
<b>CASOS EN EL MUNDO</b>			
Inclusión financiera: construcción de un modelo de éxito en el contexto indio	Gwalani y Parkhi	2013	<p>La Banca corresponsal consiste en intermediarios facilitadores de negocios (BF) o corresponsales de negocios (BC) que permiten proporcionar servicios financieros y servicios bancarios. Los BC, tienen permitido realizar negocios bancarios como agentes de los bancos en lugares distintos del local del banco.</p> <p>Diversas categorías de individuos, tiendas, etc. y, además, empresas corporativas y con fines de lucro pueden convertirse en corresponsales comerciales de bancos.</p>
Extendiendo el acceso al sistema financiero formal: el modelo de negocio de los corresponsales bancarios	Cámara, Urbiola	Tuesta, 2015	<p>De acuerdo con investigaciones realizadas a nivel mundial hasta el año 2014 se evidencia que el mayor número de corresponsales bancarios por cada 100.000 personas adultas está en Bangladesh (530 establecimientos), seguido de Colombia (275) y Brasil (253). América Latina y el Caribe es la región del mundo con la tasa más alta de corresponsales bancarios puros (136 establecimientos por cada 100.000 adultos), seguido por el Sur de Asia (83), Oriente Medio y el Norte de África (72).</p>
<b>CASOS EN AMÉRICA LATINA</b>			
Banca corresponsal e inclusión financiera: modelos de negocio en América Latina	Banco Desarrollo de América Latina	2013	<p>En América Latina han implantado este concepto de redes de CNB y hoy en día es una de las más extensas, mayor a las redes de sucursales y ATM. En términos de cobertura, los corresponsales han hecho una contribución muy significativa al generar presencia bancaria en un número muy importante de municipalidades con el objetivo</p>

			de acceder a mercados marginados y en esa medida a contribuir a una mayor inclusión financiera.
Banca corresponsal e inclusión financiera: modelos de negocio en América Latina	Banco de Desarrollo de América Latina	2013	<p>El papel fundamental que juegan los corresponsales bancarios es orientado a la habilitación de productos y servicios innovadores, que se caractericen por su eficiencia y por ser fácilmente accesibles, con base en el desarrollo y apalancamiento de redes alternas a las redes bancarias tradicionales.</p> <p>Cabe mencionar que las motivaciones de los intermediarios para el uso del canal corresponsal son las siguientes:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Descongestionar sucursales, desalojando generalmente pagos y otras transacciones de bajo valor a canales menos costosos.</li> <li>2. Mejorar el servicio a los clientes, a través de ampliar la disponibilidad de canales transaccionales (horarios extendidos de atención).</li> <li>3. Capturar transacciones de pago, ya sea de servicios públicos, asociadas a remesas, etc.</li> </ol>
Bancarización	Tafur	2008	<p>En Brasil la figura de CNB tuvo su origen en el año 1973, estos corresponsales facilitaban el envío y recibo de pagos y cobranzas de cheques. Posteriormente, el Banco Central de Brasil en 1999 permitió la expansión de los servicios financieros de CNB y facultó a la banca para establecer contratos en aquellos municipios donde no existían oficinas bancarias. Hoy en día Brasil registra un número significativo de ciudadanos con acceso a cuentas bancarias. Incluso el número de estas ha crecido a un ritmo superior al de la población. Según el Banco Central de Brasil (2005), los CNB son la forma más efectiva de lograr que la población de bajos ingresos tenga acceso a los servicios financieros.</p>

Modelos de Negocio para la Inclusión Financiera	Comisión Nacional Bancaria y de Valores	2015	<p>Los CNB han sido adoptados e implementados con diferentes niveles de éxito en países de América Latina. Brasil es el pionero en esta materia y ha desarrollado una red madura de corresponsales que cubre más del 99% de los municipios del país, mientras que en otros países como Perú tan solo el 12% de municipios se encuentra sin cobertura de corresponsales. En el caso de México el 41% de municipios se encuentra cubierto, siendo este el país con menor cantidad de CNB.</p>
<b>CASOS EN ECUADOR</b>			
CNB en Ecuador	Méndez	2008	<p>En mayo de 2008 en Ecuador es la fecha en que empezaron a funcionar los primeros Corresponsales no Bancarios (CNB), los cuales contribuyen a fomentar una banca más inclusiva, que permite la formalización y asesoría de sectores no bancarizados. Según los expertos, con la aplicación de los CNB, se obtienen dos ventajas significativas sobre la banca virtual</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Se mantiene el contacto con la gente.</li> <li>2. Permite la distribución de servicios bancarios a zonas recónditas del país.</li> </ol>
Superintendencia de bancos del Ecuador	Superintendencia de bancos del Ecuador	2017	<p>La distribución de los CNB busca cubrir zonas no bancarizadas, con lo cual priorizan la atención de solicitudes hacia sectores poco bancarizados.</p> <p>Según datos de la Superintendencia de Bancos en los tres últimos años la tendencia de los CNB ha sido creciente en el 2017 existieron 24.566 CNB, en el 2018 aumento a 25.768 y finalmente en el 2019 el número de establecimientos fue de 27.869. Lo cual demuestra una mayor cobertura por parte de las instituciones financieras a la población</p>

			que requiere realizar transacciones diariamente.
Transacciones bancarias en tiendas y locales suman millones en Ecuador	Diario el Universo	2018	Los CNB es un proyecto que ha transformado positivamente la vida de los clientes y los banqueros del barrio, quienes han visto crecer sus ventas hasta un 50% luego de la implementación de este nuevo servicio en sus negocios. Las transacciones que se generan por este medio son de un millón por mes a nivel nacional.

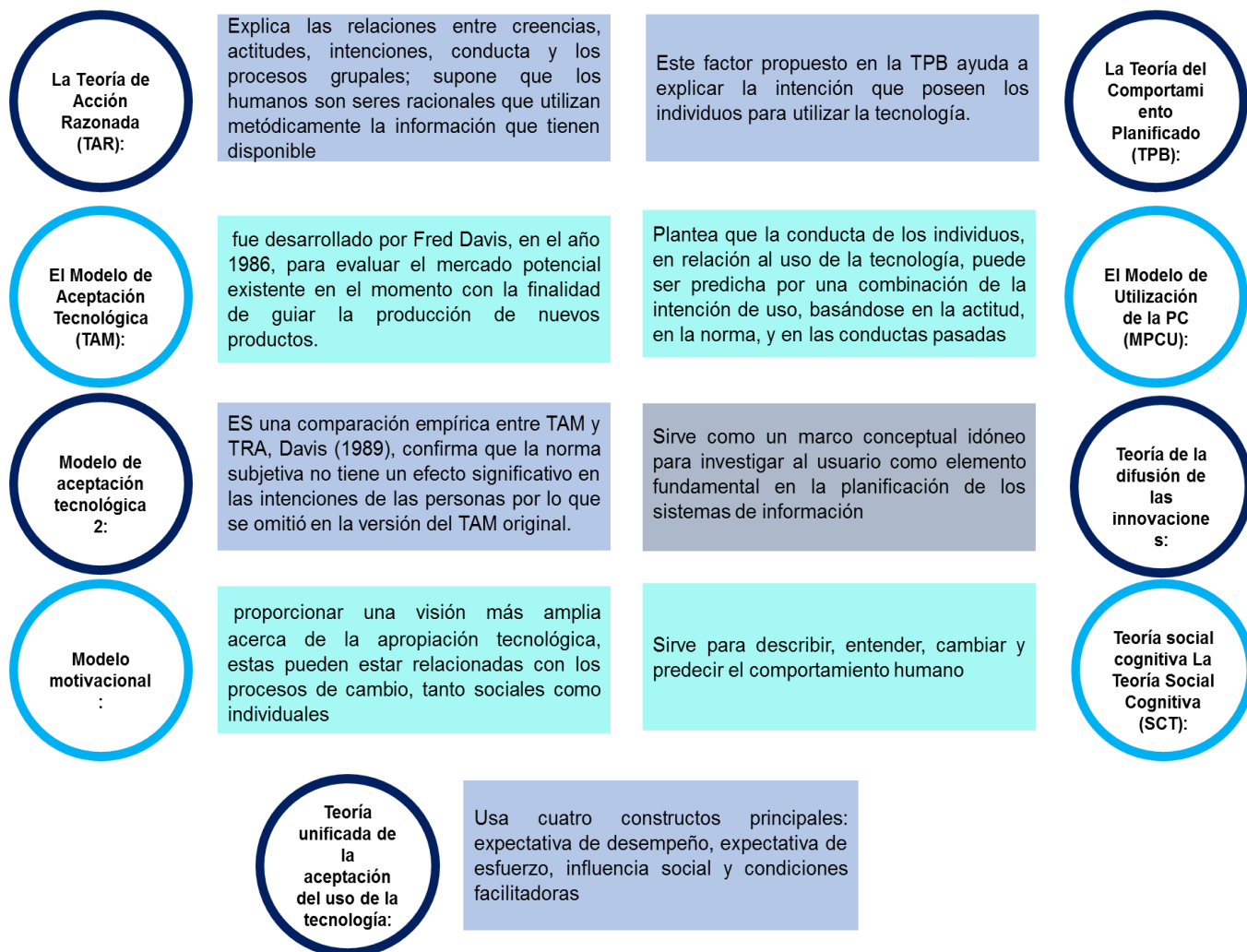
*Nota:* Los Corresponsales no Bancarios (CNB), contribuyen a fomentar una banca más inclusiva hacia la población de sectores no bancarizados. América Latina destaca por su gran presencia de CNB, siendo Brasil el pionero en esta materia ya que ha desarrollado una red madura de corresponsales que cubre más del 99% de los municipios del país (Baeza, Martín, Fernández, & Rodríguez, 2009)

## 1.5 Modelo de aceptación tecnológica

### 1.5.1 Teorías de aceptación

**Figura 1**

*Teorías de aceptación*



*Nota:* La figura 1, describe las diez teorías y modelos más conocidos de la teoría de aceptación que fueron sintetizados por Venkatesh (2003).

### 1.5.2 Modelo TAM

El modelo TAM surge con la finalidad de realizar medidas evaluadoras de la calidad de los sistemas de información que se usaban en las empresas en los ochenta. Davis (1989) puso en juego un primer constructo que denominó utilidad percibida el cual permite medir la

productividad del trabajo de las personas específicamente en los aspectos relacionados con el uso de sistemas de información.

El modelo TAM utiliza la metodología de los valores esperados de la Teoría de Acción Razonada y reemplaza las creencias por dos constructos: facilidad de uso y utilidad percibida. (Venkatesh, 2003).

### **1.5.3 Aplicaciones del modelo TAM en el sistema bancario**

El modelo TAM se ha sido diseñado específicamente para estudiar el uso y la adopción de las tecnologías de la información por parte de posibles consumidores en campos diferentes como la atención médica, el transporte público y el gobierno electrónico (Pai y Huang, 2011).

El modelo de aceptación tecnológica, TAM de acuerdo con lo expuesto por el autor Contreras (2016) explica que se encuentra basado en dos características principales:

- Utilidad percibida: se refiere al grado en que una persona cree que usando un sistema en particular mejorará su desempeño en el trabajo.
- Facilidad de uso percibida; explica hasta qué grado una persona cree que usando un sistema en particular realizará menos esfuerzo para desempeñar sus tareas.

Por otra parte, nuevos estudios detallan la introducción de una característica extra “Compatibilidad con el Estilo de Vida” la cual permite ampliar el modelo TAM para evaluar la adopción de servicios, como tiendas virtuales, realización de pagos utilizando dispositivos y comercio móviles en general (Wu y Wang, 2005).

A continuación, se presentan estudios que han adaptado el modelo TAM para analizar el comportamiento en la banca:

Yamakawa (2013): este grupo de investigadores decidieron analizar los factores que influyen en la utilización de los servicios de banca móvil en el Perú: Para ello, se utilizó una adaptación del TAM, obtenido como resultado que entre los factores que influyen en los consumidores del sistema financiero se destaca la compatibilidad con el estilo de vida, lo cual demuestra que si se alinean estos servicios con las rutinas y hábitos del público existirá un aumento en el nivel de consumo de este canal. Seguidamente la Utilidad Percibida (UP) de los consumidores con respecto a los servicios de banca móvil también contribuye a aumentar de manera significativa la intención de uso de dichos servicios.

M-commerce en Chile aplicación del modelo TAM, investigación realizada por Contreras 2016: el objetivo de esta investigación consiste en entender la situación del M-commerce en el mercado chileno y analizar el comportamiento de los consumidores para poder conocer la situación de dicho comercio en las empresas.

Para la obtención de resultados se aplicó el modelo TAM, el cual ayuda a conocer si una tecnología será utilizada de manera óptima, y para ello se identificó variables externas las cuales son: Utilidad percibida, Facilidad de uso percibida, Confianza, Coste, Seguridad de pago, Influencia Social, Variedad de productos.

Los resultados obtenidos en la investigación permiten determinar que Chile es uno de los países de Sud América con mayor penetración de smartphones, es decir posee un enorme potencial para el comercio móvil lo cual es una gran oportunidad para las empresas, ya que están adaptando sus plataformas para que puedan los consumidores realizar compras a través de dispositivos móviles.

Respecto al comportamiento de los consumidores este es variado ya que existen tres tipos:

- Conservadores, no confían en una tienda principalmente por la inseguridad de pago que existe hoy en día.
- Racionales, Creen que el comercio móvil les permite realizar compras de productos de forma directa y acceder a una mayor variedad.
- Liberales, confían plenamente en la seguridad de pago que existe hoy en día y en las tiendas por su número de transacciones.

## Capítulo dos

### Caracterización territorial del Cantón Pindal

Dentro del presente capítulo se detalla datos específicos de Pindal, con el objetivo de conocer más características acerca de este majestuoso cantón de la provincia de Loja, como es su cultura, su población y limitaciones. Posteriormente se indaga sobre la estructura del sistema financiero y su acercamiento con la población Pindaleña.

#### 2.1. Antecedentes

##### Figura 2

*Pindal capital maicera del Ecuador*



*Nota:* Pindal es un sector agrícola y ganadero, que generan una alta producción de maíz considerándose como la Capital maicera del Ecuador y representa uno de los cantones de mayor perspectiva para el futuro de la provincia de Loja (Mi Region, 2018).

Ciertas historias relacionadas al surgimiento del cantón Pindal coinciden en explicar que el señor Pedro Guaycha fue el primer habitante en llegar a instalarse en el territorio que hoy se conoce como Pindal, al hacer reconocimiento del terrero, se dedica a realizar la fundación del caserío y posteriormente decide llevar a su familia hacer posesión del territorio (Mi Region, 2018).

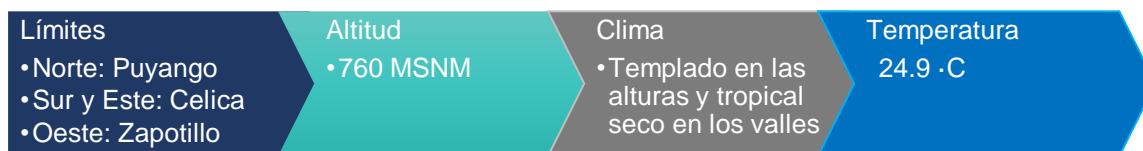
Pedro Guaycha junto a su conyugue Rosario Sandoya, se dedicaron a cultivar caña en grandes extensiones. Para aquel tiempo únicamente existían 4 casas, luego con el paso del tiempo fueron llegando nuevos habitantes de otros sectores cercanos (Mi Region, 2018). El nombre característico de Pindal se debe a la gran cantidad de pindos (planta semejante al carrizo) que forman la mayor parte de la vegetación del suelo pindalense. Conocido como “Capital maicera del Ecuador” este cantón habitado hace cientos de años por los Naypiricas fue elevado a la categoría de parroquia civil y eclesiástica el 9 de octubre de 1936, perteneciendo al cantón Céllica, tiene una leyenda muy interesante: quien se bañe en la laguna del Papalango contrae matrimonio con un Pindaleño; y, se queda para siempre a vivir allí (Prefectura de Loja, 2012).

### 2.1.1. Límites y datos generales de Pindal

A continuación en la figura 3, se detallan datos referentes a las limitaciones del Cantón Pindal :

**Figura 3**

*Límites y datos generales de Pindal*



*Nota:* Información obtenida de (Mi Region, 2018)

### 2.1.2. Cantonización.

El 10 de agosto de 1989 el congreso nacional aprobó la cantonización de Pindal y mediante decreto se publica en el Registro Oficial Nro. 253 en la presidencia del Dr. Rodrigo Borja Cevallos.

En la actualidad las tierras de Pindal están cubiertas de maíz, planta que se conoce como el principal motor de desarrollo del Cantón.

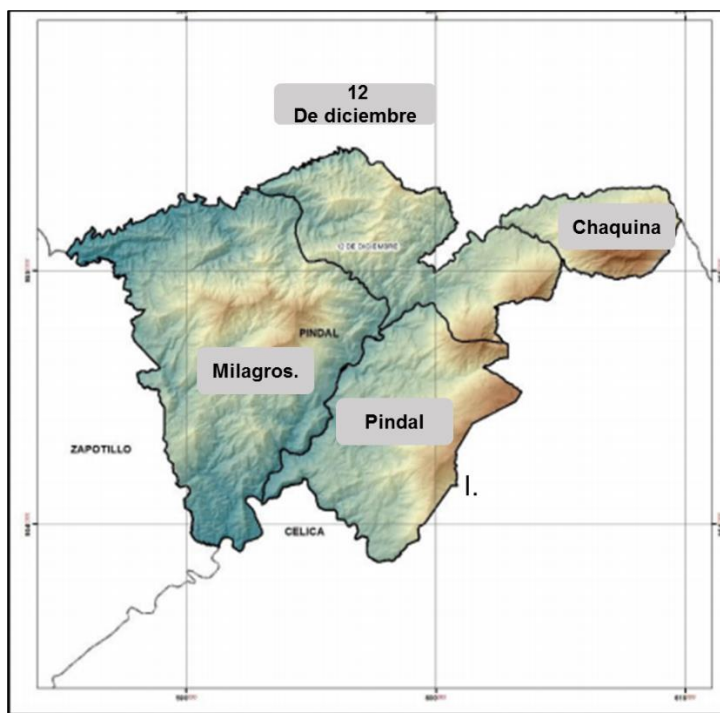
### 2.1.3. Análisis demográfico

La información demográfica permite saber la conducta de las personas para la toma de decisiones en el entorno de las políticas públicas. Bajo este criterio el Cantón Pindal está conformado por cuatro parroquias:

1. Pindal, Cabecera Cantonal.
2. Parroquia, 12 de diciembre.
3. Parroquia, Chaquina.
4. Parroquia, Milagros.

**Figura 4**

*Ubicación del cantón Pindal*



Nota: Pindal posee tres parroquias rurales, esta última "Milagros" se constituyó más recientemente el 25 de agosto del 2011, y tiene una extensión de 8 mil 595,80 Km<sup>2</sup>; con un perímetro de 48,6 Km<sup>2</sup>, limita al norte con Pindal, Sur con Paletillas; Este con la parroquia 12 de Diciembre y Oeste Sabanilla (Bolívar, 2011).

#### 2.1.4. Población del Cantón Pindal

Según datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC , 2010) desde el censo poblacional del 2001 y de acuerdo con las proyecciones realizadas hasta el año 2019 la población total del cantón Pindal, como se evidencia en la tabla 4 es la siguiente:

**Tabla 4**

*Población del Cantón Pindal*

Censo	Número de habitantes
2001	7.351
2010	8.645
2019	10.394

*Nota:* Pindal cuenta con 8.645 habitantes con una tasa de alrededor del 2,24% de crecimiento anual, según proyecciones realizadas se concluye que la población de Pindal para en el año 2019 es de 10.394 habitantes (INEC , 2010).

#### ➤ Tasa de crecimiento poblacional

**Tabla 5**

*Proyecciones Demográficas del Cantón Pindal*

Año	Urbano	% de ubicación de la población	Rural	% de ubicación de la población
2010	1828	21,15	6.817	78,85
2011	1961	21,44	7.184	78,56
2012	2.042	21,94	7.265	78,06
2013	2.125	22,45	7.341	77,55
2014	2.212	22,98	7.414	77,02
2015	2.298	23,49	7.485	76,51
2016	2.384	23,99	7.555	76,01

2017	2.471	24,48	7.622	75,52
2018	2.557	24,96	7.687	75,04
2019	2.641	25,41	7.753	74,59
2020	2.723	25,83	7.817	74,17

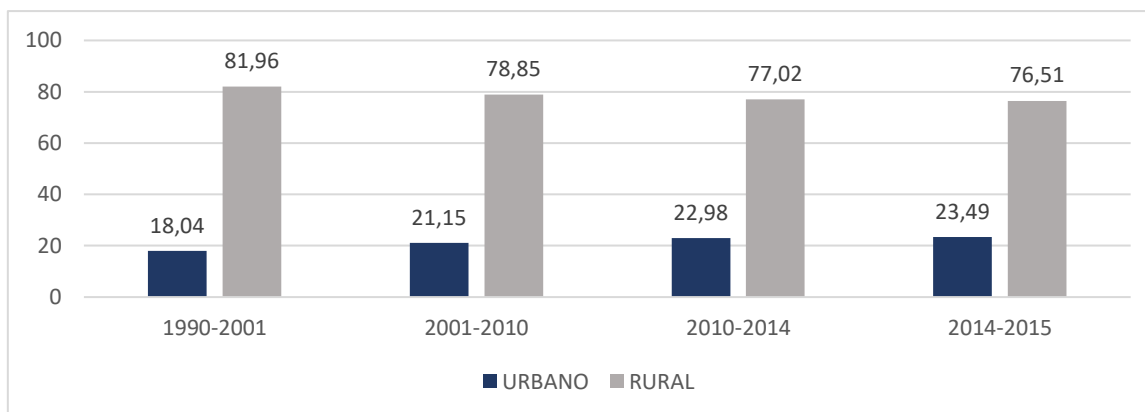
*Nota:* En el cantón Pindal de acuerdo con las proyecciones realizadas por el (INEC , 2010) la población para el año 2014 y como se evidencia en la tabla N° 5, es de 9.626 es decir que entre los años 2010 y 2014 hubo un crecimiento de 2,55%, mientras que en los años 2014 y 2015 la población fue de 9.783 habitantes lo cual significa un crecimiento de 1,63%.

### **2.1.5. Distribución de la población urbana rural 1999 / 2015**

Como se aprecia en la figura 5, en el año 2001 la distribución de la población del sector urbano contaba con 1.326 habitantes lo que corresponde al 18,04% de la población total, mientras que el sector rural contaba con 6.026 habitantes siendo el 81,96% de la población.

Para el año 2010 la población urbana alcanzo 1.828 habitantes los cuales corresponden el 21,15% de la población total, el sector rural alcanzo 6.817 habitantes siendo el 78,85% de la población de Pindal.

En el año 2015 la población urbana es de 2.212 habitantes lo que representa un 22,98% de la población, el área rural es de 7.414 habitantes que representa un 77,02% sobre el total de la población.

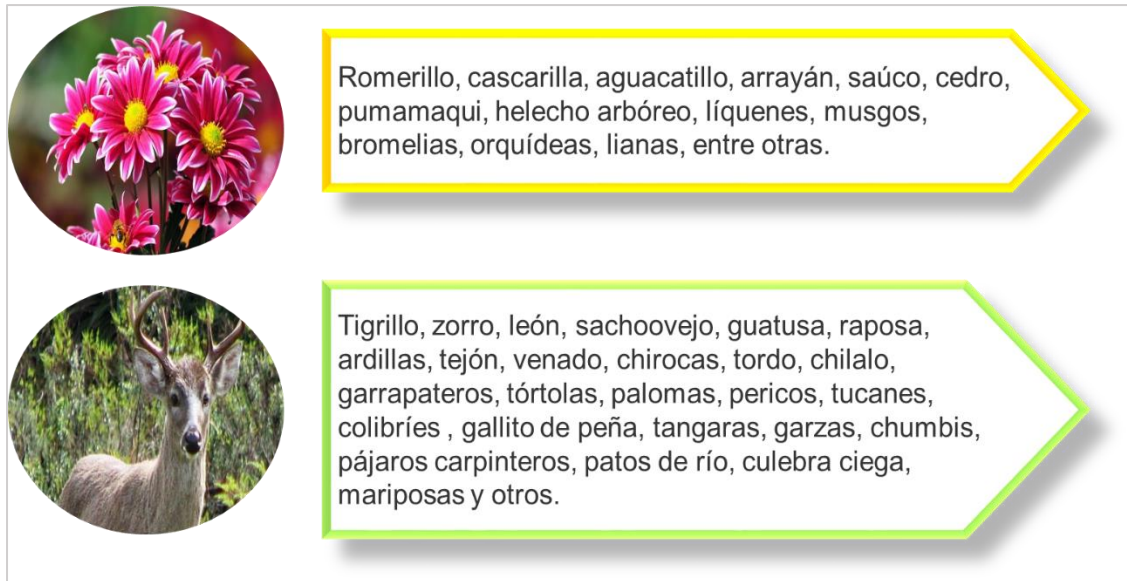
**Figura 5***Población urbana y rural*

*Nota:* La población de Pindal a presentado un comportamiento decreciente en el sector rural, mientras que en el sector urbano el escenario es distinto cada periodo va en aumento. Se estima que para el 2015 finalmente la zona urbana tendría 2.298 habitantes representando un 23,49% de la población y en la zona rural 7.485 habitantes con el 76,51% de la población total (INEC , 2010).

#### **2.1.6. Biodiversidad de Pindal**

Pindal ofrece lindos paisajes naturales que invitan al turista a recorrerlos y conocer su variada geografía, además posee una fértil tierra en la que sus habitantes carismáticos, sencillos y alegres cultivan sus productos y esperanzas para obtener un futuro prometedor para sus hijos con el trabajo y la organización de su gente.

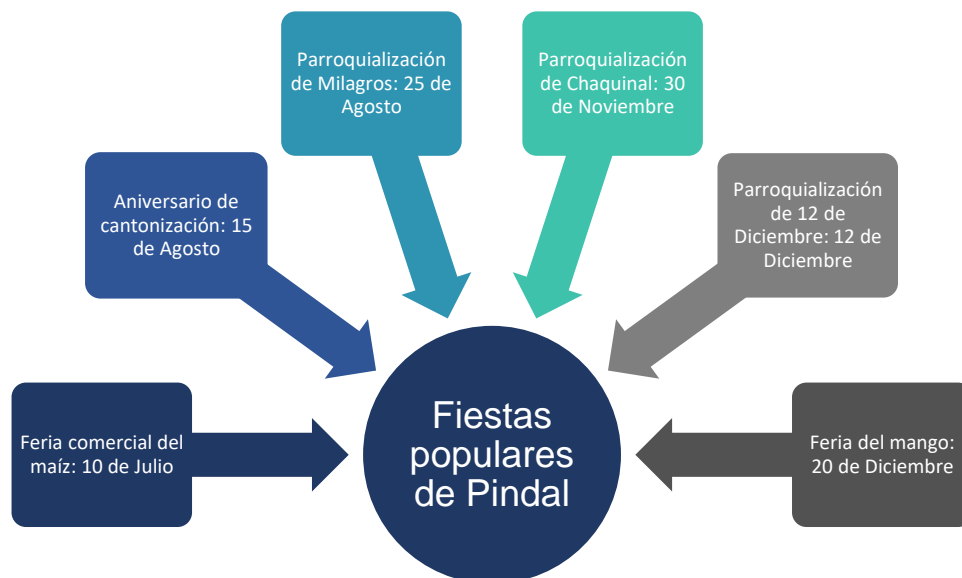
En la figura 6, se expone la flora y fauna representativa del Cantón Pindal:

**Figura 6***Biodiversidad de Pindal*

Nota: Pindal es tierra que crece por el aporte de sus habitantes, lo que le permite defender su cultura, ideología y proceso de desarrollo hacia la madurez lo que la catapulta como pueblo organizado (Mi Region, 2018).

### 2.1.7. Fiestas populares de Pindal

Las principales fiestas del cantón Pindal se detallan en la figura N° 7:

**Figura 7***Fechas importantes de Pindal*

Nota: Pindal tiene un calendario cultural, cívico e histórico importante con fechas representativas como el 9 de octubre aniversario de parroquialización, el 15 de agosto, aniversario de cantonización, el 18 de agosto, fiesta religiosa en honor a la Virgen de Pindal (Mi Region, 2018).

## 2.2. Estructura del sistema bancario del Cantón Pindal

Las instituciones financieras tienen como finalidad ayudar al desarrollo económico y social de los diversos sectores del Ecuador, las cuales deben brindar servicios a agricultores, comerciantes, pequeñas empresas y aquellas personas que buscan realizar una actividad económica.

Bajo el presente contexto la estructura del sistema financiero del cantón Pindal está conformado por las instituciones financieras que se describen a continuación:

- Banco privado
- Banco público
- Cooperativas de ahorro y crédito.

Hasta inicios del 2010 el cantón Pindal estuvo atendido en el aspecto financiero por las siguientes entidades, detalladas en la tabla 6, mismas que se han constituido bajo diferentes figuras legales.

**Tabla 6**

*Instituciones financieras en Pindal*

INSTITUCIONES FINANCIERAS	SECTOR	FIGURA LEGAL
Banco Desarrollo	PRIVADO	AGENCIA
BanEcuador	PUBLICO	AGENCIA
Cooperativa De Ahorro Y Crédito De La Pequeña	POPULAR Y SOLIDARIO	AGENCIA

*Nota:* El cantón mantiene una estructura financiera limitada con tres entidades pertenecientes a los sectores Público, Privado y Popular y Solidario, cuya intención es permitir agilizar trámites financieros y brindar servicio directo a comerciantes, agricultores, ganaderos y ciudadanía en general, de una zona que tiene una gran producción agrícola y ganadera.

### 2.2.1. Descripción de las Instituciones financieras posesionadas en Pindal

#### ➤ BanEcuador

BanEcuador es un banco público, articulado a la institucionalidad, con un enfoque inclusivo, de desarrollo local y con preferencias en áreas rurales y urbano-marginales, coadyuvando al fortalecimiento del Plan Nacional del Buen Vivir, otorga créditos adaptados a las condiciones de los sectores productivos (BanEcuador, 2016).

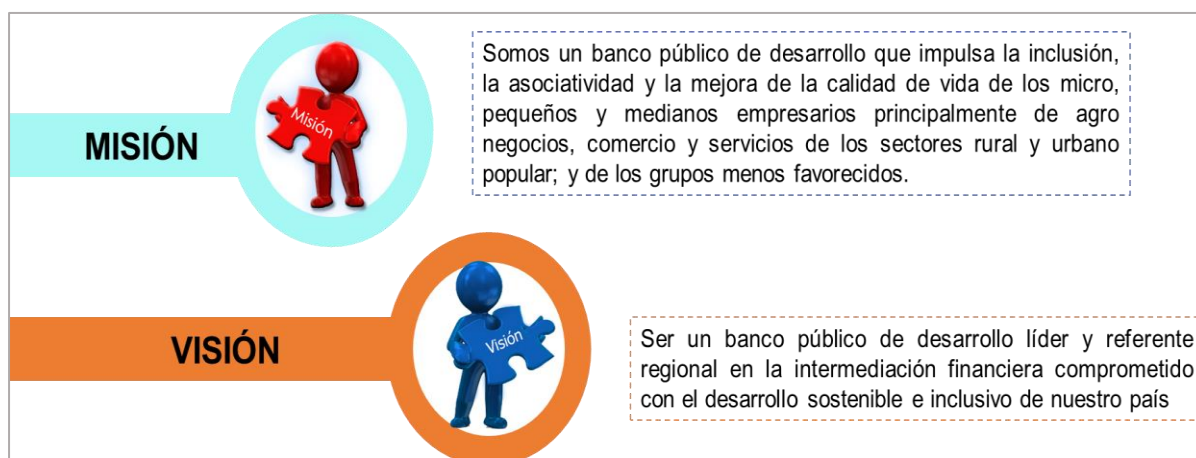
La creación de BanEcuador fue anunciada por el presidente de la República, economista Rafael Correa, el 9 de mayo de 2015, dicha entidad reemplazo al antiguo Banco Nacional de Fomento (BNF), ya que la institución presentaba algunos inconvenientes que provocaban perjuicios a los campesinos (La República EC, 2015).

El 6 de mayo BNF realizo una transferencia de todos sus activos, pasivos y patrimonio hacia la nueva institución la cual con su enfoque de desarrollo integral, abrió sus puertas al mundo el 9 de mayo del 2015 con el objetivo de articularse a políticas y programas complementarios a los servicios financieros. Siempre con atención oportuna, sentido de compromiso y la calidez que merecen todos los ecuatorianos.

En la figura 8, se presenta la misión y visión institucional de la entidad BanEcuador:

**Figura 8**

*Misión y visión BanEcuador*



➤ **Banco CODESARROLLO**

El Gerente General de Banco DESARROLLO Cardoso (2018) manifiesta que la institución es considerada como el banco de las finanzas populares en Ecuador mediante la prestación de productos y servicios financieros enfocados en las personas y organizaciones que conforman la Economía Popular y Solidaria.

Sus inicios se trasladan al año de 1998 donde nace como la Cooperativa de Ahorro y crédito Desarrollo de los Pueblos Ltda. En el año 2014 continua su línea de acción y pasa a consolidarse como Banco Desarrollo de los Pueblos.

**Figura 9**

*Misión y visión BancoCODESARROLLO*



**2.2.2. Principales productos financieros**

En el Ecuador son muchas las instituciones que se dedican a otorgar microcréditos, con la finalidad de buscar incrementar la producción en los pequeños y medianos emprendimientos, cabe mencionar que estos créditos se pagan con los ingresos generados por el negocio para el cual se solicitó el dinero.

BanEcuador es una de las instituciones que apoya al emprendimiento mediante financiamiento el cual va dirigido para quienes deseen incrementar el volumen de negocios de los trabajadores autónomos o para impulsar un modelo de comercio social.

Por ejemplo, BanEcuador ofrece créditos que van desde \$500 hasta un total de 150 Remuneración Mensual Unificada (RMU), esto es, \$57.900.

Tabla 7

Operaciones activas y pasivas

INSTITUCIÓN FINANCIERA	PRODUCTOS	AHORROS
	1. Crédito Artesanos	1. Cuenta de ahorros
	2. Crédito Ahorro Multiplicado	2. Cuenta corriente
	3. Crédito Agroplus	3. Ahorro programado
	4. Crédito Pymes	
	5. Crédito Microempresas	
	6. Crédito de consumo	
	1. CrediVivienda	1. Cuenta Corriente
	2. CrediParticular	2. Ahorro Futuro
	3. CrediDesarrollo	3. Ahorro EFL
	4. CrediEfectivo	Ahorro Desarrollo
	5. CrediEcológico	
	1. Crédito inmobiliario	Cuenta de
	2. Crédito de consumo	ahorros
	3. Microcrédito	
	4. Crédito comercial PYMES	

Nota: Las entidades financieras localizadas en Pindal ofrecen una amplia gama de productos crediticios, pero los más representativos están enfocados al consumo y al microcrédito, respecto al microcrédito está dirigido para financiar actividades pertenecientes al sector comercio, agricultura y ganadería con una tasa de interés del 18% anual, mientras que el crédito de consumo está dirigido a la educación y a la salud con una tasa de interés del 16% anual, según datos del BCE (2020).

### 2.3. Canales de atención

Normas Generales para las Instituciones del sistema financiero se detalla que los canales de atención autorizados dentro del país son los siguientes:

**Figura 10***Canales de atención*

### **2.3.1. Canales de atención del cantón Pindal.**

El Cantón Pindal es un sector rico en materia prima y su origen es el maíz, de acuerdo con datos obtenidos del diario Mi Región (2018) donde se detalla que anualmente existe gran

movimiento económico más en el mes de agosto donde se inicia la cosecha de maíz, la cual reactiva la económica local, incrementa el circulante y se intensifica el flujo comercial.

Bajo este contexto las instituciones financieras han analizado la situación del cantón, así como la idea de financiar estas actividades las cuales además de ofrecer el servicio de cuidar su dinero permiten a los clientes acceder al portafolio de productos y servicios.

El Jefe Político del Cantón Pindal Ramírez (2017), asevera que contar con canales de atención es de gran importancia para todo el cordón fronterizo, porque así se daría servicio directo a los habitantes de este sector. "El beneficio no sería sólo para Pindal, sino para todos los cantones aledaños".

**Tabla 8**

*Canales de atención Cantón Pindal*

Tipo de Entidad	Institución financiera	ATM´s	Agencia	Matriz	Sucursal
<b>Banca privada</b>	Banco de Loja	2	0	0	0
	Banco Desarrollo	1	1	0	0
<b>Banca Publica</b>	BanEcuador	0	1	0	0
<b>COAC´S</b>	CoopMego	1	0	0	0
	Cooperativa De Ahorro Y Crédito De La Pequeña	0	1	0	0

Nota: En la tabla 8, se detallan los canales de atención que atienden en el cantón Pindal, estas instituciones financieras permiten un mayor dinamismo en el mercado local ya que generan competitividad y cuando hay competencia, se mejora la calidad de vida de las personas y se aumentan los recursos de donde elegir.

#### **2.4. Corresponsables no bancarios (CNB)**

La Superintendencia de Bancos en su libro I, Normas Generales Para Las Instituciones Del Sistema Financiero (2018), explica:

Son corresponsables no bancarios, todos aquellos canales mediante los cuales las entidades de los sectores financieros público y privado, bajo su entera responsabilidad, pueden prestar sus servicios a través de terceros que estén conectados a la entidad financiera mediante sistemas de transmisión de datos. Podrán actuar como corresponsales no bancarios las personas naturales o jurídicas que, a través de instalaciones propias o de terceros, atiendan al público, las mismas que deben estar domiciliadas en el país.

De acuerdo con la investigación realizada por los autores Acosta (2018) y acorde a la resolución de la Junta Bancaria, solo determinados servicios se pueden gestionar a través de CNB los cuales son:

- Consultas de saldos en cuenta corriente o de ahorros.
- Depósitos en efectivo de cuentas corrientes y de ahorros, así como transferencias.
- Retiros con tarjeta de débito.
- Desembolsos y pagos en efectivo por concepto de operaciones activas de crédito.
- Pago de servicios básicos.
- Pago del bono de desarrollo humano.

#### **2.4.1. Beneficios de los CNB.**

Como se evidencia en la figura 11, se detallan algunos de los beneficios que generan los CNB para la comunidad y sus negocios.

**Figura 11***Beneficios de los CNB*

*Nota:* Cabe mencionar que los bancos han aprovechado sus bondades como una herramienta para hacer crecer sus coberturas y crear empresarios a través de negocios como farmacias, bazares, tiendas de abarrotes, supermercados y demás establecimientos comerciales con el objeto de aumentar su presencia y posicionamiento en el mercado.

#### **2.4.2. Corresponsables no bancarios Cantón Pindal**

El programa de CNB se inició en 2008, y la institución financiera pionera dentro de este segmento es el Banco Guayaquil con su modelo “Banco del Barrio”; este modelo de banca no convencional fue el mayor proyecto de bancarización a nivel de Latinoamérica en ser reconocido por el Banco Interamericano de Desarrollo BID, debido a que en Ecuador no existía un marco regulatorio para los corresponsales (La Hora, 2018).

En la provincia de Loja este servicio también está presente y como se aprecia en la tabla 9, se identifican los principales CNB establecidos en el Cantón Pindal.

**Tabla 9***CNB en el cantón Pindal*

<b>Código de oficina</b>	<b>Nombre de oficina</b>	<b>Fecha apertura</b>
3178	Comercial Granda	2012/May/02
4424	Comercial Alicia	2012/May/21
11484	Bazar y librería chalito	2016/ago./17
13743	Computers	2015/May/19
13800	Servicios agrícolas "la siembra"	2014/sep./11
18812	Hotel Plaza real	2015/nov/10
21212	Tienda Cris David	2018/ago./02

*Nota:* Los CNB poseen presencia significativa dentro de Pindal ya que se encuentran en 8 establecimientos locales.

Finalmente lo expuesto en el capítulo permite conocer más a fondo, información de las instituciones financieras con las que cuenta el cantón Pindal y si se encuentran de manera activa. Se puede evidenciar el número exacto de corresponsables que operan en el cantón y los diferentes beneficios y facilidades que estos otorgan a la sociedad mediante su utilización, como consulta de saldos en cuentas de ahorro y corrientes, depósitos en efectivo y transferencias, retiros con tarjeta de débito, desembolsos y pagos en efectivo por concepto de operaciones, pago de servicios básicos y pago del bono de desarrollo humano son los diferentes servicios con los que la población del cantón Pindal mediante los CNB puede realizar de manera segura y más rápida.

## Capítulo tres

### Metodología y discusión de resultados

Dentro del presente capítulo se detalla la población y muestra del cantón Pindal, también se describe el tipo y diseño de investigación, así como también la técnica utilizada la cual se base en el procesamiento de datos estadísticos, mediante el programa SPSS ya que facilita crear un archivo de datos en una forma estructurada y también organizar una base de datos que puede ser analizada con diversas técnicas estadísticas.

#### 3.1 Metodología

El presente trabajo de investigación se desarrolla bajo los preámbulos de tipo exploratorio, descriptivo y explicativo. Autores como Babbie (1979), Selltiz (1965) identifican tres tipos de investigación: exploratoria, descriptiva y explicativa.

Se busca conocer más, explorar cuál es la idea o percepción que tiene la comunidad pindaleña frente a los corresponsales no bancarios, que como se conoce representa la innovación de un servicio, idea implementada en los últimos años en nuestro país. Basamos el proceso investigo en los conceptos de investigación exploratoria, los cuales nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología.

Los estudios descriptivos forman parte también de la metodología de estudio de este trabajo de investigación, puesto que buscan desarrollar una imagen o fiel representación (descripción) del fenómeno estudiado a partir de sus características. Describir en este caso es sinónimo de medir. Miden variables o conceptos con el fin de especificar las propiedades

importantes de comunidades, personas, grupos o fenómeno bajo análisis. El énfasis está en el estudio independiente de cada característica, es posible que de alguna manera se integren la medición de dos o más características con el fin de determinar cómo es o cómo se manifiesta el fenómeno. En algunos casos los resultados pueden ser usados para predecir.

Es importante destacar a los estudios correlacionales mismos que pretender medir el grado de relación y la manera como interactúan dos o más variables entre sí. Estas relaciones se establecen dentro de un mismo contexto, y a partir de los mismos sujetos en la mayoría de los casos. En caso de existir una correlación entre variables, se tiene que, cuando una de ellas varía, la otra también experimenta alguna forma de cambio a partir de una regularidad que permite anticipar la manera cómo se comportará una por medio de los cambios que sufra la otra (Grajales, 2000).

### **3.1.1 *Diseño de la investigación***

Considerando el objetivo principal de la investigación, el cual es evaluar la percepción del uso de los CNB en la provincia de Loja (cantón Pindal), se recurrió a un ***diseño no experimental***, considerando que el tema de investigación tiene un sustento teórico suficiente.

La investigación no experimental según Fernandez y Baptista (2014) son aquellas en las que no se manipula extremadamente a las variables objeto de estudio, por lo contrario se trabaja con ellas en su contexto original.

Es decir, no se tiene control directo sobre las variables a utilizar ya estas ya sucedieron.

### **3.1.2 *Enfoque de la investigación***

La presente investigación tiene un enfoque mixto, tomando en consideración el fundamento de los autores Fernandez y Baptista (2014), quienes manifiesta que una investigación mixta es la combinación de un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo.

**Enfoque cualitativo.** - Se toma en consideración la información de la unidad de análisis en temas de percepción, el presente trabajo de investigación tiene enfoque cualitativo ya que se busca analizar la percepción que poseen los encuestados en el uso de los Corresponsales No Bancarios.

**Enfoque Cuantitativo.-** Las variables determinadas son medidas en un contexto y analizadas con métodos estadísticos, para posterior establecer conclusiones (Fernandez Baptista, 2014).

### **3.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas de recolección de datos son la acción o manera particular de adquirir información o datos requeridos, los mismos que sirven de complemento al método científico el cual tiene una aplicabilidad general (Arias, 2012).

En el presente trabajo investigativo el instrumento que se utilizó para recolectar los datos fue la encuesta (Apéndice 1), misma que consta de preguntas cerradas e información en ocho constructos: 1. Actitud hacia el uso de CNB, 2. intención de uso de CNB , 3. Percepción de la utilidad de uso de CNB, 4. Percepción de facilidad de los CNB, 5. Percepción de seguridad de los CNB, 6. Percepción de compatibilidad de los CNB, 7. Normas subjetivas y 8. Percepción del CNB, esta encuesta se la realizó mediante la escala de Likert la cual mide la percepción de los encuestados del cantón Pindal.

### **3.1.4 Unidad de análisis**

La unidad de análisis son los clientes de los CNB ubicados en el cantón Pindal, con una muestra de 328 personas objeto de estudio que forman parte de la población económicamente activa (PEA).

### **3.1.5 Población y muestra**

**Población:** La población de estudio para la investigación está conformada por la población económicamente activa (PEA), del cantón Pindal perteneciente a la provincia de

Loja en el año 2019 – 2020; los mismos que son 2265 personas de acuerdo con el último censo que fue el año 2010.

**Muestra:** Una muestra es una porción o parte de la población de interés. En muchos casos, el muestreo resulta más accesible que el estudio de toda la población (Otzen y Manterola, 2017).

Para determinar el número exacto de la muestra se aplicó la fórmula del tamaño de la muestra finita del autor Münch (2007), como se citó en Navarro, (2014).

$$n = \frac{z^2 NPQ}{(N - 1)E^2 + Z^2 PQ}$$

### Descripción

N (PEA del cantón Pindal) = 2265

Z (Nivel de confianza) = 96% - 1,96

P (Probabilidad de éxito) = 0,5

Q (Probabilidad de fracaso) = 0,5

e (Nivel de error) = 5%

n (muestra) = ?

### Aplicación de la fórmula

$$= \frac{N * z^2 * P * Q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{(2265) * (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2 * (2265 - 1) + (0.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = 328$$

### 3.1.6 Fuentes de información

La fuente de información desarrollada dentro de la presente investigación fue primaria, ya que permitió obtener con exactitud y de primera mano información sobre la percepción que posee la muestra objeto de estudio de los CNB.

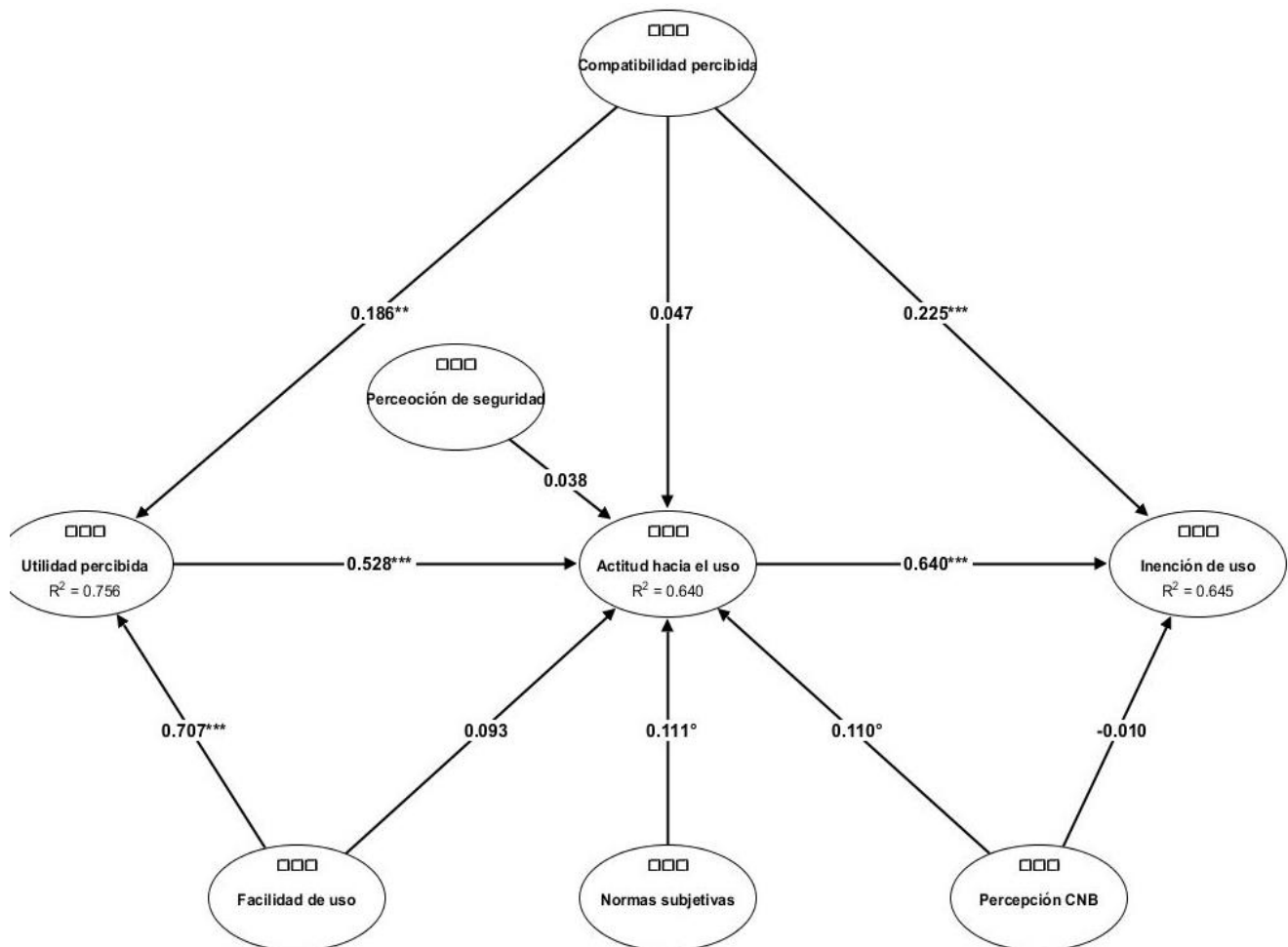
### 3.1.7 Modelo de aceptación tecnológica TAM

Se recopilaron los datos de las encuestas en IBM SPSS, programa estadístico que permitió consolidar una base de datos propia y posterior a ello arrojó las tablas de resultados permitiendo realizar un cruce de variables.

Para obtener un modelo de estructura de ecuación propio de la investigación, se empleó el programa informático Adanco versión 2.1, el cual se muestra a continuación.

**Figura 12**

*Modelo TAM cantón Pindal*



Los constructos que se aplicaron en la investigación para obtener los resultados en el modelo TAM son: Actitud hacia el uso de CNB, 2. intención de uso de CNB, 3. Percepción de

la utilidad de uso de CNB, 4. Percepción de facilidad de los CNB, 5. Percepción de seguridad de los CNB, 6. Percepción de compatibilidad de los CNB, 7. Normas subjetivas y 8. Percepción del CNB.

Se puede evidenciar que en los tres primeros constructos existe una relación directa entre las variables centrales de 0,756 que corresponde a la utilidad percibida, 0,640 a la actitud hacia el uso y 0,645 a la intención de uso esto en cuanto a los  $R^2$ .

### **3.2 Análisis y discusión de resultados**

Para la ejecución de la encuesta se buscó una equidad en el sexo de los encuestados, es así como de un total de 328 entrevistados el 58% de ellos está representado por el sexo masculino y el 42% restante al sexo femenino.

Respecto a la edad de los entrevistados, la pregunta se presenta subdivida por intervalos. El dato más representativo es del 33% entre personas de 18 a 28 años seguidamente, el 25% son personas entre 29 a 38 años, el 20% corresponde a edades de 39 a 48 años, el 14% de encuestados con un rango de edad de 49 a 58 años, 7% entre edades de 59 a 60 años y finalmente, 1% más de 68 años.

Así mismo, se recalca que el 52% de los entrevistados son personas que han finalizado completamente la secundaria y el 13% posee un nivel de pregrado, mientras que el 2% corresponde a personas con nivel de postgrado y finalmente el 1% no posee ningún nivel de instrucción.

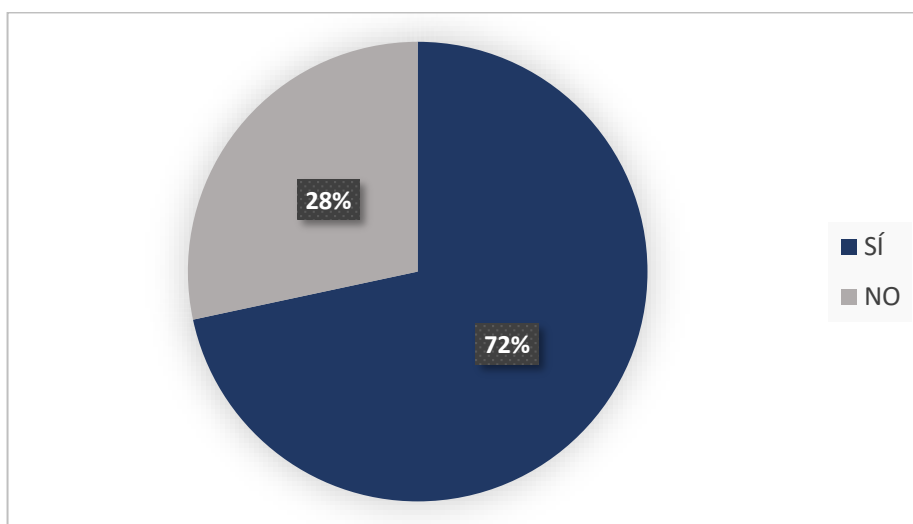
En lo referente a la preferencia de los intermediarios financieros se concluye que, la población pindaleña prefiere a las instituciones bancarias, ya que tiene la aceptación del 67%

de los entrevistados seguido por el 8%, correspondiente a las personas que consideran a las cooperativas de ahorro y crédito como la mejor opción.

La figura 13 expone los datos porcentuales concerniente a la cantidad de usuarios de los corresponsales no bancarios en el cantón.

**Figura 13**

*Ha utilizado usted el canal de atención CNB*



235 personas correspondiente al 72% de la población de hombres y mujeres del cantón Pindal contestaron de manera favorable frente a la pregunta ha utilizado un canal de atención CNB, mientras que el 28% restante manifiestan que nunca han utilizado un CNB.

En base a los resultados obtenidos se determina que una gran mayoría de la ciudadanía del cantón si conocen y han hecho uso del servicio de un CNB, según otro criterio de los encuestados el 28% de ellos que no ha utilizado un CNB, manifestaron que no han tenido la oportunidad de usarlo o ya tienen una cuenta en una institución financiera por lo cual no han tenido la oportunidad de requerir su servicio.

Tabla 10

## Actitud hacia el uso de CNB

		GENERO			
		Hombre		Mujer	
		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
		Si	No	Si	No
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Actitud hacia el uso de CNB 1 Es una buena idea de CNB	Totalmente en desacuerdo	5	8	0	4
	En desacuerdo	0	4	2	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	20	5	8
	De acuerdo	35	14	31	8
	Totalmente de acuerdo	85	15	68	9
Actitud hacia el uso de CNB 2 Disfruto hacer uso de un CNB	Totalmente en desacuerdo	4	8	0	6
	En desacuerdo	0	4	2	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	20	6	8
	De acuerdo	38	14	30	6
	Totalmente de acuerdo	83	15	68	9
Actitud hacia el uso de CNB 3 Es beneficioso utilizar un CNB	Totalmente en desacuerdo	4	9	0	5
	En desacuerdo	0	3	2	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	20	6	8
	De acuerdo	38	14	31	7
	Totalmente de acuerdo	83	15	67	9
Actitud hacia el uso de CNB 4 Me resulta interesante realizar un CNB	Totalmente en desacuerdo	4	8	0	5
	En desacuerdo	0	4	2	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	20	6	9
	De acuerdo	39	14	30	7
	Totalmente de acuerdo	82	15	68	8

Entre los resultados más importantes, de acuerdo con el ítem es una buena idea usar un CNB, el 45% de los hombres encuestados señalan estar de acuerdo, frente a 35% de

mujeres que se observa que hacen un uso menor que los hombres, seguidamente 45 % de hombres y 34% de mujeres disfrutan hacer uso de CNB.

Respecto a la pregunta es beneficioso utilizar el CNB, lo principales resultados muestran que 46% de hombres y 35% de mujeres están de acuerdo y totalmente de acuerdo.

Finalmente, en el ítem les parece interesante el uso del CNB, 20% entre hombres y mujeres manifiestan que no y 80% de total de la población lo consideran interesante hacer uso de un CNB.

En conclusión, se puede evidenciar que en el constructor de actitud hacia el uso de los CNB entre hombres y mujeres existe una respuesta favorable en el cantón Pindal.

**Tabla 11**

*Intención de uso de los CNB*

		GENERO			
		Hombre		Mujer	
		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
		Si	No	Si	No
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Intención de uso de CNB 1 Planeo utilizar un CNB en el futuro.	Totalmente en desacuerdo	3	3	0	3
	En desacuerdo	2	4	2	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	23	11	8
	De acuerdo	26	14	28	13
	Totalmente de acuerdo	89	17	65	8
Intención de uso de CNB 2 Si tuviera la oportunidad, utilizaría un CNB en el futuro.	Totalmente en desacuerdo	3	3	0	3
	En desacuerdo	2	4	2	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	23	11	8
	De acuerdo	24	14	27	13
	Totalmente de acuerdo	92	17	66	8

Intención de uso de CNB 3 Tengo la intención de seguir utilizando un CNB.	Totalmente en desacuerdo	3	8	0	4
	En desacuerdo	2	5	2	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	23	9	20
	De acuerdo	25	13	31	6
	Totalmente de acuerdo	92	12	64	2
Intención de uso de CNB 4 Utilizo un CNB tanto como sea posible.	Totalmente en desacuerdo	3	9	0	4
	En desacuerdo	1	4	1	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	28	11	20
	De acuerdo	27	11	32	5
	Totalmente de acuerdo	90	9	62	2

Referente a la pregunta planeo utilizar un CNB en el futuro, 79 % de la población entre hombres y mujeres del cantón Pindal están de acuerdo y total mente de acuerdo en planear utilizar este servicio, ya que es una cifra significativa.

El 79% de la población encuesta de hombres y mujeres manifiestan una respuesta favorable que si tuvieran la oportunidad de utilizar un CNB en el futuro harían uso de mismo.

Referente al ítem tienen la intención de seguir utilizando un CNB ,75% de encuestados del cantón consideran de manera positiva seguir utilizando este servicio a su favor.

Finalmente, en la pregunta utilizo un CNB tanto como sea posible, 73% de hombres y mujeres están de acuerdo y totalmente de acuerdo utilizar el servicio tanto como sea posible.

En conclusión, se puede evidenciar que entre hombres y mujeres hay una respuesta positiva respecto a la intención de uso de un CNB, resaltando en un 79% del total de encuestado que si tuvieran la oportunidad de utilizar un CNB en el futuro estarían de acuerdo seguir con su uso.

Tabla 12

Percepción de la utilidad de uso de CNB

		GENERO			
		Hombre		Mujer	
		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
		Si	No	Si	No
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Percepción de la utilidad de uso de CNB Los CNB es una forma util para realizar transacciones bancarias.	Totalmente en desacuerdo	3	11	0	6
	En desacuerdo	1	6	1	2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	22	4	12
	De acuerdo	25	9	24	5
	Totalmente de acuerdo	96	13	77	7
Percepción de la utilidad de uso de CNB Los CNB constituyen un canal de atención rápido y ágil	Totalmente en desacuerdo	2	10	0	5
	En desacuerdo	1	6	1	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	20	3	11
	De acuerdo	26	8	20	6
	Totalmente de acuerdo	95	17	82	7
Percepción de la utilidad de uso de CNB Los CNB constituyen un canal de atención de fácil alcance.	Totalmente en desacuerdo	3	11	0	5
	En desacuerdo	1	7	1	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	19	4	11
	De acuerdo	25	8	22	6
	Totalmente de acuerdo	94	16	79	7
Percepción de la utilidad de uso de CNB Utilizando los CNB he mejorado mi acercamiento con el sistema bancario	Totalmente en desacuerdo	2	15	0	7
	En desacuerdo	1	6	2	5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	21	5	12
	De acuerdo	26	9	23	4
	Totalmente de acuerdo	94	10	76	4

El constructor de Percepción de la utilidad de uso de CNB está estructurado por cuatros constructos de los cuales se aplicó a la población económicamente activa con una

muestra de 328 personas, en la siguiente pregunta, los CNB es una forma útil para realizar transacciones bancarias, la población manifestó lo siguientes, 78% del total de hombres y mujeres contestaron favorable, 22% contestaron negativamente.

Respecto al ítem, los CNB constituyen un canal de atención rápido y ágil, 45% de los hombres dan a conocer que es un canal de atención rápido y ágil mientras que 35% de las mujeres tienen la misma opinión, sumando un total de 82% de mujeres y hombres que tienen esta percepción positiva frente a esta pregunta realizada.

Seguidamente respecto a la pregunta, los CNB constituyen un canal de atención de fácil alcance 78% de hombres y mujeres están de acuerdo y totalmente de acuerdo que el canal de atención se encuentra fácil a su alcance por lo cual dan una respuesta favorable.

Finalmente, de los habitantes del cantón Pindal que responden a la pregunta, Utilizando los CNB he mejorado mi acercamiento con el sistema bancario, 75% de hombres y mujeres dan una respuesta positiva debido a que si han podido realizar sus transacciones de una forma más útil y fácil.

En conclusión, en este constructo de Percepción de la utilidad de uso de CNB, claramente se manifiesta que las respuestas de la población son positivas, resaltando en un 82% que es un canal de atención rápido y ágil para el cantón.

**Tabla 13**

*Percepción de facilidad de los CNB*

	GENERO			
	Hombre		Mujer	
	HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
	Si	No	Si	No
	Recuento	Recuento	Recuento	Recuento

Percepción de facilidad de los CNB Utilizar un CNB ha sido fácil para mí.	Totalmente en desacuerdo	3	22	0	8
	En desacuerdo	2	2	2	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	27	7	18
	De acuerdo	29	4	21	3
	Totalmente de acuerdo	92	6	76	2
Percepción de facilidad de los CNB Mi interacción con un CNB ha sido claro y entendible.	Totalmente en desacuerdo	2	22	0	8
	En desacuerdo	2	2	1	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	25	9	18
	De acuerdo	32	7	17	4
	Totalmente de acuerdo	90	5	79	2
Percepción de facilidad de los CNB Encuentro un CNB una forma fácil de utilizar.	Totalmente en desacuerdo	3	19	0	8
	En desacuerdo	2	3	2	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	27	8	17
	De acuerdo	30	5	18	5
	Totalmente de acuerdo	91	7	78	2
Percepción de facilidad de los CNB Mi experiencia utilizando un CNB es positiva.	Totalmente en desacuerdo	2	16	1	7
	En desacuerdo	2	3	1	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	35	9	21
	De acuerdo	28	3	18	2
	Totalmente de acuerdo	92	4	77	2

Mediante las encuestas realizadas en el cantón Pindal de una muestra de 328 personas de la población económicamente activa del cantón manifestaron lo siguiente frente a la pregunta, Utilizar un CNB ha sido fácil para mí., 71% de hombres y mujeres constataron de manera positiva.

Frente al ítem, mi interacción con un CNB ha sido claro y entendible, al 41% de hombres y 31 % de mujeres la interacción con los CNB les resulta claro y entendible siendo un total de 72% de la población.

Seguidamente 72% de hombres y mujeres del total de los encuestados contestan favorablemente a la pregunta, encuentro un CNB una forma fácil de utilizar.

Finalmente, respecto a la pregunta, mi experiencia utilizando un CNB es positiva, 69% de encuestados contestan que sí que no han tenido ningún problema con utilizar el servicio.

En conclusión, frente al constructos de, Percepción de facilidad de los CNB, 71% del total de todas las preguntas de hombres y mujeres contestaron de acuerdo y totalmente de acuerdo siendo un porcentaje favorable de aceptación y de comprensión de este servicio en el cantón encuestado Pindal.

**Tabla 14**

*Percepción de seguridad de los CNB*

		GENERO			
		Hombre		Mujer	
		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
		Si	No	Si	No
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Percepción de seguridad de los CNB El riesgo de fraude por utilizar un CNB es alto	Totalmente en desacuerdo	82	37	66	18
	En desacuerdo	9	5	9	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	11	17	7
	De acuerdo	11	4	8	5
	Totalmente de acuerdo	5	4	6	1
Percepción de seguridad de los CNB Considero que utilizar un CNB es una forma segura para realizar transacciones.	Totalmente en desacuerdo	5	5	6	2
	En desacuerdo	8	3	9	4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	23	12	20	9
	De acuerdo	18	7	14	3
	Totalmente de acuerdo	75	34	57	14
Percepción de seguridad de los CNB	Totalmente en desacuerdo	93	45	76	23

el riesgo de ser víctima de un asalto cuando utilizo un CNB es alto.	En desacuerdo	10	4	7	0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	10	12	6
	De acuerdo	6	2	8	3
	Totalmente de acuerdo	4	0	3	0

El constructor de percepción de seguridad de los CNB está conformado por tres preguntas el mismo que fue aplicado a 328 personas del cantón, referente a la pregunta, el riesgo de fraude por utilizar un CNB es alto, 87% de los encuestado de hombres y mujeres manifestaron que no es alto el riesgo siendo un porcentaje bastante significativo, mientras que 13% dijeron que si es riesgoso.

Referente al ítem, considero que utilizar un CNB es una forma segura para realizar transacciones, 41% de hombres dan su opinión de forma positiva, mientras que el 27% de mujeres también consideran que es una forma segura siendo un total del 68% del total de hombres y mujeres que tienes una percepción positiva de seguridad.

Finalmente, referente a la pregunta, el riesgo de ser víctima de un asalto cuando utilizo un CNB es alto, los encuestados del cantón el 92% del total consideran que no hay riesgo de ser víctima de un asalto respondiendo de acuerdo y totalmente de acuerdo con la pregunta, y el 8% consideran que sería riesgoso siendo una cifra poco significativa.

En conclusión, la percepción de este constructo de seguridad de los CNB, la población encuestada del cantón manifestó que, si es seguro la utilización del servicio, 92% es una de las cifras más significativas del constructo dando a conocer que la población encuestada considera que no hay riesgo de asalto.

Tabla 15

## Percepción de compatibilidad

		GENERO			
		Hombre		Mujer	
		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
		Si	No	Si	No
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Percepción de compatibilidad de los CNB	Totalmente en desacuerdo	2	28	0	14
	En desacuerdo	4	3	3	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	18	11	14
	De acuerdo	31	4	27	1
Totalmente de acuerdo		81	8	65	2
Percepción de compatibilidad de los CNB	Totalmente en desacuerdo	2	29	0	14
	En desacuerdo	3	3	3	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	20	10	15
	De acuerdo	32	3	28	1
Totalmente de acuerdo		82	6	65	1
Percepción de compatibilidad de los CNB	Totalmente en desacuerdo	2	30	0	16
	En desacuerdo	4	3	3	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	18	12	12
	De acuerdo	35	3	34	2
Totalmente de acuerdo		78	7	57	1

El constructor de percepción de compatibilidad de los CNB de una muestra de 328 personas realizada al cantón Pindal, el 67% de hombres y mujeres consideran que utilizar CNB se ajusta a su vida y 33% opinan de manera negativa.

Seguidamente en el ítem, se ajusta bien a la forma en la que realizo mis transacciones bancarias, el 38% de hombres contestas favorablemente y 29% de mujeres también

contestan de manera favorable, siendo un total de 65% que contestan de acuerdo y totalmente de acuerdo que se ajusta bien a su forma de realizar transacciones.

En la pregunta, Considero utilizar CNB en lugar de otros canales de atención tradicionales del sistema bancario, el 66% de hombres y mujeres contestan de acuerdo y totalmente de acuerdo.

En conclusión, el 66% de los encuestados en el constructor de percepción de compatibilidad de los CNB contestan de manera positiva, no es un valor tan significativo a nivel del constructo debido a que gran parte de encuestados cuentan con una cuenta en otra institución financiera.

**Tabla 16**

*Normas Subjetivas*

		GENERO			
		Hombre		Mujer	
		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
		Si	No	Si	No
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Normas Subjetivas Personas que son importantes mi, recomendarían el uso del CNB.	Totalmente en desacuerdo	4	22	1	4
	En desacuerdo	4	2	1	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	12	15	6
	De acuerdo	40	9	37	10
	Totalmente de acuerdo	75	16	52	9
Normas Subjetivas personas que son importantes para mí, recomendaran eso uso del CNB.	Totalmente en desacuerdo	4	20	1	4
	En desacuerdo	4	3	1	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	12	15	6
	De acuerdo	39	10	37	9
	Totalmente de acuerdo	75	16	52	10
Normas Subjetivas personas que son importantes para	Totalmente en desacuerdo	5	20	1	4
	En desacuerdo	3	3	1	3

mi, encuentran beneficioso el uso de CNB	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	12	15	6
	De acuerdo	38	10	36	9
	Totalmente de acuerdo	76	16	53	10
Normas Subjetivas Personas que son importantes para mí, encuentran que utilizar CNB es una buena idea.	Totalmente en desacuerdo	5	20	1	4
	En desacuerdo	3	3	1	3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	7	12	16	7
	De acuerdo	37	10	35	8
	Totalmente de acuerdo	77	16	53	10

Del total de los encuestados en el cantón Pindal de la población económicamente activa de una muestra de 328 personas, referente a la pregunta personas que son importantes para mí, recomendarían el uso del CNB, 70% de hombres y mujeres anuncian que recomendaría el uso del servicio del CNB, mientras que el 30% de los encuestado no recomendarían el uso. Seguidamente el 76% de encuestados de hombres y mujeres contestan de manera positiva de acuerdo y totalmente de acuerdo con la pregunta, encuentran beneficioso el uso de CNB, siendo un porcentaje bastante significativo.

Finalmente, en el ítem, personas que son importantes para mí, encuentran que utilizar CNB es una buena idea, 75% del total de encuestados contesta a la pregunta de manera favorable entre hombres y mujeres que el servicio de CNB es una buena idea debido a que conlleva una manera rápida de realizar las transacciones.

En conclusión, el constructo cuenta con porcentajes bastante significativos de manera positiva respecto a las preguntas planteadas a los encuestados de manera que en el cantón tiene el servicio una aceptación bastante favorable.

Tabla 17

## Percepción del CNB

		GENERO			
		Hombre		Mujer	
		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB		HA UTILIZADO USTED EL CANAL DE ATENCIÓN CNB	
		Si	No	Si	No
		Recuento	Recuento	Recuento	Recuento
Percepción del CNB el lugar donde se ubica el CNB es un factor decisivo para utilizar este canal de atención	Totalmente en desacuerdo	2	6	0	3
	En desacuerdo	0	0	0	2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	12	2	2
	De acuerdo	29	10	29	7
	Totalmente de acuerdo	97	33	75	18
Percepción del CNB Prefiero utilizar un CNB ubicado en lugares comerciales conocidos.	Totalmente en desacuerdo	2	6	0	3
	En desacuerdo	0	0	0	2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11	2	2
	De acuerdo	30	12	28	7
	Totalmente de acuerdo	96	32	76	18
Percepción del CNB Mi empatía y confianza con el propietario son decisivas para mi elección del CNB a usar.	Totalmente en desacuerdo	2	6	0	3
	En desacuerdo	0	0	0	2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11	2	2
	De acuerdo	29	12	27	7
	Totalmente de acuerdo	97	32	77	18
Percepción del CNB La limpieza y orden son decisivas para mi elección del CNB a usar.	Totalmente en desacuerdo	2	6	0	3
	En desacuerdo	0	0	0	2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11	5	3
	De acuerdo	29	11	25	6
	Totalmente de acuerdo	97	33	76	18
Percepción del CNB. Usare CNB con atención rápida y donde no exista	Totalmente en desacuerdo	2	6	0	3
	En desacuerdo	0	0	0	1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	11	2	2

muchas personas (filas)	De acuerdo	29	11	29	8
	Totalmente de acuerdo	97	33	75	18

Del total de encuestados de la población económicamente activa del cantón Pindal, en la pregunta, el lugar donde se ubica el CNB es un factor decisivo para utilizar este canal de atención, 91% de hombres y mujeres responden de manera positiva, siendo un valor bastante representativo.

Respecto al ítem, prefiero utilizar un CNB ubicado en lugares comerciales conocidos, 91% del total de los encuestados prefieren hacer uso del CNB en lugares conocidos y de mayor confianza para realizar sus diferentes transacciones.

Seguidamente en el ítem, mi empatía y confianza con el propietario son decisivas para mi elección del CNB a usar, 91% de hombres y mujeres encuestados responden de manera positiva que su elección del CNB a usar depende mucho de la confianza al propietario del CNB.

Referente a la pregunta, la limpieza y orden son decisivas para mi elección del CNB a usar, 90% manifiestan que la limpieza y orden es un factor de gran importancia para la utilización tanto hombres como mujeres.

Finalmente, en la pregunta, usare CNB con atención rápida y donde no exista mucha con gestión de personas (filas), 91% consideran de manera positiva, que este aspecto en la decisión de su elección es muy importante para poder realizar de manera más rápida y efectiva la utilización del CNB.

En conclusión, el constructor de percepción de CNB, cuenta con porcentajes bastante significativos en un promedio de 91% de todo el constructo, lo cual las personas consideran bastante importante las preguntas realizadas en este constructo.

## Conclusiones

El objetivo principal de esta investigación es estudiar las variables del comportamiento que influyen en el uso de CNB en el cantón Pindal, así mismo como portar información que sirva de base para futuras investigaciones.

Para el logro de este objetivo nos hemos basado en el modelo TAM, recurriendo a la encuesta como instrumento para recopilar la información necesaria, con la cual se puede concluir que:

Los corresponsales no bancarios (CNB) tienen un impacto positivo en el cantón. Así mismo, estos se encuentran ubicados correcta y de forma estratégica en el cantón, puesto que un 78 % de la población encuestada ya ha hecho uso de ellos.

Se comprobó la relación entre el riesgo percibido y la intención de utilizarlo, debido al alto grado de aceptación de los CNB por parte de la comunidad. Los corresponsales no bancarios mejoran el acercamiento de la población y las instituciones financieras, lo consideran un medio seguro para realizar transacciones bancarias. Sin embargo, los habitantes del cantón Pindal dejaron clara su posición y preferencia por los CNB localizados en lugares conocidos y centros comerciales de confianza.

Finalmente, mediante la investigación realizada los CNB cumplen su función de prestar servicios financieros y mejorar el acercamiento entre el sistema financiero y la población carente de una agencia bancaria u oficina.

El cantón Pindal posee siete CNB, en su mayoría los encuestados manifiestan que estos se acoplan en gran escala a su estilo de vida y consideran a los mismos beneficiosos al momento de realizar sus transacciones bancarias, debido a su diseño fácil de usar, entendible, cómodo y seguro.

## Recomendaciones

El conocimiento es la base de todo progreso, es por ello que, a través de la aplicación adecuada de metodología y el uso correcto de herramientas literarias, tecnológicas y de software; El presente trabajo de investigación, alcanzó los objetivos planteados en un principio, mismos que sirven de base para futuras investigaciones y de fuente de conocimiento para todo aquel que desee informarse o hacer uso de ella.

Los corresponsales no bancarios tienen un alta grado de aceptación en la comunidad pindaleña, por consiguiente, mantener un seguimiento de los establecimientos comerciales, así como la capacitación de los encargados, es de vital importancia para la óptima prestación del servicio.

Los CNB constituyen un beneficio bilateral, puesto que genera rentabilidad tanto para la Institución financiera como para el local comercial que presta el servicio. Generar una imagen adecuada para los usuarios es responsabilidad de ambas partes. Conocer las necesidades de los usuarios y mejorar paulatinamente permitiría que el servicio se adapte cada vez más a las exigencias y necesidades de los usuarios.

Puesto que el cantón Pindal, no posee agencias de determinadas instituciones bancarias, los CNB constituyen el principal acercamiento entre los usuarios y la entidad financiera. Sí bien su diseño es fácil de usar y en gran parte se acopla al estilo de vida y la forma en que realiza transacciones, existen también ciertas limitantes para quienes no hacen uso del servicio, por ejemplo, el monto máximo de depósito o retiro de efectivo. Conocer este y otras necesidades de los usuarios forman la herramienta principal para prestar un servicio de calidad.

## Referencias

- Acosta Véliz, C. P. (2018). Modelo de negocio de inclusión financiera a través de corresponsales no bancarios en la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Scielo , 15.
- Amabile, T. (05 de Enero de 1996). Creatividad e innovación en las organizaciones. Harvard Bussiness School .
- Arredondo, F., Vásquez, J., & De la Garza, J. (2016). Factores de innovación para la competitividad en la Alianza del Pacífico. Una aproximación desde el Foro Económico Mundial. Estudios gerenciales , 299-308.
- BanEcuador. (22 de 05 de 2016). Obtenido de BanEcuador: <https://www.banecuador.fin.ec/institucion/historia/>
- Bueno, E., & Maria, L. M. (2016). La innovacion del modelo de negocios bancario .
- Bustos , O. (24 de Septiembre de 2015). La innovación basada en ciencia como pilar de desarrollo. Obtenido de El Mercurio, Ediciones Especiales: <http://www.edicionesespeciales.elmercurio.com/destacadas/detalle/index.asp?idnoticia=030201509242022>
- Bustos, O. (24 de Septiembre de 2015). La innovación basada en ciencia como pilar de desarrollo. El Mercurio .
- Camara, T. y. (2015). Extendiendo el acceso al sistema financiero formal: el modelo de negocio de los corresponsales bancarios. ScienDirect .
- Cardoso, G. (2018). La Economía Popular y Solidaria la hacemos. Quito.
- Castillo, A. (1999). Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento. Programa Emprendedores como creadores de riqueza y desarrollo regional INTEC Chile.
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2015). Modelos de Negocio para la inclusión financiera.
- Crossan, M., & Apaydin , M. (2010). A multi-dimensional framework of organization innovation: A systematic review of the literature. Journal of Management Studies , 1154-1191.
- Chesbrough, H. (2010). Business model innovation, opportunities and barriers. Long Range Planning , 43, 354-363.
- Escrosa, P. y. (1997). Tecnología e innovación en la empresa.
- F. Damanpour, S. G. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. Journal of Management Studies .
- Fariborz, D. y. (2002). La dinámica de la adopción de innovaciones de productos y procesos en las organizaciones.
- Fernando, G. (2012). Concepts sobre Innovación . Bogota.
- Forbes. (2017). Por qué la innovación es crucial para el éxito a largo plazo de su organización. Forbes , 2.

- Frederic, M. y. (2009). Mercados financieros e instituciones.
- Gee. (1981). Innovación e inteligencia estratégica. eumed .
- González, M. R., & Pérez, E. M. (1989). La Innovación Tecnológica y su gestión . (S. MARCOMBO, Ed.) Barcelona , España: MARCOMBO, S.A .
- Goodman, P. y. (1981). Compendio de definiciones del concepto innovación .
- Grajales, T. (27 de 03 de 2000). Obtenido de <https://cmapspublic2.ihmc.us/rid=1RM1F0L42-VZ46F4-319H/871.pdf>
- Guaipatin, C. y. (2014). Ecuador análisis del sistema nacional de innovación. Banco Interamericano de Desarrollo .
- Hage. (1999). ¿Es la cultura organizativa un determinante de la innovación en la empresa? ScienceDirect .
- Hinojosa, M. (2006). Cuadernos de Gestión de Tecnología: Innovación de Proceso. Mexico : Premio Nacional de Tecnología.
- Hoffman, D. L. (2000). The Revolution Will Not Be Televised: Introduction to the Special Issue on Marketing Science and the Internet. Marketing Science , 19.
- Huang, P. y. (2011). Los modelos de adopción de tecnologías de la información desde el paradigma actitudinal.
- INEC . (2010). Recuperado el Febrero de 2020, de Ecuador en cifras: [https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos\\_Censales/Fasc\\_Cantonales/Loja/Fasciculo\\_Chaguarpamba.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Loja/Fasciculo_Chaguarpamba.pdf)
- Joseph, S. y. (2015). Innovaciones y beneficios : Schumpeter y el patrimonio clásico. El Silver .
- Kelm, & Pinches, a. y. (1995). Creación de valor para los accionistas durante las etapas de innovación y comercialización de I+d. Scopus .
- Larrán Jorge, 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).
- Latina, B. d. (2013). Banca corresponsal e inclusión financiera de negocios en América Latina .
- Lendel, Š., & Hittmár, E. y. (2015). Propuesta del sistema de evaluación del nivel de innovación . El Silver .
- León , J. (2006). ¿Qué sabe acerca de la innovación financiera? Visión Gerencial , 63-71.
- Macahdo. (1997). Gestión tecnológica para un salto en el desarrollo industrial.
- Mennaa, A. y. (2019). Evaluación de entornos de comercialización de innovaciones para PYME en la industria mundial.
- Metcalfe, S., & Ramlogan, R. (2008). Innovation Systems and the Competitive Process in Developing Economies. The Quarterly Review of Economics and Finance , 48.

- Mi Region. (15 de 08 de 2018). Pindal de fiestas. pág. 5.
- Mishkin, F. S., & Eakins, S. G. (2009). *Financial Markets and Institutions*. Pearson Prentice Hall.
- Montoya, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica* , 209-213.
- Morales , S. (2 de Agosto de 2017). *Wold Economic Forum*. Obtenido de *Fintech: el boom de la innovación financiera*
- Nelson, R. y. (1973). *Hacia una teoría evolutiva de las capacidades económicas*. American Economic Association .
- O'Regan, N., Ghobadian, A., & Sims, M. (2006). *Fast tracking innovation in manufacturing SMEs*. *Technovation* , 251-261.
- OCDE. (2005). *The Measurement of Scientific and Technological Activities. Proposed guidelines for Collecting and Interpreting Technological innovation data*.
- Parkhi, G. y. (2013). *Inclusión financiera: construcción de un modelo de éxito en el contexto indio*. *SciencDirect* .
- Porter , M. (1993). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires: Ediciones Javier Vergara.
- Porter, M. (2007). *La ventaja competitiva de las naciones*. *Harvard Business* , 85 (11), 69-95.
- Sánchez , M. (2010). *La innovación financiera y la crisis mundial*. *El trimestre económico* , 758-769.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. Massachusetts: Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Shumpeter, J. (2004). *The theory of economic development (Vol. 10)*. Brunswick, New Jersey, USA: Transaction Publisher.
- Superintendencia de Bancos . (2018). *LIBRO I.- NORMAS GENERALES PARA LAS INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO* . Quito.
- Teresa, A. (05 de Enero de 1996). Obtenido de Harvard Business School.
- Toporowski, J. (2011). *Innovación financiera y desarrollo*. *Problemas del desarrollo* , 161-169.
- Varela, R. (2008). *Innovación empresarial, arte y ciencia en la creación de empresas*. (3ª edición ed.). (M. F. Castillo, Ed.) Colombia: Pearson Education de Colobia, Ltda.
- Véliz, A. (s.f.).
- Venkatesh, M. y. (2003). *Adopción de tecnologías*.
- Wang, W. y. (2005). *Variable dependiente Proposiciones*.
- Ziaul, M. Y. (2010). *Innovacion sus antecedentes e impacto sobre el rendimiento empresarial de las PYME*. *Revista internacional de gestion empresarial* , 20.

## Apéndice

### UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

Cantón .....

Encuesta Nro.: \_\_\_\_\_

**Estimado encuestado:** desde la titulación de Banca y Finanzas, nos encontramos realizando un trabajo académico y de investigación que tiene como objetivo evaluar la percepción respecto del uso de los Corresponsales no Bancarios (CNB) en la provincia de Loja. Es por ello que, solicitamos unos minutos de su tiempo para que nos colabore dando su respuesta a los planteamientos que se presentan a continuación.

El instrumento se ha diseñado utilizando el método de medición Likert, considerando la siguiente escala:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

#### A. Datos generales

1. Género:                      H: \_\_\_\_\_      M: \_\_\_\_\_
2. Edad:

a.	De 18 a 28 años	
b.	De 29 a 38 años	
c.	De 39 a 48 años	
d.	De 49 a 58 años	
e.	De 59 a 60 años	
f.	Más de 68 años	

3. Nivel de instrucción:

a.	Primaria	
b.	Secundaria	
c.	Tecnológica	
d.	Pregrado	
e.	Postgrado	
f.	Ninguna	

4. ¿Es usted cliente de una institución financiera?:  
Si: \_\_\_\_\_      No: \_\_\_\_\_

5. De qué tipo de intermediario financiero es cliente: (indique la IFI más importante para usted)

a.	Banco	
b.	Cooperativa	
c.	Caja de ahorro	
d.	Otra	

6. Ha utilizado usted el canal de atención conocido como CNB (Banco del Barrio, Mi Vecino, otro)

Si: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

### B. Información específica

Constructo	Ítems	1	2	3	4	5
<b>Actitud hacia el uso de CNB / Attitude toward using the CNB</b>	Es una buena idea usar un CNB					
	Disfruto hacer uso de un CNB					
	Es beneficioso utilizar un CNB					
	Me resulta interesante utilizar un CNB					
<b>Intención de uso de CNB / Intention to use CNB</b>	Planeo utilizar un CNB en el futuro					
	Si tuviera la oportunidad, utilizaría un CNB en el futuro					
	Tengo la intención de seguir utilizando un CNB					
	Utilizo un CNB tanto como me sea posible					
<b>Percepción de la utilidad de uso de CNB / Perceived usefulness of mobile payment services</b>	Los CNB es una forma útil para realizar transacciones bancarias					
	Los CNB constituyen un canal de atención rápido y ágil					
	Los CNB constituyen un canal de atención de fácil alcance					
	Utilizando CNB ha mejorado mi acercamiento con el sistema bancario					

<b>Percepción de facilidad de los CNB / Perceived ease of use of CNB</b>	Utilizar un CNB ha sido fácil para mi					
	Mi interacción con un CNB ha sido claro y entendible					
	Encuentro un CNB una forma fácil de utilizar					
	Mi experiencia utilizando CNB es positiva					
<b>Percepción de seguridad de los CNB / Perceived security of CNB</b>	El riesgo de fraude por utilizar un CNB es alto					
	Considero que utilizar un CNB es una forma segura para realizar transacciones bancarias					
	El riesgo de ser víctima de un asalto cuando utilizo un CNB es alto					
<b>Percepción de compatibilidad de los CNB / Perceived compatibility of CNB</b>	Utilizar CNB se ajusta bien a mi forma de vida					
	Utilizar CNB se ajusta bien a la forma en que realizo mis transacciones bancarias					
	Considero utilizar CNB en lugar de otros canales de atención tradicionales del sistema bancario					
<b>Normas subjetivas / Subjective norms</b>	Personas que son importantes para mí, recomendarían el uso de CNB					
	Personas que son importantes para mí, recomiendan el uso de CNB					
	Personas que son importantes para mí, encuentran beneficio el uso de CNB					
	Personas que son importantes para mí,					

	encuentran que utilizar CNB es una buena idea					
<b>Percepción del CNB / Perceived of CNB</b>	El lugar donde se ubica el CNB es un factor decisivo para utilizar este canal de atención					
	Prefiero utilizar CNB ubicados en locales comerciales conocidos					
	Prefiero utilizar CNB de instituciones financieras reconocidas					

<b>Nombre encuestado:</b>		<b>Nombre encuestador:</b>	
<b>Firma:</b>		<b>Fecha de realización:</b>	