



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS – MBA**

**Transformación digital en la inclusión financiera de los clientes de
una institución financiera del cantón Durán, 2023.**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Franco Pincay, Cristhian Andres (orcid.org/0000-0002-8615-3803)

ASESORES:

Dr. Mendivez Espinoza, Yvan Alexander (orcid.org/0000-0002-7848-7002)

Dr. Salazar Salazar, Elmer Bagner (orcid.org/0000-0002-8889-9676)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2023

DEDICATORIA

A Dios quién me ha concedido la fortaleza y sabiduría para cumplir esta meta.

Con todo mi amor a mi esposa María Eugenia y a mi hijo Cesar Andres, que son mi fortaleza y me motivan día a día a ser mejor.

A mis padres Otto y Teresa; hermanos Miguel, Otto y Jonathan por brindarme su apoyo y confianza desde el incio de mi carrera.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por haberme guiado y permitirme cumplir una meta más en el ámbito profesional.

A mi esposa e hijo por su amor incondicional.

A mis padres y hermanos por haber enseñado el camino a la superación.

Al Dr. Mendívez Espinoza, Yván Alexander por haberme guiado en el desarrollo de este trabajo.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad de los Asesores

Nosotros, MENDIVEZ ESPINOZA YVAN ALEXANDER, SALAZAR SALAZAR ELMER BAGNER, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesores de Tesis titulada: "TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS CLIENTES DE UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA DEL CANTON DURÁN, 2023.", cuyo autor es FRANCO PINCAY CRISTHIAN ANDRES, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 16 de Julio del 2023

| Apellidos y Nombres del Asesor: | Firma |
|---|--|
| MENDIVEZ ESPINOZA YVAN ALEXANDER, SALAZAR SALAZAR ELMER BAGNER DNI: 19188655 ORCID: 0000-0002-7848-7002 | Firmado electrónicamente por: MENDIVEZ el 16-07- 2023 23:00:28 |
| MENDIVEZ ESPINOZA YVAN ALEXANDER, SALAZAR SALAZAR ELMER BAGNER DNI: 16786640 ORCID: 0000-0002-8889-9676 | Firmado electrónicamente por: SSALAZAREB el 17- 07-2023 08:21:02 |

Código documento Trilce: TRI - 0595409

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, FRANCO PINCAY CRISTHIAN ANDRES estudiante de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE LOS CLIENTES DE UNA INSTITUCIÓN FINANCIERA DEL CANTON DURÁN, 2023.", es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

| Nombres y Apellidos | Firma |
|---|---|
| CRISTHIAN ANDRES FRANCO PINCAY CARNET EXT.: 0928752633 ORCID: 0000-0002-8615-3803 | Firmado electrónicamente por: CFRANCOPI el 16- 072023 21:51:08 |

Código documento Trilce: TRI - 0595410

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA..... | ii |
| AGRADECIMIENTO..... | iv |
| DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR | v |
| DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR | vi |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | viii |
| ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS | ix |
| RESUMEN | x |
| ABSTRACT | xi |
| | |
| I. INTRODUCCIÓN | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO..... | 4 |
| III. METODOLOGÍA..... | 17 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación | 17 |
| 3.2 Variables y operacionalización | 18 |
| 3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis | 19 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 21 |
| 3.5 Procedimientos..... | 22 |
| 3.6 Métodos o análisis de la información | 23 |
| 3.7 Aspectos éticos | 23 |
| IV. RESULTADOS..... | 25 |
| xV. DISCUSIÓN..... | 33 |
| VI. CONCLUSIONES | 39 |
| VII. RECOMENDACIONES | 40 |
| REFERENCIAS..... | 41 |
| ANEXOS | 51 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Proceso de validación de los instrumentos | 22 |
| Tabla 2 Proceso de medición de la confiabilidad | 22 |
| Tabla 3 Transformación digital asociados a la inclusión financiera | 25 |
| Tabla 4 Prueba de normalidad | 26 |
| Tabla 5. Escala de interpretación para el coeficiente de correlación de Spearman .. | 27 |
| Tabla 6 Análisis inferencial de la hipótesis general | 27 |
| Tabla 7 Análisis inferencial de la hipótesis específica 1 | 28 |
| Tabla 8 Análisis inferencial de la hipótesis específica 2 | 29 |
| Tabla 9 Análisis inferencial de la hipótesis específica 3 | 30 |
| Tabla 10 Análisis inferencial de la hipótesis específica 4 | 31 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 Esquema de investigación | 18 |
|---|----|

RESUMEN

El presente estudio se enmarcó dentro de la línea de investigación de Modelos y herramientas gerenciales, y tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la transformación digital en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera en el cantón Durán en el año 2023. Para ello, se utilizó un enfoque cuantitativo de investigación básica, correlacional causal, diseño no experimental, de corte transversal. La muestra de la presente investigación estuvo compuesta por 219 jóvenes adultos, clientes de una institución financiera del cantón Durán, seleccionados mediante un muestreo probabilístico; además, se aplicaron dos cuestionarios validados por expertos. Los resultados obtenidos del objetivo general revelaron un coeficiente de correlación de Rho Spearman de 0,326, con un valor de significancia de 0,000; así mismo, en los objetivos específicos, se observaron los siguientes resultados: relación entre los clientes y la inclusión financiera 0,229, relación entre la competencia y la inclusión financiera 0,319, relación entre los datos y la inclusión financiera 0,378 relación entre la innovación y la inclusión financiera 0,222. En conclusión, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación, indicando que existe una influencia significativa de la transformación digital en la inclusión financiera.

Palabras clave: transformación digital, inclusión financiera, institución financiera.

ABSTRACT

The present study was framed within the line of research of Management models and tools, and its main objective was to determine the influence of digital transformation on the financial inclusion of the clients of a financial institution in the Duran canton in the year 2023. For this, a quantitative approach of basic research, causal correlation, non-experimental design, cross-sectional was used. The sample of the present investigation was made up of 219 young adults, clients of a financial institution in the Duran canton, selected by means of a probabilistic sampling; In addition, two questionnaires validated by experts were applied. The results obtained from the general objective revealed a Rho Spearman correlation coefficient of 0.326, with a significance value of 0.000; likewise, in the specific objectives, the following results were observed: relationship between clients and financial inclusion 0.229, relationship between competition and financial inclusion 0.319, relationship between data and financial inclusion 0.378 relationship between innovation and inclusion financial 0.222. In conclusion, the null hypothesis was rejected and the research hypothesis was accepted, indicating that there is a significant influence of digital transformation on financial inclusion.

Keywords: digital transformation, financial inclusion, financial institution.

I. INTRODUCCIÓN

El mundo actual atraviesa por una revolución en el uso de la red financiera llamada transformación digital la cual implica una serie de renovaciones y ajustes en organizaciones (Vacas, 2018), lo que abrió paso a la accesibilidad de servicios financieros facilitando los canales de pago, y oportunidades de financiación y ahorro (Malpass, 2022). Estas acciones como: transferencias, envío y pago de remesas al extranjero desde una aplicación o por medio de plataformas móviles, se le llama inclusión financiera (El País, 2022).

La transformación digital, toma importancia en el campo económico y social al darle a la banca la oportunidad de que las personas sean beneficiadas con herramientas financieras de calidad, promoviendo el microfinanciamiento para personas en situación de pobreza (Westphalen y Castro, 2022). Por otra parte, el fenómeno de la transformación digital experimentó una vertiginosa aceleración de forma sorpresiva como consecuencia de la pandemia ocasionada por el COVID 19 (Trujillo et al., 2022).

La inclusión financiera actualmente se considera un derecho civil (Banco Mundial, 2022), como medio para relacionarse con las instituciones financieras a nivel global (Asobanca, 2021). Digitalizar operaciones financieras, implica el análisis de modelos operacionales y su grado de efectividad para avanzar en mejoras que generen valor en la experiencia digital que tengan los clientes (Mejía, 2021).

A nivel global, en América Latina según el último informe de Global Findex (2022), el índice en que las personas frecuentan pagos digitales paso de un 26% en el 2014 a un 51% de los clientes en el 2021 (Diep, 2022), y en donde el 71% de los habitantes de países en desarrollo, ya poseen una cuenta financiera digital; esto se originó a raíz de la necesidad de movilidad del dinero debido al COVID-19 (Fernández et. al, 2020), por lo que las bancas privadas y públicas solo tiene a un 41,67% de la población sin una cuenta de ahorros (Mejía et al., 2022). Latinoamérica hasta el 2020, tuvo un promedio mundial bajo, respecto a las funcionalidades disponibles en las estructuras financieras, están muy lejos de llegar a una experiencia óptima para el cliente (Méndez y Pequeño, 2021).

En Ecuador, a pesar de los avances de inclusión financiera existe una brecha de género, donde solo hubo un incremento del 0,5 en el empoderamiento de créditos a

las mujeres, mientras que para los hombres fue del 0,9 (Estrella, 2022). Hasta el 2021, la banca ecuatoriana tuvo un puntaje del 46,9 en su facilidad de acceso por vía móvil, seguido de una calidad percibida del 67,2 (Banco Central del Ecuador, 2021), sin embargo, a nivel general el país se encuentra con un promedio del 38,3 por encima de la calificación de la región (Santillán y Estrella, 2022). En esencia, los clientes bajo la figura de personas naturales en Ecuador incrementaron su interacción digital del 69% al 75% de la totalidad de usuarios activos (Agenda del socio, 2023). No obstante, existe desconfianza de los métodos de seguridad cibernética, por lo cual la banca ecuatoriana se ubica con 53 puntos en el ranking global de inclusión financiera (Zarzalejos et al., 2021).

A nivel local, Durán mantiene exclusión financiera, en donde la mujer tiene poca participación en la banca digital (Banco Mundial, 2021), atribuido a factores como la falta de educación financiera, además del exceso de requisitos en donde se relega la decisión de un préstamo a la firma del cónyuge (AFI, 2021), las mujeres en este cantón tienen un limitado acceso a los canales tecnológicos para la adquisición de financiamiento y en donde el 17% que acceden a uno, destinan el dinero a necesidades del hogar y no en la inversión de activos (Barba , 2021). Así pues, la transformación digital en la banca de este cantón hasta el 2022, indica que 6 de cada 10 instituciones financieras tienen acceso en línea con protocolos de seguridad como patrones de claves, reconocimientos facial o token, que son poco utilizados por los usuarios,(Carrillo, 2022).

En una institución financiera de Durán, la mayoría de los usuarios no conocen la banca digital para transacciones como: el pago de servicios básicos, transferencias o incluso el acceso a préstamos, con solo comprobar la identidad y buró de crédito del cliente, y en donde las mujeres tienen poca participación, debido a que acceden a préstamos en calidad presencial, con la aprobación de su cónyuge, sin conocer que pueden obtenerlo por el banco en línea; esto ha conllevado a demoras en la atención, y lo que representa para la IT de la banca un desperdicio de las herramientas a disposición en los canales móviles. El problema de estudio fue ¿De qué manera la transformación digital influye en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023?

Como validez teórica, se revisaron los efectos que genera la transformación digital, en una red financiera de una institución financiera, que ofrece servicios bancarios bajo filtros de seguridad, y que, en base a la teoría digital de Shannon de 1950, se consideran elementos tales como aplicaciones, patrones de contraseña, token e incluso verificación facial, deben ser conocidos por el usuario en definición y uso.

Por implicancia práctica, se explicó el alcance de la inclusión financiera, cuando los usuarios de una institución financiera utilizan los servicios en línea, explicando el uso de herramientas financieras que antes de la era digital, se debían solicitar presencialmente en una agencia, y que tan solo con una verificación de seguridad tanto hombres y mujeres pueden acceder a certificados, convenios o pagos de tarjetas, creando en ellos la práctica de la cultura digital como hábito. Como utilidad metodológica, se aportó a la comunidad científica dos instrumentos validados y con su confiabilidad medida que servirán para la medición de las variables transformación digital e inclusión financiera, que podrán ser empleados en futuras investigaciones por los interesados en conocer más sobre dicha temática.

Se estableció como objetivo general: determinar la influencia de la transformación digital en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. Como objetivos específicos: a) determinar la influencia de los clientes en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023; b) determinar la influencia de la competencia en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023; c) determinar la influencia de los datos en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023 y d) determinar la influencia de la innovación en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.

En cuanto a la hipótesis general, se tuvo como hipótesis alterna que la transformación digital influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023, mientras que, la hipótesis nula indicó que la transformación digital no influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

Dentro de los estudios considerados como sustento internacional, se consideró al realizado por Al-Smadi (2022), en su artículo investigativo, se hizo mención sobre la examinación del impacto que tienen las finanzas digitales y la inclusión financiera, como evidencia en los países MENA, en el cual se tuvo como objetivo central determinar la influencia positiva que tiene el sistema financiero digital en la inclusión financiera de países como Argelia, Bahrein, Egipto, Jordania, Kuwait, Líbano, Marruecos y Emiratos Árabes. La metodología se basó en el estudio de revisión, donde se utilizó la estadística de una base de datos proveniente de la encuesta de acceso financiero (FAS), acerca del uso de sus servicios financieros en 121 países. Los resultados encontrados fue un índice de correlación de Pearson $r= 0,190$ y un nivel de significancia $p= 0,04$, medidas que permitieron dar conclusión a la hipótesis que afirma que el acceso, uso y disponibilidad de los servicios financieros, influye en la inclusión financiera que se ofrece a los usuarios considerando su demanda en base a su nivel de ingresos y participación el PIB de cada país.

Goswami et al. (2022) en su investigación orientada a medir el Impacto de la tecnología financiera (Fintech) en la inclusión financiera (FI) en la India rural. La metodología fue de enfoque cuantitativo empleando como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. En cuanto a los resultados, se observó una significancia menor a 0,05 en lo relacionado al uso de tecnología financiera para la inclusión financiera en zonas rurales India. En cuanto a las conclusiones, se observó que, la intención conductual positiva de usar la tecnología del gerente y la usabilidad del sistema está afectando positivamente la uso de tecnología financiera para la inclusión financiera en zonas rurales India.

Huaroc (2020), en la investigación que realizó acerca de cómo un Modelo financiero digital Fintech influye en la inclusión financiera de la entidad bancaria Confianza, donde la meta principal determinar si una propuesta llamada Fintech aumenta la inclusión y confianza en la banca de Huancayo en Perú. La metodología indica un diseño no experimental, de nivel explicativo, y de tipo correlacional-causal, en donde se recolectó información por medio de la técnica de la observación con el uso de una ficha de

registro como instrumento, la cual se aplicó durante el periodo del 2004 al 2019 a una secuencia de 74527 clientes que habían aplicado a créditos mediante el modelo en mención, quienes fueron parte de la muestra. Los resultados arrojaron un grado de significancia $p= 0,000$ y un índice $r= 0,974$ proveniente de la prueba T-student lo cual dio como conclusión que la inclusión financiera tuvo una influencia significativa por parte del nuevo modelo Fintech, el cual es amigable con la interacción de usuarios de diversas clases sociales y de sectores tanto rurales y urbanos.

Ratnawati (2020), en la investigación que realizó sobre la influencia de la inclusión financiera en el desempeño de las MIPYMES a través de la intermediación financiera y el acceso al capital en donde se planteó como objetivo el analizar la influencia de la inclusión financiera en el desempeño de las micro, pequeñas y medianas empresas (MIPYMES) y examinar el papel de mediación de la intermediación financiera y el acceso al capital. La metodología indica un diseño no experimental, de nivel explicativo, y de tipo correlacional-causal, en donde se recolectó información por medio de la técnica de la encuesta aplicada a 100 actores MIPYME en la ciudad de Malang. Los resultados evidenciaron que la significancia fue de 0,000 dando como resultado que la inclusión financiera influye en el desempeño de las MIPYMES tanto directa como indirectamente.

Álava (2019), en su trabajo de maestría para la Universidad César Vallejo, se planteó como objetivo central determinar la influencia que tiene la inclusión financiera del Banco de la Nación en el desarrollo de Balsapuerto como distrito. Como parte del método, se diseñó como estudio no experimental de tipo correlacional causal y corte descriptivo, para lo cual se utilizó de instrumento al cuestionario aplicado para 200 familias que se dedican al comercio local, y quienes en calidad de muestra indicaron dentro de sus opiniones que al menos el 27% de los servicios que han accedido los consideran regulares. Po otro lado, se obtuvo un coeficiente Pearson $r= 0,951$ y una significancia $p= 0,000$, lo cual permitió concluir que la inclusión financiera de Balsapuerto ha sido influenciada significativamente por la filosofía de desarrollo sostenible que mantiene los negocios, por lo cual prefieren utilizar servicios digitales bancarios para cuidar los desperdicios de recursos al solicitar trámites por escrito.

En cuanto a los estudios nacionales, se conto con el realizado por Mero y Saldaña (2022), en su investigación realizada en Ecuador, referente a la incidencia de la inclusión financiera en el modelo de negocio de los comerciantes autónomos de la ciudad de Santo Domingo de los Tsáchilas, tuvo como objetivo general analizar el grado en que el modelo de negocio de comerciantes minoristas se ve influenciado por la inclusión financiera. El estudio contempló un diseño no experimental, tipo correlacional causal, alcance descriptivo y enfoque mixto; en la recolección de datos se aplicó como instrumento un cuestionario, en donde participaron 72 usuarios que accedieron a microcréditos desde la banca digital para emprendimientos minoristas. Los hallazgos establecieron un índice de correlación Pearson que resultó en $r = 0,676^{**}$ lo cual demuestra una incidencia moderada, y un grado de significancia $p = 0,000$. Estos índices permitieron concluir que la intermediación financiera en plataformas digitales permitió un financiamiento de negocio fácil a los comerciantes, mejorando su modelo de negocio.

Hidalgo y Villacís (2021), en su trabajo académico para la escuela Politécnica del Ejército en Ecuador, presentaron como objetivo establecer el incremento de la banca digital como señal positiva de la pandemia del COVID-19, reflejado en la rapidez de servicio que proyectan las instituciones financieras. El método indica que el estudio se diseñó de manera no experimental, de tipo correlacional causal y enfoque cuantitativo, en donde 73 gerentes administrativos de diversos bancos del Ecuador, participaron como muestra, y a quienes se les aplicó como instrumento un cuestionario. Los resultados demostraron que, en la prueba de correlación de Pearson, se determinó que existe una influencia significativa del uso de la banca digital en los canales de instituciones financiera, ya que se obtuvo un índice $r = 0,9727$ y un grado de significancia $p = 0,001$, lo cual permitió concluir que la transformación virtual de actividades manuales del banco influye en la mejora acelerada del servicio reflejado en el ahorro de tiempo.

Olvera (2021), en su trabajo académico para la Universidad Católica de Guayaquil, de la zona 8 que colinda con la ciudad de Durán respecto a la incidencia de la transformación digital en la planeación publicitaria relacional de los clientes de Créditos

Económicos, en el cual se estableció como finalidad primordial describir las cualidades del marketing relacional y el ambiente digital que mejoren la manera de vincularse con los clientes. La metodología aplicada, integra un diseño no experimental de estudio, de tipo correlacional causal y enfoque cuantitativo; además de que la encuesta fue seleccionada en este estudio como técnica para aplicar el cuestionario a una muestra de trabajadores de mandos altos y medios quienes toman decisiones en las estrategias de inserción en el mercado. Los resultados de una correlación de Pearson $r= 0,92^{**}$ y una significancia 0,013 permitió concluir que una propuesta de transformación digital influye en la mejora del marketing proyectado a los clientes para una eficiente relación en el largo plazo.

Flores (2019), en su investigación académica de maestría enfocada en la inclusión financiera como medio influyente para la sostenibilidad en los negocios de la ciudad de Ambato, se planteó como propósito principal analizar la escala en que la inclusión financiera incide en el desarrollo sostenible de los comercios del cantón ambateño, para aquellos emprendedores que desean un cambio positivo en la operación de sus negocios. La metodología se basó en el diseño de estudio no experimental con enfoque cuantitativo y tipo correlacional causal, en donde aplicó como cuestionario un cuestionario por medio de la técnica de la encuesta a un grupo de 285 emprendedores. Los hallazgos estadísticos demostraron que con una correlación de Pearson $r= 0,948$ y un nivel de significancia $p= 0,01$, existe un impacto significativo de la inclusión financiera para obtener desarrollo sostenible en emprendimientos ecuatorianos, concluyendo que esta variable de inclusión bancaria, genera sostenibilidad alentadora para los negocios del cantón de Ambato.

Idrovo (2019), en su investigación de maestría respecto al Impacto de la estructura de capital social en la inclusión financiera de sociedades productivas rurales de la parroquia Sayausí, en donde plantearon como objetivo delimitar una metodología para estimar el impacto que posee la información de capital social acerca de la inclusión de la banca en los pobladores del sector, se utilizó una ficha de observación como medio de recopilación de datos a una muestra de 24 personas entre ellas jefas de hogar. Los resultados demostraron que la inclusión financiera es influenciada por la educación

financiera de manera considerada, ya que la correlación de Pearson $r= 0,592^{**}$ lo demuestra, además del nivel de significancia $p= 0,01$ que comprueba la hipótesis, a partir de la cual se determinó como conclusión que la educación del uso de espacios digitales financieros influye significativamente en la inclusión financiera gracias a la mediación de un nuevo modelo de servicio bancarios.

Referente a la teoría que respalda a la primera variable, se contó con la de difusión de innovaciones, propuesta por Everett Rogers, destaca que la adopción de innovaciones tecnológicas se produce en distintas etapas por parte de los individuos y las organizaciones, en suma, permite entender cómo las tecnologías digitales se adoptan y se expanden en una organización o en la sociedad (Jung, 2021). Además, radica en que proporciona una base conceptual para entender cómo se propagan las innovaciones y qué factores influyen en su éxito o fracaso, mediante la identificación de las etapas que atraviesan las organizaciones en su camino hacia la transformación, los obstáculos que pueden surgir y las estrategias que facilitan la adopción y el uso efectivo de las tecnologías digitales. (Acuña, 2021). Por tanto, ofrece herramientas que ayuda a identificar los diferentes roles de los actores involucrados, las etapas del proceso de adopción y los mecanismos que promueven o dificultan la aceptación de una innovación (Urbizagástegui, 2019).

Por otro lado, para la variable inclusión financiera se consideró la teoría del costo de oportunidades de Friedrich Von Wieser plantea que cuando se toma una decisión, el costo real no solo implica el gasto económico directo, sino también la renuncia a la mejor alternativa disponible (Urrego y Gonzalez, 2020). Asimismo, los costos de oportunidad pueden tener relevancia en las decisiones financieras de los individuos ya que enfrentan limitaciones económicas pueden verse obligados a tomar decisiones difíciles sobre cómo asignar sus recursos limitados (Borgucci, 2023). En este sentido, la teoría del costo de oportunidad ayuda a evaluar los beneficios y los costos perdidos de diferentes opciones financieras, ya que busca brindar acceso y oportunidades financieras a aquellos que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero (Germani, 2020).

Asimismo, la variable independiente del presente trabajo de investigación es la transformación Digital, el cual se define como el acoplamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TICs) a los diversos ambientes, además, este término se adopta en los últimos años gracias a los avances en la tecnología que vienen ocurriendo cada vez a mayor velocidad (Arguedas et al., 2019). Además, es la capacidad de enfocarse en el potencial que tiene la tecnología para transformar los procesos existentes o crear algunos que resulten de mayor eficiencia (Cueva, 2020).

Por otro lado, se refiere a la integración de tecnologías digitales en todos los aspectos de una organización para mejorar sus operaciones, procesos y servicios mediante la gestión de datos y análisis que permite tomar decisiones más informadas y permite personalizar los servicios en grandes sectores (Delgado, 2021). Además, es considerado el proceso mediante el cual las instituciones se adaptan al mundo digital y las ventajas que ofrece para suplir las necesidades de sus clientes (Rogers, 2016, citado por Enciso, 2022)

Por ello, en el sector bancario la transformación digital involucra cambios en que los bancos interactúan con sus clientes, ya que brindan servicios financieros y administran sus operaciones internas, siendo parte de los componentes claves: los clientes, la competencia, datos mejor administrados e innovación en el servicio, debido a que el contexto de los bancos, implica la adopción de tecnologías digitales en áreas como la banca en línea, los pagos electrónicos, la gestión de datos, la seguridad cibernética y la experiencia del cliente (Cuesta et al., 2019).

La dimensión Clientes se define como personas o entidades que utilizan los productos o servicios de una empresa, siendo los que adquieren o consumen los productos o servicios ofrecidos por una organización (Pierrend, 2020). Asimismo, las organizaciones buscan mejorar la experiencia del cliente, ya que es un elemento esencial para el éxito de cualquier organización, ya que son quienes generan ingresos a través de sus compras y consumos (Murillo et al., 2021). Por lo tanto, los clientes son una parte fundamental dentro de la transformación digital es estrecha para mejorar

la relación entre las empresas y sus clientes, brindando una experiencia más personalizada, ágil y conveniente, ya que permite a las organizaciones adaptarse a las demandas cambiantes de los clientes y ofrecer servicios y productos que se ajusten a sus necesidades y preferencias (Sharan, 2019).

Además, la dimensión competencia corresponde a aquellas habilidades, conocimientos, aptitudes y actitudes que una entidad posee y utiliza para llevar a cabo eficientemente sus tareas y alcanzar sus objetivos para posicionarlo dentro del entorno laboral o empresarial (Lesmes et al., 2020). Asimismo, implica la capacidad de aplicar de manera efectiva los conocimientos teóricos y prácticos en situaciones reales, tomando decisiones acertadas, resolviendo problemas, trabajando en equipo, comunicándose de manera efectiva y adaptándose a los cambios y demandas del sector (Lacuesta et al., 2020). Por lo tanto, la competencia se refiere a las habilidades y capacidades necesarias para adaptarse y aprovechar eficazmente las tecnologías digitales en el entorno laboral o empresarial. Implica la capacidad de utilizar las herramientas digitales, comprender los cambios en los procesos y modelos de negocio, y aplicar el conocimiento digital de manera efectiva para alcanzar los objetivos organizacionales (Casanueva, 2019).

La dimensión datos es considerada a la información que se recopila, almacena y utiliza en el ámbito financiero y operativo de la institución que pueden incluir información sobre los clientes, transacciones financieras, registros contables, políticas y procedimientos, entre otros (Treviño y Rivera, 2020).

Además, son fundamentales para la toma de decisiones estratégicas, la gestión de riesgos, el cumplimiento de regulaciones y la mejora de la eficiencia operativa, que deben ser precisos, confiables, seguros y estar disponibles cuando se necesiten (Perez, 2020). Estos datos se almacenan en sistemas digitales y se utilizan para analizar patrones, tendencias y comportamientos, lo que permite a los bancos comprender mejor a sus clientes, personalizar sus ofertas, mejorar los productos y servicios, y optimizar los procesos internos (Troya et al., 2019).

Por último, la dimensión innovación se define como un enfoque creativo y orientado al cambio, donde se busca identificar nuevas oportunidades, desarrollar soluciones originales y aplicarlas de manera efectiva en el entorno empresarial (Oliveira et al., 2019). Además, es crucial para el éxito y la supervivencia de las organizaciones, ya que les permite adaptarse a los cambios del entorno, anticiparse a las necesidades del mercado, diferenciarse de la competencia y generar ventajas competitivas sostenibles (Vargas, 2021). Por ello, implica utilizar las tecnologías digitales, como el internet, el análisis de datos, la inteligencia artificial, la computación en la nube, entre otras, para impulsar la creación y mejora de productos, servicios, procesos y modelos de negocio, lo que automatiza las tareas para optimización de procesos y personalización de productos o servicios, ayuda a cambiar positivamente la experiencia de servicio, genera nuevos canales de comunicación y distribución, entre otros aspectos (Alonso y Marques).

En palabras de Enciso (2022), para la variable transformación digital puede ser medida a través de los indicadores experiencia, lealtad (NPS), satisfacción y percepción para la dimensión clientes. Los indicadores actitud de servicio, comunicación y proactividad para la dimensión competencia. Los indicadores validez, integridad y precisión para la dimensión datos, mientras que, los indicadores tecnología, planteamiento y aprendizaje como parte de la dimensión innovación.

Por tanto, el indicador Experiencia refiere al modo en que los clientes interactúan y se relacionan con las tecnologías digitales y los servicios digitales ofrecidos por una empresa u organización durante el proceso de transformación digital, así como, en crear interacciones digitales satisfactorias, intuitivas y personalizadas (Chauhan y Gupta, 2022). Asimismo, el indicador la lealtad es la disposición y compromiso de los clientes o usuarios hacia una marca, empresa o servicio digital en el contexto de la adopción y utilización de tecnologías digitales, que concierne la preferencia y compromiso de los clientes hacia una marca o servicio digital específico, basado en experiencias positivas, personalización y gestión efectiva de la relación con el cliente (Menezes et al., 2020). Por otra parte, el indicador Percepción se define como comprenden los clientes los diversos cambios e innovaciones relacionadas con la

adopción de tecnologías digitales en una organización o en su experiencia digital, ya que, busca comunicar de manera efectiva los beneficios y el valor de las nuevas tecnologías y servicios digitales (Pavithra y Geetha, 2021).

Asimismo, el indicador Actitud de servicio es la disposición y enfoque de las personas y organizaciones hacia brindar un excelente servicio al cliente a través de los canales y plataformas digitales, que implica ser proactivo, receptivo y empático en la interacción con los clientes digitales, buscando brindar soluciones rápidas y personalizadas (Kitsios et al., 2021). El indicador Comunicación se refiere al intercambio de información, ideas y mensajes entre las personas y las organizaciones a través de los medios digitales y las tecnologías de la información; además, de la transmisión de información y mensajes dentro de una organización (Simran et al., 2021). Mientras que el indicador Proactividad corresponde a aquella acción de anticiparse, tomar la iniciativa y actuar de manera anticipada y preventiva en el contexto de la adopción y utilización de tecnologías digitales, en suma, identificar posibles problemas y desafíos (Pavithra y Geetha, 2021).

Además, el indicador Validez se define a la exactitud de los datos y la información utilizados en los sistemas digitales, ya que, deben ser correctos, confiables y relevantes para los propósitos y objetivos específicos de la organización, los cuales, deben ser actualizados y consistentes en todos los procesos digitales (Li, 2020). Por otra parte, el indicador Integridad es la completitud coherente de los datos, cabe destacar que, la integridad no altera o modifica de los datos de manera no autorizada o accidental, ya que busca garantizar que los datos se mantengan seguros y protegidos contra amenazas internas y externas, como la manipulación, la corrupción o el acceso no autorizados (Kitsios et al., 2021). Asimismo, el indicador Precisión se define a la exactitud de la información utilizada en los sistemas, ya que están libres de errores discrepancias o inconsistencia, mediante controles y validaciones de algoritmos (Chauhan y Gupta, 2022).

Finalmente, el indicador Tecnología se refiere al conjunto de herramientas, sistemas y soluciones digitales que se utilizan para mejorar los procesos, la

comunicación y la salida de productos o servicios, que comprende desde infraestructuras de TI hasta aplicaciones y plataformas digitales específicas (Pavithra y Geetha, 2021). Asimismo, el indicador Planteamiento es la estrategia y enfoque adoptados por una organización para implementar cambios digitales e incluye aspectos como la identificación de áreas de mejora, la selección de tecnologías adecuadas, la asignación de recursos y la gestión del cambio organizacional (Diener y Spacek, 2021). Mientras que, el indicador Aprendizaje se considera a la capacidad de una organización para adquirir nuevos conocimientos, habilidades y competencias relacionados con el entorno digital, donde los empleados estén dispuestos a adquirir nuevas habilidades tecnológicas y a adaptarse a los cambios (Simran et al., 2021).

La variable inclusión financiera tiene por objetivo mejorar el desempeño financiero en la sociedad, para esto los servicios financieros deben ser de libre acceso y uso por parte de los consumidores; asimismo, la inclusión financiera digital debe ser considerada en las etapas de recuperación, ya que tiene un rol importante en la reducción del impacto económico y social post pandemia, pues su impacto es más fuerte en las empresas pequeñas y medianas (Cardona, 2021).

En ese sentido, Anaya et al. (2020) sostienen que la inclusión financiera es el nivel de acceso, uso y calidad de vinculada a los servicios financieros para las personas y empresas, esta métrica sirve para medir el grado de inclusión financiera en cada país o región; pues ha tomado mucha relevancia como parte de las políticas de desarrollo y que forma parte principal de las agendas de gobierno. Por otra parte, es la capacidad de poder tener acceso al uso de efectivo y la gama de servicios ofrecidos por una entidad financiera (Gómez et al., 2021).

Por su parte Orazi et al. (2020) considera que la importancia de la inclusión financiera radica en ser la posibilidad del disfrute efectivo en tener una calidad de vida digna a todo ser humano, en ese sentido el enfoque que se le da, es desde un punto de visto humanitario, pues se mencionan que la inclusión financiera está relacionada con la pobreza económica de manera inversa.

Por tanto, la dimensión acceso se refiere a la capacidad de las instituciones financieras y los proveedores de servicios financieros para llegar y atender a una amplia gama de individuos y comunidades, incluidos aquellos que tradicionalmente han estado excluidos del sistema financiero; por tanto, implica eliminar barreras y obstáculos que impiden que las personas accedan a servicios financieros básicos, como cuentas bancarias, crédito, seguros y pagos digitales (Vargas, 2021). Asimismo, se conceptualiza como la acción que permite ampliar la disponibilidad y accesibilidad de los servicios financieros mediante canales de distribución adecuados, como sucursales bancarias, cajeros automáticos, agentes bancarios y plataformas digitales (Demirguc-Kunt et al, 2008 citado por Anaya et al, 2020). Por otro lado, considera adaptando los productos y servicios financieros para el alcance de diversos tipos de clientes, como ofrecer opciones de bajo costo, términos y condiciones flexibles, y educación financiera adecuada, ya que, deben ser accesibles y estar disponibles para todos, sin barreras discriminatorias (Cardona, 2020).

La dimensión uso se define al modo en que las instituciones financieras y los proveedores de servicios financieros manejan de manera efectiva los recursos y las herramientas disponibles para promover la inclusión financiera y garantizar que los servicios financieros lleguen a todas las personas, especialmente a aquellas que tradicionalmente han estado excluidas del sistema financiero (Valle, 2020). Además, el uso debe ser frecuente, de acuerdo a la necesidad y oportunidades; lo cual, puede orientar a estrategias y políticas que fomenten el acceso y la utilización de servicios financieros por parte de diferentes segmentos de la población (Padilla et al., 2020). Asimismo, el correcto uso de recursos a través de tecnologías y políticas que promuevan de forma efectiva los servicios financieros por parte de todos los individuos, contribuyendo así a la mejora de su bienestar financiero y a la reducción de la exclusión financiera (Quispe et al., 2020).

La dimensión calidad se refiere a garantizar que la efectividad de los servicios financieros ofrecidos a todas las personas, sin importar su nivel de ingresos o su ubicación geográfica; además, buscar que cumplan con altos estándares de excelencia y satisfagan las necesidades de los clientes de manera adecuada

(Hernandez y Bernal, 2020). Asimismo, considera establecer una red amplia de puntos de servicio, como sucursales, cajeros automáticos y agentes bancarios, para garantizar que las personas puedan acceder a ellos de manera conveniente, ya que, deben presentarse de manera clara y comprensible para los clientes (Rijalba, 2021). Por lo tanto, incluye la confianza y la satisfacción de los clientes mediante los mecanismos que incluye regulaciones y políticas que promuevan la transparencia, la privacidad y la seguridad de los datos financieros de los clientes, así como mecanismos de resolución de conflictos justos y efectivos (Romero, Niebles, & Niebles, 2020).

Asimismo, para la variable inclusión financiera Magno (2022) señaló que puede ser medida a través de los indicadores acceso legal, acceso físico y acceso financiero para la variable acceso. Los indicadores frecuencia, necesidad y operatividad para la dimensión uso, mientras que los indicadores atributos y oportunidades estarán integrados en la dimensión calidad.

Por otro lado, el indicador Acceso legal se considera a la inclusión de los servicios financieros de manera legal manteniendo el cumplimiento de las regulaciones y normativas establecidas, por ello, abre la posibilidad de abrir cuentas bancarias, obtener tarjetas de débito o crédito, acceder a préstamos y servicios financieros de manera legal y sin restricciones discriminatorias (Pazarbasioglu, 2020). Asimismo, el indicador Acceso físico se refiere a la disponibilidad y la accesibilidad física de los servicios financieros que consiste en el acceso de las personas a sucursales bancarias, cajeros automáticos, puntos de servicio y otros canales físicos donde puedan realizar transacciones y acceder a servicios financieros (Aziz y Naima, 2021). Por otra parte, el indicador Acceso financiero se refiere a la posibilidad de las personas de utilizar una amplia gama de servicios financieros de manera efectiva y asequible que incluye servicios como cuentas bancarias, pagos electrónicos, ahorro, crédito, seguros y otros productos financieros (Mogaji et al., 2020).

Asimismo, el indicador Frecuencia se refiere a la regularidad que concierne la disponibilidad de los servicios financieros; los cuales, deben estar disponibles de

manera constante con intervalos de tiempo que sean adecuados y convenientes para acceder a sus recursos financieros (Cardona, 2020).. También, el indicador Necesidad es la demanda de servicios financieros que sean adecuados y pertinentes para las diferentes situaciones en contextos financieros de las personas, el cual, busca mejorar el bienestar económico de las personas (Hong et al., 2021). Por otro lado, el indicador Operatividad es el funcionamiento efectivo y eficiente de los servicios financieros que sean accesibles, confiables como fáciles de usar para las personas, siendo respaldados por infraestructuras tecnológicas, seguras y rápidas (Emara y El, 2021).

Finalmente, el indicador atributo, corresponde al conjunto de características relevantes como la accesibilidad, la asequibilidad, la simplicidad, la seguridad, la transparencia y la adaptabilidad de los servicios financieros, los cuales, son aquellos que tienen la capacidad para satisfacer las necesidades financieras de las personas y para ser utilizados de manera efectiva (Hong et al., 2021). Mientras que, el indicador Oportunidades, se refiere a las posibilidades y ventajas que posibilita el acceso a crédito y préstamos para el emprendimiento o la inversión, la capacidad de ahorro y acumulación de activos, la protección contra riesgos financieros y la participación en el sistema financiero formal (Aziz y Naima, 2021).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

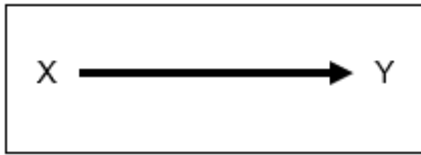
En cuanto al enfoque, la investigación fue desarrollada bajo un enfoque cuantitativo, esto debido a que se procedió a la cuantificación de la incidencia de la transformación digital en la inclusión financiera. En este orden de ideas, destacan las palabras de Hernández y Mendoza (2018) quienes señalan que este enfoque se desarrolla a través de procesos ordenados que tiene como objetivo comprobar hipótesis planteadas y medir las variables objeto de estudio.

La presente investigación se ubicó dentro del tipo básica, debido a que tuvo como fin la construcción de conocimiento que resulte relevante a la incidencia de la transformación digital en la inclusión financiera. De esta forma, en palabras de Valderrama y Jaimes (2019) las investigaciones de tipo básicas, son aquellas caracterizadas por no poseer una aplicación dentro de una problemática social que derive en su resolución, ya que su función radica en poder generar o reestructurar el conocimiento a nivel teórico.

La investigación fue regida por un diseño no experimental, de corte transversal, con un nivel correlacional causal; para Hernández y Mendoza (2018) es propio de este diseño el que el investigador no realice manipulación alguna de modo intencional de las variables objetos de estudio, limitándose a ser un observador del fenómeno mientras este se desarrolla con naturalidad. En cuanto a la recolección de los datos, este proceso fue realizado en un solo momento de la investigación; asimismo, hace referencia que estos estudios miden la incidencia de una variable en otra, realizando su posterior proceso de comprobación a través de la prueba de las hipótesis. Debido a que, se pretende describir las variables transformación digital e inclusión financiera y como la primera incide en la segunda, será empleado el siguiente diseño de investigación y su simbología:

Figura 1

Esquema de investigación



Nota: se muestra el esquema de una investigación correlacional causal

Dónde:

X = Variable: transformación digital.

Y = Variable: inclusión financiera.

3.2 Variables y operacionalización

Variable independiente: Transformación digital

- **Definición conceptual:** es considerado el proceso mediante el cual las instituciones se adaptan al mundo digital y las ventajas que ofrece para suplir las necesidades de sus clientes (Rogers, 2016, citado por Enciso, 2022).
- **Definición operacional:** Medida a través de un cuestionario de 20 ítems con opciones de respuesta basadas en una escala de Likert de cinco opciones partiendo del muy desacuerdo al muy de acuerdo evaluando las dimensiones clientes, competencia, datos e innovación.
- **Indicadores:** a continuación, se presentan las dimensiones y los indicadores a trabajar para la presente variable, los cuales serán para la dimensión clientes la experiencia, la lealtad (NPS), la satisfacción y la percepción. Del mismo modo, para dimensión competencia se seleccionó los indicadores actitud de servicio, la comunicación y la proactividad. Para la dimensión datos la validez, la integridad y la precisión. Mientras que, para la dimensión innovación se consideró la tecnología, el planteamiento y el aprendizaje.
- **Escala de medición:** nominal

Variable dependiente: Inclusión financiera

- **Definición conceptual:** es el nivel de acceso, uso y calidad de vinculada a los servicios financieros para las personas y empresas (Demirguc-Kunt et al, 2008 citado por Anaya et al, 2020)
- **Definición operacional:** medido a través de un cuestionario de 28 ítems con opciones de respuesta basadas en una escala de Likert de cinco opciones partiendo del nunca al siempre evaluando las dimensiones acceso, uso y calidad.
- **Indicadores:** a continuación, se presentan las dimensiones y los indicadores a trabajar para la presente variable, los cuales serán para la dimensión acceso el acceso legal, el acceso físico y el acceso financiero. Para la dimensión uso la frecuencia, la necesidad y la operatividad. Mientras que, para la dimensión calidad se consideró los atributos y las oportunidades.
- **Escala de medición:** nominal

3.3 Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

En cuanto a la población, en palabras de Hernández y Mendoza (2018), se considera como aquel conjunto de elementos o personas que presentan características en común las cuales son objeto de estudio. En ese sentido, el presente estudio se realizó contando con una población compuesta por 509 adultos jóvenes, los cuales cumplieron con los siguientes criterios:

- **Criterios de inclusión:**
 - Se incluyó clientes de la institución financiera clasificados como adultos jóvenes (19 a 30 años).
 - Se incluyo clientes de ambos sexos.
- **Criterios de exclusión:**
 - Se excluyó aquellos clientes que no deseen participar en el estudio.

En palabras de Hernández y Mendoza (2018) es una porción con características comunes que representan a la población y cuyos resultados pueden ser generalizados. Para el presente caso la muestra estuvo conformada por 219 adultos jóvenes clientes de una institución financiera del cantón Durán.

Es considerada como aquella técnica o método desarrollado a fin de calcular el total de elementos que representaran a la muestra, siendo aplicado en el presente caso el probabilístico, el cual refiere a que toda unidad muestral tiene la misma probabilidad de ser parte de la muestra (Hernández y Mendoza, 2018). Para el presente caso el muestreo empleado fue probabilístico. Para fines de cálculo, en función de determinar cuántos elementos conformaran la muestra, fue empleada la siguiente formula:

$$n = \frac{N \times \sigma^2 \times Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Dónde:

n = proporción de la muestra X.

N = tamaño de la población (N= 509).

σ = porcentaje complementario (50%) 0.5

Z = nivel de confianza elegido (95%) 1.96

e = error máximo permitido (5%) 0.05

Entonces tendremos que para una población de 509 adultos jóvenes clientes de una institución financiera del cantón Durán, con un nivel de confianza del 95% y error máximo permitido de 5% se consideró una muestra de 219 adultos jóvenes.

Alineado a los parámetros muestrales, la unidad de análisis estará conformada por cada adulto joven cliente de una institución financiera del cantón Durán hacia quienes serán dirigidos los instrumentos de recolección de datos.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica empleada en la presente investigación al momento de realizar la recolección de los datos para ambas variables fue la encuesta, la cual es definida por Valderrama y Jaimes (2019) como la técnica que consiste en la aplicación de cuestionarios para recolectar la información.

En cuanto a los instrumentos, estos son definidos por Córdova (2019) como la herramienta que utilizada para la recopilación de los datos a fin de medir las variables de una investigación. Por tanto, se utilizó como instrumento para la variable transformación digital un cuestionario adaptado de Enciso (2022), conformado por 15 ítems que dieron respuestas a los indicadores de la variable.

Ficha técnica de instrumento 1:

Nombre: Cuestionario sobre transformación digital

Autor: Enciso (2022)

Dimensiones: clientes, competencia, datos e innovación.

Escala de respuesta: Likert con alternativas: 1. Muy en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Indiferente, 4. De acuerdo y 5. Muy de acuerdo

Mientras que, para la variable inclusión financiera se aplicó un cuestionario adaptado de Magno (2022), conformado por 28 ítems que dieron respuestas a los indicadores de la variable.

Ficha técnica de instrumento 2:

Nombre: Cuestionario sobre inclusión financiera

Autor: Magno (2022)

Dimensiones: Acceso. Uso y calidad.

Escala de respuesta: Likert con alternativas: 1. Muy en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Indiferente, 4. De acuerdo y 5. Muy de acuerdo.

En cuanto al proceso para medir la validez de los instrumentos, la misma se realizó empleando para ello la validación por juicio de experto, en la cual participo un total de tres (03) validadores con el grado académico de maestría obteniendo el siguiente resultado para ambos instrumentos.

Tabla 1

Proceso de validación de los instrumentos

| Experto | Grado académico | Juicio |
|-----------------------------|------------------------|---------------|
| Raúl Ernesto Arias Moncada | Maestría | Aplicable |
| Martha María Gavidia Ortiz | Maestría | Aplicable |
| María Cristina Burgos Silva | Maestría | Aplicable |

En cuanto a la confiabilidad, para su medición se requirió de una prueba piloto dirigida a 15 clientes de una institución financiera, a fin de poder calcular el coeficiente de confiabilidad empleando para ello la prueba Alfa de Cronbach, esto debido a la naturaleza politómica observada en la escala de Likert utilizada como respuesta. En cuanto a los resultados de la prueba de confiabilidad, se observa para la variable transformación digital un resultado de 0,900, mientras que, para la variable inclusión financiera fue de 0,932. Por tanto, estos instrumentos gozan con una confiabilidad muy alta al estar obtener un valor mayor a 0,70 (Hernández y Mendoza, 2018).

Tabla 2

Proceso de medición de la confiabilidad

| Variable | Coeficiente | N de elementos |
|------------------------|--------------------|-----------------------|
| Transformación digital | 0,900 | 15 |
| Inclusión financiera | 0,932 | 28 |

3.5 Procedimientos

En cuanto a los procedimientos empleados en el desarrollo de la presente investigación, se presentó el debido consentimiento informado a los clientes de una

institución financiera del cantón Durán a fin de que expresen su deseo de formar parte del estudio para la recolección de información. Posteriormente, se procedió a administrar las encuestas a los participantes voluntarios realizando las explicaciones del caso y solventando las posibles dudas que surgieron, expresando en todo momento que su participación sería anónima.

En total, por cada participante le fue entregado un total de dos (02) cuestionarios, en donde uno se encargó de medir la variable transformación digital, mientras que, el otro fue sobre la variable inclusión financiera. En cuanto a su resolución, para ello se destinó un tiempo un tiempo máximo de 20 minutos aproximadamente.

3.6 Métodos o análisis de la información

Para el proceso de analizar los datos obtenidos a través del empleo de la técnica y los instrumentos, se realizó empleando para ello el programa Microsoft Office Excel y el software estadístico SPSS en su versión 25 para la creación de la base de datos y la presentación de resultados tanto descriptivos como inferenciales. Asimismo, para el análisis descriptivo, fue usado tanto tablas como gráficos; mientras que, en lo que respecta al análisis inferencial de los datos, en este se realizó la prueba de normalidad para verificar la distribución de los datos, en cuanto a la prueba estadística que nos ayudó en el proceso de comprobación de las hipótesis planteadas, fue empleado el estadístico Rho de Spearman.

3.7 Aspectos éticos

En lo que respecta a las apreciaciones éticas empleadas durante el desarrollo de la presente investigación, fue garantizado en todo momento la veracidad de los resultados obtenidos y la transparencia durante su obtención manteniendo en todo momento el respeto de los derechos de cada uno de los participantes con protección de sus datos personales, en este sentido los cuestionarios fueron empleados de forma anónima y la información fue empleada solo para fines académicos.

En cuanto a la estructura, a fin de garantizar la comprensión de la información suministrada en la presente investigación se empleó la normativa APA en su séptima

versión, respetando a su vez las normativas planteadas por la Universidad César Vallejos. En cuanto a los parámetros de originalidad, la misma fue medida a través del turnitin garantizando un porcentaje de similitud aceptable según los parámetros dictados por la casa de estudio. Además, se garantizó que durante el desarrollo de la presente investigación se contó con el principio de beneficencia y no maleficencia, así como, el principio de autonomía y el de justicia respetando y evitando cualquier posible perjuicio a los participantes y demás personas involucradas durante el desarrollo del estudio.

IV. RESULTADOS

A continuación, se muestran los hallazgos encontrados en la presente investigación correspondientes al análisis descriptivo partiendo del objetivo general:

Objetivo general: determinar la influencia de la transformación digital en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

Tabla 3

Transformación digital asociados a la inclusión financiera

| Tabla cruzada Transformación digital*Inclusión financiera | | | | | | |
|--|-------------|-------------|----------------------|---------|-------|--------|
| | | | Inclusión financiera | | | Total |
| | | | Bajo | Regular | Alto | |
| Transformación digital | Bajo | Recuento | 1 | 2 | 1 | 4 |
| | | % del total | 0,5% | 0,9% | 0,5% | 1,8% |
| | Regular | Recuento | 1 | 27 | 1 | 29 |
| | | % del total | 0,5% | 12,3% | 0,5% | 13,2% |
| | Alto | Recuento | 0 | 96 | 90 | 186 |
| | | % del total | 0,0% | 43,8% | 41,1% | 84,9% |
| Total | Recuento | | 2 | 125 | 92 | 219 |
| | % del total | | 1,0% | 57,0% | 42,1% | 100,0% |

Interpretación

En la tabla 3, se observan los resultados obtenidos de los 219 clientes de una institución financiera del Cantón Durán en el 2023. En ellos se evidencia como 96 clientes, representando el 43,8% del total de la muestra, presentan un nivel de transformación digital alto y una inclusión financiera regular, lo que indica que está ocurriendo un proceso de adaptación a las nuevas tecnologías de forma armónica que está contribuyendo en gran medida a las deficiencias en cuanto a la inclusión financiera.

Prueba de normalidad

Criterios

$P > 0,05$ = Distribución normal de los datos

$P < 0,05$ = Distribución diferente a la normal de los datos

Tabla 4

Prueba de normalidad

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
|------------------------|---------------------------------|-----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| Transformación digital | ,505 | 219 | ,000 |
| Clientes | ,521 | 219 | ,000 |
| Competencia | ,508 | 219 | ,000 |
| Datos | ,483 | 219 | ,000 |
| Innovación | ,532 | 219 | ,000 |
| Inclusión financiera | ,369 | 219 | ,000 |
| Acceso | ,400 | 219 | ,000 |
| Uso | ,491 | 219 | ,000 |
| Calidad | ,447 | 219 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 4, se observan los resultados respecto a la prueba de normalidad realizada a los datos obtenidos por medio de los cuestionarios suministrados a la muestra. Fue seleccionada la prueba Kolmogorov-Smirnov debido a contar con una muestra mayor a 50 elementos. En cuanto a los resultados, se evidenció una significancia de $0,000 < 0,05$ señalando ello la necesidad de emplear el coeficiente de correlación de Rho de Spearman para la comprobación de las hipótesis planteadas debido a un comportamiento diferente al normal en los datos.

Para la interpretación del coeficiente de correlación obtenido a través de la prueba Rho de Spearman se empleó el siguiente criterio:

Tabla 5.*Escala de interpretación para el coeficiente de correlación de Spearman*

| Correlación | Interpretación |
|------------------|-----------------------|
| De -0.91 a -1.00 | negativa perfecta |
| De -0.76 a -0.90 | negativa muy fuerte |
| De -0.51 a -0.75 | negativa considerable |
| De -0.11 a -0.50 | negativa media |
| De -0.01 a 0.10 | negativa débil |
| 0.0 | No existe |
| De 0.01 a 0.10 | positiva débil |
| De 0.11 a 0.50 | positiva media |
| De 0.51 a 0.75 | positiva considerable |
| De 0.76 a 0.90 | Positiva muy fuerte |
| De 0.90 a 1.00 | positiva perfecta |

Nota. La tabla contiene los valores del coeficiente de correlación de Spearman y su interpretación desde una correlación negativa perfecta (-1.0) hasta una correlación positiva perfecta (+1.0). Hernández y Mendoza (2018, p. 346).

Hipótesis general

H_a : La transformación digital influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

H_0 : La transformación digital no influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

Tabla 6*Análisis inferencial de la hipótesis general*

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|------------------------|----------------------------|------------------------|----------------------|
| | | | Transformación digital | Inclusión financiera |
| Rho de Spearman | Transformación digital | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,326** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 219 | 219 |
| | Inclusión financiera | Coeficiente de correlación | ,326** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 219 | 219 |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 6, se evidencian los resultados obtenidos de la prueba Rho de Spearman en los cuales se evidencia un $Rho = 0,326$ lo que revela una influencia positiva media entre la variable transformación digital en la variable inclusión financiera. Por ello, se observa que al incrementar la transformación digital se evidencia una mejora en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán. Además, la significancia de 0,000 indica que se acepta la hipótesis alterna. Por ende, la transformación digital influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.

Por ello, se demuestra la existencia de una influencia positiva media de la transformación digital en la inclusión financiera, lo que se traduce en, que la mejora de la transformación digital abre nuevas oportunidades a la inclusión financiera ofreciendo un mayor alcance que se traduce en el bienestar de los clientes que se animen a realizar actividades financieras en la institución.

Hipótesis específica 1

H_a : Los clientes influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

H_0 : Los clientes no influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

Tabla 7

Análisis inferencial de la hipótesis específica 1

| | | | Correlaciones | |
|--------------------|-------------------------|----------------------------|----------------------|-------------------------|
| | | | Clientes | Inclusión financiera |
| Rho de Spearman | Clientes | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,229** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,001 |
| | | N | 219 | 219 |
| | Inclusión financiera | Coeficiente de correlación | ,229** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | | N | 219 | 219 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 7, se muestran los resultados obtenidos de la prueba Rho de Spearman en los cuales se evidencia un $Rho = 0,229$ lo que revela una influencia positiva media entre la dimensión clientes en la variable inclusión financiera. Por ende, se observa que al otorgarle poder al cliente se evidencia una mejora en la inclusión en cuanto al sector financiero de la institución ubicada en el Cantón Durán. Además, la significancia de 0,000 indica que se acepta la hipótesis alterna, de esta forma, los clientes influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

Por ello, se demuestra la existencia de una influencia positiva media de los clientes en la inclusión financiera, dicho de otra forma, establece que los clientes tienen el poder de influir en el proceso de inclusión sumándose con sus actos, al educarse y formar parte del sistema financiero en su paso a la era digital.

Hipótesis específica 2

H_a : La competencia influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

H_0 : La competencia no influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

Tabla 8

Análisis inferencial de la hipótesis específica 2

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|----------------------|-----------------------------|-------------|----------------------|
| | | | Competencia | Inclusión financiera |
| Rho de Spearman | Competencia | Coefficiente de correlación | 1,000 | ,319** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 219 | 219 |
| | Inclusión financiera | Coefficiente de correlación | ,319** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 219 | 219 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 8, se muestran los resultados obtenidos de la prueba Rho de Spearman en los cuales se evidencia un $Rho = 0,319$ lo que revela una influencia positiva media entre la dimensión competencia en la variable inclusión financiera. Por ello, se observa que el trato y servicios ofrecidos por la competencia evidencia una mejora en la inclusión financiera. Además, la significancia de 0,000 indica que se acepta la hipótesis alterna, por ende, la competencia influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

De esta manera, se demuestra la existencia de una influencia positiva media de la competencia en la inclusión financiera, dicho de otra forma, establece que la capacidad de desarrollo y toma de decisiones en institución financiera es considerada un elemento determinante en el proceso de inclusión financiera.

Hipótesis específica 3

H_a : Los datos influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

H_0 : Los datos no influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

Tabla 9

Análisis inferencial de la hipótesis específica 3

| Correlaciones | | | | |
|----------------------|-------------------------|----------------------------|--------|-------------------------|
| | | | Datos | Inclusión financiera |
| Rho de Spearman | Datos | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,378** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 219 | 219 |
| | Inclusión financiera | Coeficiente de correlación | ,378** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 219 | 219 |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 9, se muestran los resultados obtenidos de la prueba Rho de Spearman en los cuales se evidencia un $Rho = 0,378$ lo que revela una influencia positiva media entre la dimensión datos en la variable inclusión financiera. Por ende, se observa que al exponer una mejora al manejo de los datos se evidencia una mejora en la inclusión financiera. Además, la significancia de 0,000 indica que se acepta la hipótesis alterna, por ende, los datos influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.

Por ello, se demuestra la existencia de una influencia positiva media de los datos en la inclusión financiera, dicho de otra forma, establece que el manejo de los datos por parte de la institución financiera incluyendo su uso le permitirá entender mejor a sus clientes y por tanto beneficia el proceso de inclusión financiera, de la forma adecuada trae grandes beneficios a los clientes de la institución financiera del Cantón Durán.

Hipótesis específica 4

H_a : La innovación influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

H_0 : La innovación no influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.

Tabla 10

Análisis inferencial de la hipótesis específica 4

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|----------------------|----------------------------|------------|----------------------|
| | | | Innovación | Inclusión financiera |
| Rho de Spearman | Innovación | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,222** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,001 |
| | | N | 219 | 219 |
| | Inclusión financiera | Coeficiente de correlación | ,222** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | | N | 219 | 219 |

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 9, se muestran los resultados obtenidos de la prueba Rho de Spearman en los cuales se evidencia un $Rho = 0,222$ lo que revela una influencia positiva media entre la dimensión innovación en la variable inclusión financiera. Por ende, se observa que al perfeccionar en cuanto a la innovación se evidencia una mejora en la inclusión financiera. Además, la significancia de 0,000 indica que se acepta la hipótesis alterna, por ende, la innovación influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del Cantón Durán, 2023.

Por ende, se demuestra la existencia de una influencia positiva media de la innovación en la inclusión financiera, dicho de otra forma, establece la institución financiera al mantenerse constantemente en innovación desarrolla a la par mecanismos que optimizan la inclusión financiera, beneficiando de esta forma a los clientes de la institución financiera del Cantón Durán.

V. DISCUSIÓN

Una vez evidenciados los resultados de la ejecución de los instrumentos a la muestra objeto de análisis, se procede a mostrar la discusión de los resultados en la cual se consideraron aunado a los resultados las teorías y los antecedentes seleccionados en función a las variables transformación digital e inclusión financiera. Por tanto, fue establecido como objetivo general determinar la influencia de la transformación digital en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023, y se orienta en función a comprobar la hipótesis general que refiere que la transformación digital influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. En la tabla 3 se observó que el 43,8% del total de la muestra, presentó un nivel de transformación digital alto y una inclusión financiera regular. En la tabla 6, se muestran los datos obtenidos de la prueba de contrastación de hipótesis, en donde se evidencio con una significancia de $0,000 < 0,05$ y un coeficiente de correlación de 0,326 se demostró la existencia de una influencia positiva media.

Lo expresado anteriormente es respaldado por Delgado (2021) quien indicó que es un proceso de integración de tecnologías digitales para la mejora de sus operaciones y están enmarcado por la teoría de difusión de innovaciones, propuesta por Everett Rogers en la que se indica como la adopción de nuevas tecnologías es un proceso que debe ser desarrollado por etapas para su correcto aprovechamiento (Jung, 2021). Como consecuencia, se puede entender la transformación digital como aquel proceso de integración de nuevas tecnologías en diversos ambientes adaptándose a los cambios tecnológicos (Arguedas et al., 2019). Mientras que, la inclusión financiera hace alusión al nivel de acceso presente en los servicios por parte de los usuarios y el cómo es tanto su uso como su calidad, evidenciando la facilidad que se posee para poder beneficiarse de ellos por parte de clientes potenciales (Anaya et al., 2020).

En cuanto a los hallazgos inferenciales, estos concuerdan con lo encontrado por Hidalgo y Villacís (2021) en su estudio donde plantean como el crecimiento de la

banca digital mantiene un efecto positivo de la pandemia en el cual concluyeron que la transformación virtual de actividades manuales del banco influye en la mejora acelerada del servicio con una significancia de 0,001 y un $r = 0,9727$ por lo que evidenciaron que las mejoras tecnológicas y el salto al mundo digital resulta conveniente para observar mejoría en el servicio brindado a los clientes de una entidad financiera traduciéndose esto como en la optimización tanto de recursos como tiempo no solo en usuarios, logrando beneficiar de ello a la institución permitiéndole brindar un mejor servicio al alcance de sus usuarios sin necesidad de recurrir de forma presencial a alguna de sus sedes.

Asimismo, coincide con lo expresado por Al-Smadi (2022) en su estudio que examino como las finanzas digitales se vinculan con la inclusión financiera, donde se concluyó que las finanzas digitales impactan de forma significativa (0,04) y positiva ($Rho = 0,190$) en la inclusión financiera entendiendo de esto que la adopción de nuevas tecnologías y su uso logran generar un mayor alcance entre los usuarios del servicio, pues permite desarrollar sus actividades de forma más ordenada y eficiente, creando una sensación de proximidad y confianza en los usuarios de la institución al poder tener mayor proximidad y control al momento de realizar movimientos bancarios volviéndose esto en un atractivo para nuevos usuarios interesados en formar parte de la institución.

Con respecto al primer objetivo específico sobre la determinación de la influencia de los clientes en la inclusión financiera de una institución financiera del cantón Durán, 2023, se encontró una significancia de 0,001 y un $Rho = 0,229$ lo que conlleva a una influencia positiva media. Asimismo, coinciden con lo expresado por Pierrend (2020) quien afirma que los clientes son personas o entidades que emplean los servicios o productos ofrecido por una organización y enmarcado por la teoría de la difusión de innovaciones en la que se ofrecen herramientas para identificar los diferentes roles de los actores involucrados. Los resultados antes mencionados concuerdan con Mero y Saldaña (2022) donde se realizó un análisis de la inclusión financiera y como esta incide en el crecimiento económico, en el cual concluyeron que la inclusión financiera incide en el modelo de negocio de los comerciantes con una

significancia de 0,000 y $r=0,676$ evidenciando como la inclusión financiera se vincula íntimamente con el modelo de negocios y por tanto con sus clientes al poder brindarle a estos mayores facilidades para su desarrollo a nivel económico impactando de forma positiva en sus vidas destacando las múltiples opciones a las cuales poseen acceso al formar parte de la institución bancaria.

Además, Olvera (2021) en su estudio donde plantea la incidencia de la transformación digital en el marketing relacional, en la cual se pudo conocer que la propuesta de transformación digital influye en la mejora del marketing proyectado a los clientes, sirviéndose estos últimos de las herramientas ofrecidas por las nuevas tecnologías para mejorar el uso de los servicios ofrecidos por la entidad, estrechando de esta manera lazos con los usuarios y afianzando la confianza puesta en la institución mediante un canal de comunicación en donde se garantiza mantener informado al cliente ante cualquier eventualidad o novedad del servicio brindado y otros a los cuales pudiera estar interesado.

De acuerdo con el segundo objetivo referido a la determinación de la influencia de la competencia en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023, se encontró una significancia de 0,000 y un $Rho= 0,319$ exponiendo una influencia positiva media. Resultados que fortalecen la postura de Lesmes et al. (2020) quienes muestran que la competencia es aquel conjunto de habilidades propias de una entidad para llevar a cabo eficientemente sus actividades y poder cumplir con las metas planteadas por la organización. Aunado a lo mostrado en la teoría del costo de oportunidades de Friedrich Von Wieser la cual en palabras de Germani (2020) ayuda a evaluar los beneficios y los costos perdidos de diferentes opciones financieras, pudiendo mostrar un panorama vinculado a la toma de decisiones. Además de, lo entendido en la teoría de difusión de innovaciones en donde permite entender cómo las tecnologías digitales se adoptan en los procesos y se expanden en una organización a fin de poder optimizar los procesos que en ella se realizan (Jung, 2021).

Los resultados previamente mencionados coinciden con lo encontrado en el estudio de Álava (2019) en su estudio donde planteó la relación entre la inclusión de naturaleza financiera con el desarrollo del distrito de Balsapuerto, en donde se concluyó que la inclusión financiera de dicho distrito ha sido influenciada significativamente por la filosofía de desarrollo sostenible con una significancia de 0,000 y un $r=0,951$ lo que señala que las habilidades desarrolladas por la institución mantienen un estrecho margen de vinculación con el alcance y la inclusión de sus clientes a nivel financiero, pudiendo generar una mejor comunicación y por ende un mayor trascendencia al operar de forma efectiva ofreciéndole a sus usuario respuestas asertiva a las demandas que surgen de su situación económica, generando un sentimiento de respaldo que resulta muy atractivo para los clientes y posibles clientes potenciales de la institución.

Aunado a ello, esta lo encontrado por Huaroc (2020) en su estudio donde observó como a través de un modelo mejora la inclusión financiera de los usuarios de una financiera, en el cual se demostró como un modelo financiero influye de forma significativa ($P= 0,000$) y positiva ($r= 0,974$) en la inclusión financiera, demostrando de esta manera que las habilidades adoptadas por la institución tienen un alcance en la inclusión dentro del campo financiero, afectando las elecciones tomadas tanto a la imagen de la institución como el margen de acogida a nuevos usuarios interesados en los servicios ofrecidos, pudiendo adaptarse a las necesidades presentes en un mercado actualizado y variable que logra identificar los requerimientos del cliente potencial.

Se propuso como tercer objetivo específico el determinar la influencia de los datos en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023, donde se encontró con una significancia de 0,000 y un $Rho= 0,378$ una influencia positiva media. Resultados que empalman con lo mencionado por Treviño y Rivera (2020) quienes consideran a los datos como información que recopila, almacena y utiliza en el ámbito financiero que pueden incluir información sobre los clientes entre otros. Además, se puede vincular a lo expresado en la teoría de difusión de innovaciones debido a que los datos ayudan a entender cómo se propagan las

innovaciones y qué factores influyen en su éxito o fracaso, pudiendo asumir elecciones difíciles en función a las necesidades de los usuarios, brindándoles a ellos seguridad y confianza en la institución (Jung, 2021).

Dichos resultados concuerdan con lo encontrado por Idrovo (2019) en donde se plantea el impacto que posee la formación del capital social en el proceso de inclusión financiera, donde se concluyó que la información de capital social incide significativamente en la inclusión financiera con una significancia de 0,01 y un $r=0,592$ demostrando que el uso adecuado de los datos se vincula de forma positiva con la inclusión que posea la institución dentro del campo financiero, de modo que, al representar la institución seguridad y transparencia sin realizar distinciones en sus clientes cumple con un ambiente de confianza que resulta atractivo ante los usuarios nuevos, antiguos y potenciales.

Igualmente, lo encontrado por Álava (2019) en su estudio donde planteo como al desarrollar procesos de cambios a nivel económicos se puede desarrollar el proceso de inclusión financiera, en el cual se concluyó que la inclusión financiera ha sido influenciada significativamente por la filosofía de desarrollo sostenible con una significancia de 0,000 y un $r=0,951$ demostrando como el empleo adecuado de su base de datos es apreciada por los usuarios de la institución generando una sensación de confianza en estos garantizando que los datos aportados a la institución bancaria permanecerán seguros y contribuirán en su desarrollo económico, manteniendo un margen de privacidad en sus operaciones que resulta ventajosos para algunos.

Se propuso como cuarto objetivo específico el determinar la influencia de la innovación en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023, donde se encontró con una significancia de 0,001 y un $Rho=0,222$ una influencia positiva media. Resultados que se respaldan con lo mencionado por Oliveira et al. (2019) quienes señalan que es la búsqueda de nuevas oportunidades para su aplicación de forma efectiva en el ámbito empresarial. Sumado a lo expresado a través de la teoría de difusión de innovaciones en la cual se señala el estudio de como un proceso innovador es acogido dentro de una institución, organización o

sociedad a fin de poder optimizar o traer consigo mejoras en los procesos realizados que traen consigo beneficios en cuanto al tiempo y practicidad de las operaciones, así como conceder un mayor atractivo a la institución (Jung, 2021).

Dichos resultados concuerdan con lo encontrado por Hidalgo y Villacís (2021) donde se observó como el crecimiento de la banca digital se relaciona de forma positiva con el estado generado en consecuencia de la crisis generada por el Covid 19, en el año 2020, en donde concluyeron que la transformación virtual de actividades manuales del banco influye en la mejora acelerada del servicio con una significancia de 0,001 y un $r = 0,9727$, por ende, se entiende que los procesos novedosos se adaptan a las necesidades presente por los usuarios destacando una institución de sus competidores, permitiéndole a los usuarios el poder realizar actividades desde donde se encuentren, sin la necesidad de acudir a alguna sede, lo que permite una banca al alcance de las masas en el cual se valora el tiempo y la simplicidad aunado a la seguridad y efectividad presente en cada una de las transacciones, siempre ofreciendo beneficios, opciones y/o promociones adaptadas a los requerimientos y el beneficio de los clientes de la institución.

De la misma forma, lo encontrado por Al-Smadi (2022) en el cual se expuso el cómo dentro de las finanzas digitales, los servicios financieros se pueden vincular con la inclusión financiera en los países que conforman el Mundo Árabe (MENA), quien concluyó que los servicios financieros influyen en la inclusión financiera que se ofrece a los usuarios con una significancia de 0,04 y un $r = 0,190$ reforzando la idea que aquellos procesos novedosos que cumplen con los requerimientos de los usuarios resultan aceptados en gran medida por el público ampliando el alcance de las operaciones financiera de la institución, debido a que se mantiene innovando y generando nuevas opciones adaptadas al mercado cambiante en el cual se encuentra el usuario, siendo fruto del proceso de observar y escuchar a su público para darle soluciones a sus requerimientos.

VI. CONCLUSIONES

1. La transformación digital genera incidencia a nivel medio de forma positiva en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera, con la obtención de un coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0,326 y un valor $p= 0,000$ inferior a 0,05, lo que permitió rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de investigación. Por lo tanto, se concluye que, a mejor desarrollo de la transformación digital se contará con un mayor nivel de inclusión financiera.
2. Los clientes influyen a nivel positivo medio en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera, demostrado a través de una correlación de Rho Spearman = 0,229 y un valor $p= 0,001$ inferior a 0,05. Como resultado de lo antes indicado, una mejor visión de los clientes traerá consigo un mayor índice de inclusión financiera.
3. La competencia incide a nivel positivo medio en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera, con la obtención de un coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0,319, con un valor $p= 0,000$ inferior a 0,05. Por lo tanto, se concluye que, una mejor preparación en cuanto a las competencias aportará consigo una mejora en cuanto a la inclusión financiera.
4. Los datos influyen a nivel positivo medio en la inclusión financiera de los clientes de una entidad financiera, esto se demostró gracias al coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0,378, con un valor $p= 0,000$ inferior a 0,05. Por consiguiente, podemos decir que, un mejor uso de los datos se traduce en una mejora para la inclusión financiera.
5. Se determinó que la innovación influye a nivel medio en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera, con la obtención de un coeficiente de correlación de Rho Spearman = 0,222, con un valor $p= 0,001$ inferior a 0,05, En suma, un mejor sistema de innovaciones aportará consigo una mejora a la inclusión financiera.

VII. RECOMENDACIONES

A la Alta Gerencia desarrollar un programa que mejore la cultura de uso de canales digitales y capacitar a los usuarios sobre los beneficios que tienen a su disposición como el ahorro de tiempo y dinero en servicios que anteriormente solo se brindaban en canales de atención presencial.

Al área de Mercadeo el monitoreo de las opiniones de los usuarios acerca de los cambios de preferencias en la experiencia de los clientes en el uso de canales de digitales con el fin de responder oportunamente a nuevas necesidades y aumentar el alcance de poder captar nuevos clientes potenciales.

Al área de Seguridad de la Información mantener controles periódicos con el fin de cuidar la integridad, disponibilidad y confiabilidad de la información de clientes de manera que se brinde mayor confianza en los clientes; así mismo se recomienda al área de Métodos la revisión de los mismos para facilitar la toma de decisiones respecto a la optimización de procesos y el cumplimiento de nuevas políticas y regulaciones de los distintos organismos de control.

Al área de Métodos una reevaluación de procesos a fin de poder desechar y replantear aquellos que lo ameriten mejorando las competencias de la institución. A su vez se recomienda supervisar el flujo de actividades con el objetivo de ajustar y automatizar aquellos procesos que lo ameriten.

A los directivos de la institución financiera, abordar las necesidades de forma creativa a fin de generar procesos innovadores en el servicio que se adapten a las necesidades de los usuarios; generar espacios de investigación sobre mejoras en cuanto al servicio que mejore la receptividad de la institución ante el público.

REFERENCIAS

- Acuña, O. (2021). Design and validation of an instrument for measuring socio-cultural and demographic factors that impact the adoption of an innovative financial service. *Tec Empresarial*, 15(2).
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1659-33592021000200068&script=sci_arttext&tlng=en
- AFI. (Julio de 2021). *Superintendencia de Economía Popular y solidaria*.
<https://www.seps.gob.ec/wp-content/uploads/Evaluacio%CC%81n-de-la-Inclusio%CC%81n-Financiera-y-los-Servicios-Financieros-Digitales-en-el-Ecuador.pdf>
- Agenda del socio. (17 de Febrero de 2023). *Cámara de comercio de Quito*.
<https://ccq.ec/la-transformacion-digital-en-la-banca/>
- Álava , N. (2019). *Repositorio de la Universidad César Vallejo*.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46276/%c3%81lava_HNJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Al-Smadi, M. (2022). Examining the relationship between digital finance and financial inclusion: Evidence from MENA countries. *Borsa Istanbul*, 23(2), 464-472.
<https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S2214845022001181?token=3D0A473110DF8B27619EFC0E622CB9C2A1167E5454EBBEB6583C3D304608137B818446054F20A794448BBBD2D8FCE55C&originRegion=us-east-1&originCreation=20230426025806>
- Anaya, A., Buelvas, J. y Romero, Y. (2020). Pobreza e inclusión financiera en el municipio de Montería, Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 128-143.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7384410>

- Asobanca. (2021). *Asociación bancaria del Ecuador*.
<https://asobanca.org.ec/educacion-financiera/hablemos-sobre-la-inclusion-financiera-en-el-ecuador-como-estan-las-cifras/>
- Aziz, A. y Naima, U. (2021). Rethinking digital financial inclusion: Evidence from Bangladesh. *Technology in Society*, 64(2).
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160791X20313129>
- Banco Central del Ecuador. (2021). *Red de instituciones financieras de desarrollo*.
<http://rfd.org.ec/docs/comunicacion/DocumentoENIF/ENIF-BCE-2021.pdf>
- Banco Mundial. (2021). *Banco Mundial*.
<https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview#:~:text=La%20inclusi%C3%B3n%20financiera%20se%20refiere,de%20manera%20responsable%20y%20sostenible.>
- Banco Mundial. (2022). *Fisagroup*. <https://www.fisagr.com/blogs/mujeres-y-la-banca-la-brecha-de-genero-en-la-inclusion-financiera>
- Barba , L. (2021). *Ekos*. <https://ekosnegocios.com/articulo/inclusion-financiera-una-oportunidad-para-expandir-los-negocios-y-promover-la-igualdad>
- Borgucci, E. (2023). Friedrich von Wieser, pionero en el estudio de la sociedad dentro del pensamiento austriaco. *Proximo Numero*(1).
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/lecturasdeeconomia/article/view/351524>
- Cardona, D. (2021). Revisión bibliográfica sobre inclusión financiera como estrategia de recuperación y crecimiento fintech. *Semestre Económico*, 23(55).
 doi:<https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a8>
- Carrillo, K. (12 de Diciembre de 2022). *La Prensa*.
<https://prensa.ec/2022/12/12/tecnologias-para-transformar-el-sector-bancario-de-ecuador-en-2023/>

- Casanueva, G. (2019). Pymes: La necesidad de una nueva cultura empresarial. *Pensamiento Académico de la Universidad UNIACC*, 2(1). <https://www.revistapensamientoacademico.cl/index.php/Repeac2/article/view/40>
- Chauhan, S. y Gupta, A. (2022). Customer experience in digital banking: a review and future research directions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(2), 311-348.
- Córdova, I. (2019). *Instrumentos de investigación*. Lima: San Marcos.
- Cueva, D. (2020). Transformación digital en la universidad actual. *Conrado*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000600483
- Delgado, T. (2021). Taxonomía de Transformación Digital. *Revista Cubana De Transformación Digital*, 1(1), 4-23. <https://rctd.uic.cu/rctd/article/view/62>
- Diener, F. y Spacek, M. (2021). Digital Transformation in Banking: A Managerial Perspective on Barriers to Change. *MDPI*, 13(4). <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/4/2032>
- Diep, J. (19 de Julio de 2022). *Volante*. <https://www.volantetech.com/como-los-bancos-de-america-latina-estan-superando-a-sus-pares-globales/>
- El País. (Julio de 2022). *Planeta futuro*. <https://elpais.com/planeta-futuro/red-de-expertos/2022-07-20/una-revolucion-digital-para-la-inclusion-financiera.html>
- Emara, N. y El, A. (2021). Financial inclusion and economic growth: The role of governance in selected MENA countries. *International Review of Economics & Finance*, 75, 34-54. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S105905602100054X>
- Enciso, C. (2022). *Transformación digital y uso de Marco Scrum en el Área de Tecnología de un Banco en Perú, 2021*. [Universidad, César Vallejo, Tesis de

maestría].

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86350/Enciso_SCE-SD.pdf?sequence=1

Estrella, N. (25 de Octubre de 2022). *Perspectiva económica*. <https://perspectiva.ide.edu.ec/investiga/2022/10/25/la-banca-privada-fortalece-la-inclusion-financiera-en-ecuador/>

Fernández, M., Fernandini, M., Puig, P. y Méndez, J. (Abril de 2020). *Banco Interamericano de Desarrollo*. <https://publications.iadb.org/es/hacia-la-transformacion-digital-de-la-banca-publica-de-desarrollo-en-america-latina-y-el-caribe>

Flores, M. (2019). *Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato*. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/29928>

Germani, G. (2020). LA ESCUELA AUSTRÍACA DE ECONOMÍA. CLACSO. <https://www.jstor.org/stable/pdf/j.ctv1gn3szp.4.pdf>

Global Findex. (21 de Julio de 2022). *Banco Mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/news/feature/2022/07/21/covid-19-boosted-the-adoption-of-digital-financial-services>

Gómez, T., Ríos, H. y Zambrano, A. (2021). Interacción entre crecimiento económico, estabilidad e inclusión financiera: evidencia empírica internacional. *Contaduría y administración*. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422021000100011&script=sci_arttext

Goswami, S., Bahadur, R., y Chouhan, V. (2022). Impact of financial technology (Fintech) on financial inclusion (FI) in Rural India. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 483-497. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/83356931/UJAF13_12226003-libre.pdf?1649311842=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DImpact_of_Financial_Technology_Fintech

_o.pdf&Expires=1689009359&Signature=OkO6VnqGdx2qMGW62YUb5exkbiB
ZSeixHMBgLh0DAMgwEa

- Hernandez, A. y Bernal, C. (2020). Inclusión financiera: un panorama global. *AlianzaEFI*, 3(2). <https://alianzaefi.com/wp-content/uploads/2023/01/WP3-2020-002.pdf>
- Hernández-Sampieri, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (Primera ed.). McGraw Hill Education.
- Hidalgo, K. y Villacís, J. (2021). *Repositorio de la Escuela Politécnica del Ejército*. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/25957/1/T-ESPEL-CAI-0739.pdf>
- Hong, D., Thien, N. y Thi, L. (2021). Financial inclusion and stability in the Asian region using bank-level data. *Borsa Istanbul Review*, 21(1), 36-43. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2214845020300363>
- Huaroc, J. (2020). *Repositorio de la Universidad Nacional del Centro del Perú*. https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/6708/T010_2018279_M.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Idrovo, E. (2019). *Repositorio de la Universidad de Cuenca*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/32524/1/Trabajo%20de%20titulaci%c3%b3n.pdf>
- Jung, W. (2021). *Diffusion of innovations*. Encyclopedia Chapter. <https://www.elgaronline.com/display/nlm-book/9781800883277/b-9781800883284-85.xml>
- Kitsios, F., Giatsidis, J. Y Kamariotou, M. (2021). Digital Transformation and Strategy in the Banking Sector: Evaluating the Acceptance Rate of E-Services. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(3). <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2199853122009738>

- Li, F. (2020). Leading digital transformation: three emerging approaches for managing the transition. *International Journal of Operations & Production Management*, 40(6), 809-817. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJOPM-04-2020-0202/full/html>
- Magno, E. (2022). *Productos bancarios y la inclusión financiera en una entidad financiera pública, San Juan de Lurigancho, 2022*. [Tesis de maestría]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96146/Magno_FF-EE-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Malpass, D. (12 de Julio de 2022). *Banco Mundial*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/inclusion/overview>
- Mejía, D. y Saavedra, M. (2 de Diciembre de 2022). *Banco de Desarrollo de América Latina*. <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2022/12/inclusion-financiera-en-america-latina-que-tanto-hemos-avanzado/>
- Mejía, D. (16 de Agosto de 2021). *Banco de Desarrollo de América Latina*. <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/08/la-transformacion-digital-de-las-microfinancieras-debe-partir-de-la-comprension-de-las-necesidades-de-sus-clientes/>
- Méndez, G. y Pequeño, P. (16 de Abril de 2021). *Deloitte*. <https://www2.deloitte.com/ec/es/pages/financiamiento/articulos/la-ruta-hacia-una-banca-digital.html>
- Menezes, D., Varotto, L. y Carvalho, S. (2020). Internet and mobile banking: the role of engagement and experience on satisfaction and loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 39(1), 1-23. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJBM-08-2020-0457/full/html>

- Mero, A. y Saldaña , C. (2022). *Repositorio de la Escuela Politécnica del Ejército*.
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/29397/T-ESPE-052324.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mogaji, E., Soetan, T. y Kieu, T. (2020). The implications of artificial intelligence on the digital marketing of financial services to vulnerable customers. *Australasian Marketing Journal*, 29(3).
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1016/j.ausmj.2020.05.003?journalCode=anza>
- Olvera K. (2021). *Incidencia de la Transformación digital en el marketing relacional de los clientes de Créditos Económicos*. [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Tesis de maestría].
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/16846/1/T-UCSG-POS-MAE-356.pdf>
- Orazi, S., Matrinez, L. y Vigier, H. (2020). La inclusión financiera en América Latina y Europa. *Ensayos de economía*, 29(55), 181-204.
[doi:https://doi.org/10.15446/ede.v29n55.79425](https://doi.org/10.15446/ede.v29n55.79425)
- Padilla, R., Santamaria, J. y Villarreal, F. (2020). Estrategias para el uso productivo de remesas familiares e inclusión financiera: estudio de caso de la cadena de tomate y chile verde en El Salvador. *CEPAL*, 1.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44934/S2000288_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Pavithra, C. y Geetha, K. (2021). FACTORS AFFECTING CUSTOMERS' PERCEPTION TOWARDS DIGITAL BANKING SERVICES. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(11).
<https://www.turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/6091/5077>
- Pazarbasioglu, C. (Abril de 2020). Digital Financial Services.
<https://pubdocs.worldbank.org/en/230281588169110691/Digital-Financial-Services.pdf>

- Perez, O. (2020). Innovación y transferencia de tecnología en México. Un análisis empírico de datos panel. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 10(19).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2007-74672019000200010&script=sci_arttext
- Pierrend, S. (2020). La Fidelización del Cliente y Retención del Cliente: Tendencia que se Exige Hoy en Día. *Gestión En El Tercer Milenio*, 23(45), 5-13.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/18935>
- Quispe, A., Vasquez, E., & Menacho, A. A. (2020). Gestión administrativa y planeamiento estratégico en la gestión de recursos financieros UGEL-04-2020. *CIID Journal*, 1(1), 271–282.
<http://ciidjournal.com/index.php/abstract/article/view/23>
- Ratnawati, K. (2020). The Influence of Financial Inclusion on MSMEs' Performance Through Financial Intermediation and Access to Capital. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*.
<https://www.semanticscholar.org/paper/The-Influence-of-Financial-Inclusion-on-MSMEs%E2%80%99-and-Ratnawati/a1cb31fd6b5f30789924d6123841063daeb7ba5d?p2df>
- Rijalba, P. (2021). Información asimétrica e inclusión financiera en Piura. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 5(3).
<https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/563>
- Romero, Y., Niebles, W. y Niebles, L. (2020). La inclusión financiera analizada desde una técnica de reducción de dimensiones. *Desarrollo gerencial*, 12(1), 1-17.
<https://biblat.unam.mx/es/revista/desarrollo-gerencial/articulo/la-inclusion-financiera-analizada-desde-una-tecnica-de-reduccion-de-dimensiones>
- Santillán, A. y Estrella, N. (2022). *Departamento Económico Asobanca*.
<https://asobanca.org.ec/educacion-financiera/sistema-bancario-inclusion-financiera-ecuador/>

- Sharan, M. (2019). *Estrategias de fidelización de clientes a través de internet*. España: Editorial Elearning,.
https://books.google.es/books?id=4XXIDwAAQBAJ&dq=clientes&lr=&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Simran, K., Liaqat, A. y Kabir, M. (2021). Adoption of digital banking channels in an emerging economy: exploring the role of in-branch efforts. *Journal of Financial Services Marketing*, 26. <https://link.springer.com/article/10.1057/s41264-020-00082-w>
- Urbizagástegui, R. (2019). El modelo de difusión de innovaciones de Rogers en la bibliometría mexicana. *Palabra clave*, 9(1).
http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1853-99122019000200071
- Urrego, L. y Gonzalez, D. (2020). Costos y oportunidades de la contabilidad ambiental en las empresas colombianas para el manejo adecuado de los residuos sólidos. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/601>
- Vacas, F. (2018). *Transformación digital: la reinención pendiente*. <https://telos.fundaciontelefonica.com/transformacion-digital-la-reinencion-pendiente/>
- Valderrama, S. y Jaimes, C. (2019). *El desarrollo de la tesis descriptiva-comparativa, correlacional y cuasiexperimental*. Lima: San Marcos.
- Valle, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(3).
http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202020000300160&script=sci_arttext&tlng=en
- Vargas, A. (2021). La banca digital: Innovación tecnológica en la inclusión financiera en el Perú. *Industrial Data*, 24(2).

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-99932021000200099

Vargas, A. (2021). La inclusión financiera en el Perú. *Gestión En El Tercer Milenio*, 24(47), 129-136.
<https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/20591>

Westphalen, M. y Castro, P. (Octubre de 2022). *Thinkwithgoogle*.
<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-419/futuro-del-marketing/transformacion-digital/pymes-inclusion-financiera-transformacion-digital/>

World Economic Forum. (2018). The Digital Enterprise Moving from experimentation to transformation. *Insight report*.
[https://www3.weforum.org/docs/Media/47538_Digital%20Enterprise_Moving_Experimentation_Transformation_report_2018%20-%20final%20\(2\).pdf?_gl=1*1ca0hfd*_up*MQ..&gclid=EAlalQobChMluOeboO-5_gIVOPvjBx3yhAexEAAYASAAEglQA_D_BwE](https://www3.weforum.org/docs/Media/47538_Digital%20Enterprise_Moving_Experimentation_Transformation_report_2018%20-%20final%20(2).pdf?_gl=1*1ca0hfd*_up*MQ..&gclid=EAlalQobChMluOeboO-5_gIVOPvjBx3yhAexEAAYASAAEglQA_D_BwE)

Zarzalejos , J., Huichalaf , P., Rodríguez, J., Espinosa, L., Monteiro, B., Lloret , C., . . . Cortés , S. (s.f.). En *La transformaci*.

ANEXOS

Anexo 01. Matriz de consistencia

| Título: Transformación digital y su incidencia en la inclusión financiera de los clientes de un banco del cantón Durán, 2023 | | | | | | | |
|---|--|---|--|--|------------------------------|---|-------------------------|
| Problemas | Objetivos | Hipótesis | Variables e indicadores | | | | |
| General: | General: | General: | Variable 1 Transformación digital | | | | |
| ¿De qué manera la transformación digital influye en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023? | Determinar la influencia de la transformación digital en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | La transformación digital influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de valores | Niveles o rangos |
| | | | Clientes | - Experiencia. - Lealtad (NPS). - Satisfacción. - Percepción. | 1, 2, 3, 4, 5. | Escala de medición nominal tipo Likert politómica 1. muy en desacuerdo 2. en desacuerdo 3. indiferente 4. de acuerdo 5. muy de acuerdo | Bajo, regular y alto |
| | | | Competencia | - Actitud de servicio. - Comunicación. - Proactividad. | 6, 7, 8, 9. | | |
| | | | Datos | - Validez. - Integridad. - Precisión. | 10, 11 y 12. | | |
| Innovación | - Tecnología. - Planteamiento. - Aprendizaje. | 13,14 y 15. | | | | | |
| Variable 2. Inclusión financiera | | | | | | | |
| P.E.1 ¿De qué manera los clientes influyen en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023? | O.E.1 Determinar la influencia de los clientes en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | H.E.1 Los clientes influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de valores | Niveles o rangos |
| | | | Acceso | - Acceso legal. - Acceso físico. - Acceso financiero. | 1, 2, 3, 4, 5 y 6, 7, 8 y 9. | Escala de medición nominal tipo Likert politómica | Baja, regular y alta. |
| P.E.2 ¿De qué manera la competencia influye en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023? | O.E.2 Determinar la influencia de la competencia en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | H.E.2 La competencia influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | | | | | |
| P.E.3 ¿De qué manera los datos influyen en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023? | O.E.3 Determinar la influencia de los datos en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | H.E.3 Los datos influyen significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023. | | | | | |

| | | | | | | | |
|--|---|--|---------------------------|--|--|---|--|
| <p>P.E.3 ¿De qué manera los datos influyen en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023?</p> <p>P.E.4 ¿De qué manera la innovación influye en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023?</p> | <p>datos en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.</p> <p>O.E.4 Determinar la influencia de la innovación en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.</p> | <p>de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.</p> <p>H.E.4 la innovación influye significativamente en la inclusión financiera de los clientes de una institución financiera del cantón Durán, 2023.</p> | <p>Uso</p> <p>Calidad</p> | <p>- Frecuencia. - Necesidad. - Operatividad.</p> <p>- Atributos. - Oportunidades.</p> | <p>10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 7 18.</p> <p>19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27 y 28.</p> | <p>1. Siempre 2. Casi siempre 3. A veces 4. Casi nunca 5. Nunca</p> | |
| <p>Diseño de investigación:</p> | <p>Población:</p> | <p>Técnicas e instrumentos:</p> | | | <p>Método de análisis de datos:</p> | | |
| <p>Enfoque: Cuantitativo Tipo: Básica Método: Hipotético – deductivo Nivel: Correlacional Diseño: No experimental, de corte transversal</p> | <p>Población: Estará constituida por toda la población accesible cuyo número asciende a 509 adultos jóvenes clientes de una institución financiera del cantón Durán.</p> | <p>Técnicas: Encuestas Instrumentos: La variable V1 se medirá con el instrumento Cuestionario de transformación digital. La variable V2 se medirá con el instrumento Cuestionario de inclusión financiera.</p> | | | <p>Descriptiva: Se efectuará utilizando el programa Microsoft Office Excel y el software estadístico SPSS versión 25. Asimismo, el análisis descriptivo será plasmado a través de tablas y gráficos. Inferencial: de acuerdo con su distribución se aplicarán las pruebas paramétricas o no paramétricas para la contrastación de hipótesis.</p> | | |

Anexo 02. Matriz de operacionalización

| VARIABLE DE ESTUDIO | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|-------------------------------|---|--|-------------|--|---|
| Transformación digital | Es considerado el proceso mediante el cual las instituciones se adaptan al mundo digital y las ventajas que ofrece para suplir las necesidades de sus clientes (Rogers, 2016, citado por Enciso, 2022). | Medida a través de un cuestionario de 20 ítems con opciones de respuesta basadas en una escala de Likert de cinco opciones partiendo del muy desacuerdo al muy de acuerdo evaluando las dimensiones clientes, competencia, datos e innovación. | Cientes | <ul style="list-style-type: none"> - Experiencia. - Lealtad (NPS). - Satisfacción. - Percepción. | Escala de medición nominal tipo Likert politómica |
| | | | Competencia | <ul style="list-style-type: none"> - Actitud de servicio. - Comunicación. - Proactividad. | |
| | | | Datos | <ul style="list-style-type: none"> - Validez. - Integridad. - Precisión. | |
| | | | Innovación | <ul style="list-style-type: none"> - Tecnología. - Planteamiento. - Aprendizaje. | |
| Inclusión financiera | Es el nivel de acceso, uso y calidad de vinculada a los servicios financieros para las personas y empresas (Demirguc-Kunt et al, 2008 citado por Anaya et al, 2020) | Medido a través de un cuestionario de 28 ítems con opciones de respuesta basadas en una escala de Likert de cinco opciones partiendo del nunca al siempre evaluando las dimensiones acceso, uso y calidad. | Acceso | <ul style="list-style-type: none"> - Acceso legal. - Acceso físico. - Acceso financiero. | Escala de medición nominal tipo Likert politómica |
| | | | Uso | <ul style="list-style-type: none"> - Frecuencia. - Necesidad. - Operatividad. | |
| | | | Calidad | <ul style="list-style-type: none"> - Atributos. - Oportunidades. | |

Anexo 03. Instrumentos

Cuestionario de transformación digital

Estimado(a), la presente encuesta es parte de una muestra que tiene por finalidad la obtención de la información acerca de la transformación digital en una institución financiera del cantón Durán; debe contestar el cuestionario en cuanto a la forma en que considera. La presente encuesta es anónima. Por favor responda con sinceridad y recuerde que no existen respuestas incorrectas.

Responda marcando con un aspa (x) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

| Muy en desacuerdo | En desacuerdo | Indiferente | De acuerdo | Muy de acuerdo |
|-------------------|---------------|-------------|------------|----------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| ÍTEMS | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---------------------------------|--|---|---|---|---|---|
| Dimensión 1: Clientes | | | | | | |
| 1 | La entidad bancaria atiende las necesidades de los clientes, a través de una plataforma digital. | | | | | |
| 2 | La entidad bancaria utiliza aplicativos de fidelización. | | | | | |
| 3 | La entidad bancaria se preocupa por sus clientes. | | | | | |
| 4 | La entidad bancaria conoce a sus clientes y brinda planes de productos personalizados. | | | | | |
| 5 | La tecnología ayuda a la entidad bancaria en sus procesos. | | | | | |
| Dimensión 2: Competencia | | | | | | |
| 6 | El banco crea constantemente diferentes productos y/o servicios para sus clientes. | | | | | |
| 7 | El banco informa de manera oportuna los productos y/o servicios a sus clientes. | | | | | |
| 8 | El banco percibe las necesidades y demandas del cliente. | | | | | |
| 9 | La implementación de nuevas tecnologías ayuda a mejorar la relación cliente - banco. | | | | | |
| Dimensión 3: Datos | | | | | | |
| 10 | El banco mantiene la confidencialidad de la información | | | | | |
| 11 | La tecnología permite salvaguardar los datos de sus clientes. | | | | | |
| 12 | El banco toma decisiones basados en datos. | | | | | |
| Dimensión 4: Innovación | | | | | | |
| 13 | El banco utiliza a la innovación como un mecanismo para su crecimiento económico. | | | | | |
| 14 | El banco utiliza tecnología para innovar sus productos y/o servicios para los clientes. | | | | | |
| 15 | El banco cuenta con procesos tecnológicos que resultan innovadores para sus clientes. | | | | | |

Cuestionario de inclusión financiera

Estimado(a), la presente encuesta es parte de una muestra que tiene por finalidad la obtención de la información acerca de la transformación digital de una institución financiera del cantón Durán; debe contestar el cuestionario en cuanto a la forma en que considera. La presente encuesta es anónima. Por favor responda con sinceridad y recuerde que no existen respuestas incorrectas.

Responda marcando con un aspa (x) la alternativa elegida, teniendo en cuenta los siguientes criterios.

| Nunca | Casi nunca | Algunas veces | Casi siempre | Siempre |
|-------|------------|---------------|--------------|---------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| | | ÍTEMS | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----------------------------|--|-------|---|---|---|---|---|
| Dimensión 1: Acceso | | | | | | | |
| 1 | Considera que puede realizar cualquier operación financiera en el banco | | | | | | |
| 2 | Considera que puede acceder a una cuenta de ahorro | | | | | | |
| 3 | Cree Ud. que puede acceder a un crédito personal | | | | | | |
| 4 | Recibió alguna vez algún préstamo del banco | | | | | | |
| 5 | Considera que puede recibir préstamos para hacer negocios | | | | | | |
| 6 | Considera que puede realizar operaciones cerca a su domicilio | | | | | | |
| 7 | Considera que los bancos le brindan acceso a ser parte del sistema financiero | | | | | | |
| 8 | Considera que cuenta con la información disponible para exigir el acceso a algún producto | | | | | | |
| 9 | Considera que puede realizar reclamos si no le brindan el acceso a alguna operación bancaria | | | | | | |
| Dimensión 2: Uso | | | | | | | |
| 10 | Con que frecuencia realiza envíos de dinero por el banco al interior de país | | | | | | |
| 11 | Con que frecuencia ha recibido dinero por giros del interior de país | | | | | | |
| 12 | Con que frecuencia ha intentado guardar dinero en alguna cuenta de ahorro en el banco | | | | | | |
| 13 | Considera que tiene conocimiento de realizar operaciones financieras por otros medios alternos, cajeros, agentes, plataformas virtuales. | | | | | | |
| 14 | Con que frecuencia utiliza los servicios para pagar agua, luz, teléfono | | | | | | |
| 15 | Considera que es más sencillo usar otros medios de pago o cobro alternos que ir a una agencia bancaria | | | | | | |
| 16 | Considera que es más sencillo conseguir prestamos de personas particulares que de un banco | | | | | | |
| 17 | Considera que cuesta menos un préstamo de un particular que de un banco | | | | | | |
| 18 | Confía guardar sus ahorros en custodia de un familiar que en un banco | | | | | | |

| Dimensión 3: Calidad | | | | | |
|-----------------------------|--|--|--|--|--|
| 19 | Considera cordial la atención en ventanilla | | | | |
| 20 | Con que frecuencia ha tenido problemas con la atención del personal por parte del banco | | | | |
| 21 | Considera que recibe toda la información de los productos disponibles | | | | |
| 22 | Con que frecuencia ha sido contactado luego de utilizar algún servicio para saber cómo lo atendieron | | | | |
| 23 | Considera que es fácil utilizar las plataformas digitales del celular | | | | |
| 24 | Considera sencillo poder utilizar las plataformas digitales de la computadora | | | | |
| 25 | Considera que la atención brindada cubre sus expectativas | | | | |
| 26 | Considera que existe muchos atributos buenos en los productos del banco en comparación de otros | | | | |
| 27 | Con que frecuencia recomienda el uso de operaciones en el banco a sus familiares | | | | |
| 28 | Con que frecuencia recibe buen trato por parte de los agentes bancarios | | | | |

Anexo 04. Confiabilidad de los instrumentos

Variable Transformación digital

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 15 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 15 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,900 | 15 |

Variable Inclusión financiera

Resumen de procesamiento de casos

| | | N | % |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Casos | Válido | 15 | 100,0 |
| | Excluido ^a | 0 | ,0 |
| | Total | 15 | 100,0 |

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,932 | 28 |

Anexo 05. Validez de los instrumentos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de transformación digital en un banco del cantón Durán, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | | |
|---|---------------------------|--------------------|
| Nombre del juez: | Martha María Gaudia Ortiz | |
| Grado profesional: | Maestría (✓) | Doctor () |
| Área de formación académica: | Clinica () | Social () |
| | Educativa () | Organizacional (✓) |
| Áreas de experiencia profesional: | 10 años | |
| Institución donde labora: | Banco Guayaquil | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área: | 2 a 4 años () | Más de 5 años (✓) |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

3. Datos de la escala:

| | |
|-----------------------|---|
| Nombre de la prueba: | Cuestionario de transformación digital |
| Autor: | Franco Pincay, Cristhian Andrés |
| Procedencia: | Likert |
| Administración: | Politómica |
| Tiempo de aplicación: | 7 días |
| Ámbito de aplicación: | Clientes de una institución financiera del cantón Durán |
| Significación: | La escala a trabajar es de Likert se establecieron nominalmente valores del 1 al 5 para la validación de la variable dependiente. |

4. Soporte teórico

| Escala/Área (variable) | Subescala (Dimensiones) | Definición |
|------------------------|--|--|
| Transformación digital | <ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Competencia - Datos - Innovación | Capacidad de enfocarse en el potencial que tiene la tecnología para transformar los procesos existentes o crear algunos que resulten de mayor eficiencia (Cueva, 2020) |

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presento a usted el cuestionario "Transformación digital en un banco del cantón Durán, 2023" elaborado por Franco Pincay, Cristhian Andrés en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.



| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión |
| | 2. Bajo nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido |

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicito brinde sus observaciones que considere pertinentes.

| |
|------------------------------|
| 1. No cumple con el criterio |
| 2. Bajo nivel |
| 3. Moderado nivel |
| 4. Alto nivel |



Dimensiones del instrumento: el presente instrumento para evaluar la gestión logística, se compone de cuatro dimensiones: Clientes, Competencia, Datos e Innovación

- Primera dimensión: Clientes
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la experiencia de los clientes respecto a la lealtad, satisfacción y la percepción del banco.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|---------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Experiencia. | 1. La entidad bancaria atiende las necesidades de los clientes, a través de una plataforma digital. | 4 | 4 | 4 | Sin observaciones |
| Lealtad. | 2. La entidad bancaria utiliza aplicativos de fidelización. 3. La entidad bancaria se preocupa por sus clientes. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |
| Satisfacción. | 4. La entidad bancaria conoce a sus clientes y brinda planes de productos personalizados. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |
| Percepción. | 5. La tecnología ayuda a la entidad bancaria en sus procesos. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |

- Segunda dimensión: Competencia
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la actitud de servicio de los trabajadores, la comunicación y proactividad.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|----------------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Actitud de servicio. | 6. El banco crea constantemente diferentes productos y/o servicios para sus clientes. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |
| Comunicación. | 7. El banco informa de manera oportuna los productos y/o servicios a sus clientes. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |
| Proactividad. | 8. El banco percibe las necesidades y demandas del cliente. 9. La implementación de nuevas tecnologías ayuda a mejorar la relación cliente - banco. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |

- Tercera dimensión: Datos
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la validez, integridad y precisión.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|-------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Validez. | 10. El banco mantiene la confidencialidad de la información | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |



| | | | | | |
|---------------|--|---|---|---|--------------------|
| Necesidad. | <p>13. Considera que tiene conocimiento de realizar operaciones financieras por otros medios alternos, cajeros, agentes, plataformas virtuales.</p> <p>14. Con que frecuencia utiliza los servicios para pagar agua, luz, teléfono.</p> <p>15. Considera que es más sencillo usar otros medios de pago o cobro alternos que ir a una agencia bancaria.</p> | 4 | 4 | 4 | Sin Observación |
| Operatividad. | <p>16. Considera que es más sencillo conseguir prestamos de personas particulares que de un banco.</p> <p>17. Considera que cuesta menos un préstamo de un particular que de un banco.</p> <p>18. Confía guardar sus ahorros en custodia de un familiar que en un banco.</p> | 4 | 4 | 4 | Sin Observación |

- Tercera dimensión: Calidad
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir el los atributos y oportunidades del banco según la percepción de los clientes.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|----------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Atributos. | <p>19. Considera cordial la atención en ventanilla.</p> <p>20. Con que frecuencia ha tenido problemas con la atención del personal por parte del banco.</p> <p>21. Considera que recibe toda la información de los productos disponibles.</p> <p>22. Con que frecuencia ha sido contactado luego de utilizar algún servicio para saber cómo lo atendieron.</p> <p>23. Considera que es fácil utilizar las plataformas digitales del celular.</p> | 4 | 4 | 4 | Sin Observación |
| Oportunidades. | <p>24. Considera sencillo poder utilizar las plataformas digitales de la computadora.</p> | 4 | 4 | 4 | |



| | | | | | |
|--|---|---|---|---|----------------------|
| | 25. Considera que la atención brindada cubre sus expectativas. 26. Considera que existe muchos atributos buenos en los productos del banco en comparación de otros. 27. Con que frecuencia recomienda el uso de operaciones en el banco a sus familiares. 28. Con que frecuencia recibe buen trato por parte de los agentes bancarios. | 4 | 4 | 4 | Sin observaciones |
|--|---|---|---|---|----------------------|

martha flavidia

Firma del evaluador

DNI: 0924031248

**Evaluación por juicio de expertos**

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de inclusión financiera en un banco del cantón Durán, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | | |
|---|-----------------------------|--------------------|
| Nombre del juez: | Martha María Caviedes Ortiz | |
| Grado profesional: | Maestría (✓) | Doctor () |
| Área de formación académica: | Clinica () | Social () |
| | Educativa () | Organizacional (✓) |
| Áreas de experiencia profesional: | 10 años | |
| Institución donde labora: | Banco Guayaquil | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área: | 2 a 4 años () | Más de 5 años (✓) |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

3. Datos de la escala:

| | |
|-----------------------|---|
| Nombre de la prueba: | Cuestionario de inclusión financiera |
| Autor: | Franco Pincay, Cristhian Andrés |
| Procedencia: | Likert |
| Administración: | Politécnica. |
| Tiempo de aplicación: | 7 días |
| Ambito de aplicación: | Clientes del banco del cantón Durán |
| Significación: | La escala a trabajar es de Likert se establecieron nominalmente valores del 1 al 5 para la validación de la variable dependiente. |

4. Soporte teórico

| Escala/Área (variable) | Subescala (Dimensiones) | Definición |
|------------------------|------------------------------------|---|
| Inclusión financiera | - Accesos. - Uso. - Calidad. | Capacidad de poder tener acceso al uso de efectivo y la gama de servicios ofrecidos por una entidad financiera (Gómez et al., 2021) |



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presento a usted el cuestionario "Inclusión financiera en un banco del cantón Durán, 2023" elaborado por Franco Pincay, Cristhian Andrés en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión |
| | 2. Bajo nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido |

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicito brinde sus observaciones que considere pertinentes.

| |
|------------------------------|
| 1. No cumple con el criterio |
| 2. Bajo nivel |
| 3. Moderado nivel |
| 4. Alto nivel |

Dimensiones del instrumento: el presente instrumento para evaluar la productividad, se compone de tres dimensiones: Acceso, Uso y Calidad.

- Primera dimensión: Acceso.
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la accesibilidad física, legal y financiera de los clientes al banco.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|--------------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Acceso legal. | 1. Considera que puede realizar cualquier operación financiera en el banco. 2. Considera que puede acceder a una cuenta de ahorro. 3. Cree Ud. que puede acceder a un crédito personal. | 4 | 4 | 4 | Sin observación |
| Acceso físico. | 4. Recibió alguna vez algún préstamo del banco. 5. Considera que puede recibir préstamos para hacer negocios. 6. Considera que puede realizar operaciones cerca a su domicilio. | 4 | 4 | 4 | Sin observación |
| Acceso financiero. | 7. Considera que los bancos le brindan acceso a ser parte del sistema financiero. 8. Considera que cuenta con la información disponible para exigir el acceso a algún producto. 9. Considera que puede realizar reclamos si no le brindan el acceso a alguna operación bancaria. | 4 | 4 | 4 | Sin observación |

- Segunda dimensión: Uso.
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la frecuencia, necesidad y la operatividad del banco.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|-------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Frecuencia. | 10. Con que frecuencia realiza envíos de dinero por el banco al interior de país. 11. Con que frecuencia ha recibido dinero por giros del interior de país. 12. Con que frecuencia ha intentado guardar dinero en alguna cuenta de ahorro en el banco. | 4 | 4 | 4 | Sin observación |



| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|-------------------|
| Integridad. | 11. La tecnología permite salvaguardar los datos de sus clientes. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |
| Precisión. | 12. El banco toma decisiones basados en datos. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |

- Cuarta dimensión: Innovación
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la tecnología del banco, planteamiento y aprendizaje.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|---------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Tecnología. | 13. El banco utiliza a la innovación como un mecanismo para su crecimiento económico. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |
| Planteamiento | 14. El banco utiliza tecnología para innovar sus productos y/o servicios para los clientes. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |
| Aprendizaje. | 15. El banco cuenta con procesos tecnológicos que resultan innovadores para sus clientes. | 4 | 4 | 4 | Sin Observaciones |

martha gonzalez

Firma del evaluador

DNI: 0924031248

| | | | | | |
|--|--|---|---|---|--|
| | | 4 | 4 | 4 | |
| | | 4 | 4 | 4 | |
| | | 4 | 4 | 4 | |

| | | | | | |
|--|--|---|---|---|--|
| | | 4 | 4 | 4 | |
|--|--|---|---|---|--|

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de transformación digital en un banco del cantón Durán, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | | |
|--|---|--|
| Nombre del juez: | ARIAS MONCADA RAUL | |
| Grado profesional: | Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) | Doctor () |
| Área de formación académica: | Clinica () | Social () |
| | Educativa () | Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>) |
| Áreas de experiencia profesional: | BANCA | |
| Institución donde labora: | BANCO GUAYAQUIL | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área: | 2 a 4 años () | |
| | Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>) | |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

3. Datos de la escala:

| | |
|------------------------------|--|
| Nombre de la prueba: | Cuestionario de transformación digital |
| Autor: | Franco Pincay, Cristhian Andrés |
| Procedencia: | Piura – Perú |
| Administración: | A clientes del banco. |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos |
| Ámbito de aplicación: | Clientes del banco del cantón Durán |
| Significación: | La transformación digital está compuesta por cuatro dimensiones: clientes, competencia, datos e innovación, en total comprende 20 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert: 1. Muy en desacuerdo; 2. En desacuerdo; 3. Indiferente; 4. De acuerdo; 5. Muy de acuerdo. Cuya escala de interpretación es: Bajo (20-46) Regular (47-73) Alto (74-100) |

Activar W
Ve a Configu

4. Soporte teórico

| Escala/Área (variable) | Subescala (Dimensiones) | Definición |
|------------------------|--|--|
| Transformación digital | <ul style="list-style-type: none"> - Clientes - Competencia - Datos - Innovación | Capacidad de enfocarse en el potencial que tiene la tecnología para transformar los procesos existentes o crear algunos que resulten de mayor eficiencia (Cueva, 2020) |



5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presento a usted el cuestionario "Transformación digital en un banco del cantón Durán, 2023" elaborado por Franco Pincay, Cristhian Andrés en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión |
| | 2. Bajo nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido |

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración. así

Activar W
Ve a Config

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicito brinde sus observaciones que considere pertinentes.

| |
|------------------------------|
| 1. No cumple con el criterio |
| 2. Bajo nivel |
| 3. Moderado nivel |
| 4. Alto nivel |



Dimensiones del instrumento: el presente instrumento para evaluar la gestión logística, se compone de cuatro dimensiones: Clientes, Competencia, Datos e Innovación

- Primera dimensión: Clientes
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la experiencia de los clientes respecto a la lealtad, satisfacción y la percepción del banco.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|---------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Experiencia. | 1. La entidad bancaria atiende las necesidades de los clientes, a través de una plataforma digital. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Lealtad. | 2. La entidad bancaria utiliza aplicativos de fidelización. 3. La entidad bancaria se preocupa por sus clientes. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Satisfacción. | 4. La entidad bancaria conoce a sus clientes y brinda planes de productos personalizados. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Percepción. | 5. La tecnología ayuda a la entidad bancaria en sus procesos. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |

- Segunda dimensión: Competencia
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la actitud de servicio de los trabajadores, la comunicación y proactividad.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|----------------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Actitud de servicio. | 6. El banco crea constantemente diferentes productos y/o servicios para sus clientes. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Comunicación. | 7. El banco informa de manera oportuna los productos y/o servicios a sus clientes. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Proactividad. | 8. El banco percibe las necesidades y demandas del cliente. 9. La implementación de nuevas tecnologías ayuda a mejorar la relación cliente - banco. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |

- Tercera dimensión: Datos
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la validez, integridad y precisión.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|-------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Validez. | 10. El banco mantiene la confidencialidad de la información | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

| | | | | | |
|-------------|---|---|---|---|-------------------|
| Integridad. | 11. La tecnología permite salvaguardar los datos de sus clientes. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Precisión. | 12. El banco toma decisiones basados en datos. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |

- Cuarta dimensión: Innovación
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la tecnología del banco, planteamiento y aprendizaje.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|---------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Tecnología. | 13. El banco utiliza a la innovación como un mecanismo para su crecimiento económico. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Planteamiento | 14. El banco utiliza tecnología para innovar sus productos y/o servicios para los clientes. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Aprendizaje. | 15. El banco cuenta con procesos tecnológicos que resultan innovadores para sus clientes. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |

R. RAMIRO

Firma del evaluador
DNI: 0919386821

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de inclusión financiera en un banco del cantón Durán, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | | |
|--|---|--|
| Nombre del juez: | ARIAS MONCADA RAUL | |
| Grado profesional: | Maestría (<input checked="" type="checkbox"/>) | Doctor () |
| Área de formación académica: | Clinica () | Social () |
| | Educativa () | Organizacional (<input checked="" type="checkbox"/>) |
| Áreas de experiencia profesional: | BANCA | |
| Institución donde labora: | BANCO GUAYAQUIL | |
| Tiempo de experiencia profesional en el área: | 2 a 4 años () | |
| | Más de 5 años (<input checked="" type="checkbox"/>) | |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

3. Datos de la escala:

| | |
|------------------------------|--|
| Nombre de la prueba: | Cuestionario de inclusión financiera |
| Autor: | Franco Pincay, Cristhian Andrés |
| Procedencia: | Piura - Perú |
| Administración: | A clientes del banco. |
| Tiempo de aplicación: | 15 minutos |
| Ámbito de aplicación: | Clientes del banco del cantón Durán |
| Significación: | La inclusión financiera está compuesta por cuatro dimensiones: acceso, uso y calidad, en total comprende 28 ítems, los cuales se miden mediante una escala ordinal tipo Likert: 1. Siempre; 2. Casi siempre; 3. A veces; 4. Casi nunca; 5. Nunca. Cuya escala de interpretación es: Bajo (28-65) Regular (66-103) Alto (104-140) |

4. Soporte teórico

| Escala/Área (variable) | Subescala (Dimensiones) | Definición |
|------------------------|------------------------------------|---|
| Inclusión financiera | - Accesos. - Uso. - Calidad. | Capacidad de poder tener acceso al uso de efectivo y la gama de servicios ofrecidos por una entidad financiera (Gómez et al., 2021) |

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presento a usted el cuestionario "Inclusión financiera en un banco del cantón Durán, 2023" elaborado por Franco Pincay, Cristhian Andrés en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión |
| | 2. Bajo nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido |

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicito brinde sus observaciones que considere pertinentes.

| |
|------------------------------|
| 1. No cumple con el criterio |
| 2. Bajo nivel |
| 3. Moderado nivel |
| 4. Alto nivel |

Activar V
Ve a Config

Dimensiones del instrumento: el presente instrumento para evaluar la productividad, se compone de tres dimensiones: Acceso, Uso y Calidad.

- Primera dimensión: Acceso.
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la accesibilidad física, legal y financiera de los clientes al banco.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|--------------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Acceso legal. | 1. Considera que puede realizar cualquier operación financiera en el banco. 2. Considera que puede acceder a una cuenta de ahorro. 3. Cree Ud. que puede acceder a un crédito personal. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Acceso físico. | 4. Recibió alguna vez algún préstamo del banco. 5. Considera que puede recibir préstamos para hacer negocios. 6. Considera que puede realizar operaciones cerca a su domicilio. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Acceso financiero. | 7. Considera que los bancos le brindan acceso a ser parte del sistema financiero. 8. Considera que cuenta con la información disponible para exigir el acceso a algún producto. 9. Considera que puede realizar reclamos si no le brindan el acceso a alguna operación bancaria. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |

- Segunda dimensión: Uso.
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la frecuencia, necesidad y la operatividad del banco.

Activar W
Ve a Config

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|-------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Frecuencia. | 10. Con que frecuencia realiza envíos de dinero por el banco al interior de país. 11. Con que frecuencia ha recibido dinero por giros del interior de país. 12. Con que frecuencia ha intentado guardar dinero en alguna cuenta de ahorro en el banco. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |

| | | | | | |
|---------------|---|---|---|---|-------------------|
| Necesidad. | 13. Considera que tiene conocimiento de realizar operaciones financieras por otros medios alternos, cajeros, agentes, plataformas virtuales. 14. Con que frecuencia utiliza los servicios para pagar agua, luz, teléfono. 15. Considera que es más sencillo usar otros medios de pago o cobro alternos que ir a una agencia bancaria. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Operatividad. | 16. Considera que es más sencillo conseguir prestamos de personas particulares que de un banco. 17. Considera que cuesta menos un préstamo de un particular que de un banco. 18. Confla guardar sus ahorros en custodia de un familiar que en un banco. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |

- Tercera dimensión: Calidad
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir el los atributos y oportunidades del banco según la percepción de los clientes.

- Tercera dimensión: Calidad
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir el los atributos y oportunidades del banco según la percepción de los clientes.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|----------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Atributos. | 19. Considera cordial la atención en ventanilla. 20. Con que frecuencia ha tenido problemas con la atención del personal por parte del banco. 21. Considera que recibe toda la información de los productos disponibles. 22. Con que frecuencia ha sido contactado luego de utilizar algún servicio para saber cómo lo atendieron. 23. Considera que es fácil utilizar las plataformas digitales del celular. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |
| Oportunidades. | 24. Considera sencillo poder utilizar las plataformas digitales de la computadora. | 4 | 4 | 4 | SIN OBSERVACIONES |



| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <p>25. Considera que la atención brindada cubre sus expectativas.</p> <p>26. Considera que existe muchos atributos buenos en los productos del banco en comparación de otros.</p> <p>27. Con que frecuencia recomienda el uso de operaciones en el banco a sus familiares.</p> <p>28. Con que frecuencia recibe buen trato por parte de los agentes bancarios.</p> | | | | |
|--|--|--|--|--|--|

RARM 000

Firma del evaluador

DNI: 0919386821

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento "Cuestionario de inclusión financiera en un banco del cantón Durán, 2023". La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | |
|--|--|
| Nombre del juez: | MARIA CRISTINA BURGOS SILVA |
| Grado profesional: | Maestría (X) Doctor () |
| Área de formación académica: | Clinica () Social () Educativa () Organizacional (X) |
| Áreas de experiencia profesional: | 10 años |
| Institución donde labora: | Comercial Andresito |
| Tiempo de experiencia profesional en el área: | 2 a 4 años () Más de 5 años (x) |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

3. Datos de la escala:

| | |
|------------------------------|---|
| Nombre de la prueba: | Cuestionario de inclusión financiera |
| Autor: | Franco Pincay, Cristhian Andrés |
| Procedencia: | Likert |
| Administración: | Politécnica. |
| Tiempo de aplicación: | 7 días |
| Ámbito de aplicación: | Clientes del banco del cantón Durán |
| Significación: | La escala a trabajar es de Likert se establecieron nominalmente valores del 1 al 5 para la validación de la variable dependiente. |

4. Soporte teórico

| Escala/Área (variable) | Subescala (Dimensiones) | Definición |
|------------------------|------------------------------------|---|
| Inclusión financiera | - Accesos. - Uso. - Calidad. | Es el nivel de acceso, uso y calidad de vinculada a los servicios financieros para las personas y empresas (Demirguc-Kunt et al, 2008 citado por Anaya et al, 2020) |

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presento a usted el cuestionario “Inclusión financiera en un banco del cantón Durán, 2023” elaborado por Franco Pincay, Cristhian Andrés en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión |
| | 2. Bajo nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido |

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicito brinde sus observaciones que considere pertinentes.

| |
|------------------------------|
| 1. No cumple con el criterio |
| 2. Bajo nivel |
| 3. Moderado nivel |
| 4. Alto nivel |

Dimensiones del instrumento: el presente instrumento para evaluar la gestión logística, se compone de cuatro dimensiones: Clientes, Competencia, Datos e Innovación

- Primera dimensión: Clientes
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la experiencia de los clientes respecto a la lealtad, satisfacción y la percepción del banco.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|---------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Experiencia. | 1. La entidad bancaria atiende las necesidades de los clientes, a través de una plataforma digital. | 4 | 4 | 4 | |
| Lealtad. | 2. La entidad bancaria utiliza aplicativos de fidelización. 3. La entidad bancaria se preocupa por sus clientes. | 4 | 4 | 4 | |
| Satisfacción. | 4. La entidad bancaria conoce a sus clientes y brinda planes de productos personalizados. | 4 | 4 | 4 | |
| Percepción. | 5. La tecnología ayuda a la entidad bancaria en sus procesos. | 4 | 4 | 4 | |

- Segunda dimensión: Competencia
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la actitud de servicio de los trabajadores, la comunicación y proactividad.

| Indicadores | Ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|----------------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Actitud de servicio. | 6. El banco crea constantemente diferentes productos y/o servicios para sus clientes. | 4 | 4 | 4 | |
| Comunicación. | 7. El banco informa de manera oportuna los productos y/o servicios a sus clientes. | 4 | 4 | 4 | |
| Proactividad. | 8. El banco percibe las necesidades y demandas del cliente. 9. La implementación de nuevas tecnologías ayuda a mejorar la relación cliente - banco. | 4 | 4 | 4 | |

- Tercera dimensión: Datos
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la validez, integridad y precisión.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|-------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Validez. | 10. El banco mantiene la confidencialidad de la información | 4 | 4 | 4 | |
| Integridad. | 11. La tecnología permite salvaguardar los datos de sus clientes. | 4 | 4 | 4 | |
| Precisión. | 12. El banco toma decisiones basados en datos. | 4 | 4 | 4 | |

- Cuarta dimensión: Innovación
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la tecnología del banco, planteamiento y aprendizaje.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|---------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Tecnología. | 13. El banco utiliza a la innovación como un mecanismo para su crecimiento económico. | 4 | 4 | 4 | |
| Planteamiento | 14. El banco utiliza tecnología para innovar sus productos y/o servicios para los clientes. | 4 | 4 | 4 | |
| Aprendizaje. | 15. El banco cuenta con procesos tecnológicos que resultan innovadores para sus clientes. | 4 | 4 | 4 | |



Firma del evaluador
DNI:

Evaluación por juicio de expertos

Respetado juez: Usted ha sido seleccionado para evaluar el instrumento “Cuestionario de transformación digital en un banco del cantón Durán, 2023”. La evaluación del instrumento es de gran relevancia para lograr que sea válido y que los resultados obtenidos a partir de éste sean utilizados eficientemente. Agradezco su valiosa colaboración.

1. Datos generales del juez

| | |
|--|--|
| Nombre del juez: | MARIA CRISTINA BURGOS SILVA |
| Grado profesional: | Maestría (X) Doctor () |
| Área de formación académica: | Clinica () Social () Educativa () Organizacional (X) |
| Áreas de experiencia profesional: | 10 años |
| Institución donde labora: | Comercial Andresito |
| Tiempo de experiencia profesional en el área: | 2 a 4 años () Más de 5 años (x) |

2. Propósito de la evaluación:

Validar el contenido del instrumento, por juicio de expertos

3. Datos de la escala:

| | |
|------------------------------|--|
| Nombre de la prueba: | Cuestionario de transformación digital |
| Autor: | Franco Pincay, Cristhian Andrés |
| Procedencia: | Likert |
| Administración: | Respuestas cerradas |
| Tiempo de aplicación: | 7 días |
| Ámbito de aplicación: | Durán |
| Significación: | La escala a trabajar es de Likert se establecen valores del 1 al 5 para la variable dependiente y para la variable independiente |

4. Soporte teórico

| Escala/Área (variable) | Subescala (Dimensiones) | Definición |
|------------------------|--|---|
| Transformación digital | - Clientes - Competencia - Datos - Innovación | Es considerado el proceso mediante el cual las instituciones se adaptan al mundo digital y las ventajas que ofrece para suplir las necesidades de sus clientes (Rogers, 2016, citado por Enciso, 2022). |

5. Presentación de instrucciones para el juez:

A continuación, le presento a usted el cuestionario “Transformación digital en un banco del cantón Durán, 2023” elaborado por Franco Pincay, Cristhian Andrés en el año 2023. De acuerdo con los siguientes indicadores califique cada uno de los ítems según corresponda.

| Categoría | Calificación | Indicador |
|--|---|---|
| CLARIDAD El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas. | 1. No cumple con el criterio | El ítem no es claro. |
| | 2. Bajo nivel | El ítem requiere bastantes modificaciones o una modificación muy grande en el uso de las palabras de acuerdo con su significado o por la ordenación de estas. |
| | 3. Moderado nivel | Se requiere una modificación muy específica de algunos de los términos del ítem. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es claro, tiene semántica y sintaxis adecuada. |
| COHERENCIA El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo. | 1. Totalmente en desacuerdo (no cumple con el criterio) | El ítem no tiene relación lógica con la dimensión. |
| | 2. Desacuerdo (bajo nivel de acuerdo) | El ítem tiene una relación tangencial /lejana con la dimensión. |
| | 3. Acuerdo (moderado nivel) | El ítem tiene una relación moderada con la dimensión que se está midiendo. |
| | 4. Totalmente de acuerdo (alto nivel) | El ítem se encuentra está relacionado con la dimensión que está midiendo. |
| RELEVANCIA El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido. | 1. No cumple con el criterio | El ítem puede ser eliminado sin que se vea afectada la medición de la dimensión |
| | 2. Bajo nivel | El ítem tiene alguna relevancia, pero otro ítem puede estar incluyendo lo que mide éste. |
| | 3. Moderado nivel | El ítem es relativamente importante. |
| | 4. Alto nivel | El ítem es muy relevante y debe ser incluido |

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicito brinde sus observaciones que considere pertinentes.

| |
|------------------------------|
| 1. No cumple con el criterio |
| 2. Bajo nivel |
| 3. Moderado nivel |
| 4. Alto nivel |

Dimensiones del instrumento: el presente instrumento para evaluar la productividad, se compone de tres dimensiones: Acceso, Uso y Calidad.

- Primera dimensión: Acceso.
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la accesibilidad física, legal y financiera de los clientes al banco.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|--------------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Acceso legal. | 1. Considera que puede realizar cualquier operación financiera en el banco. 2. Considera que puede acceder a una cuenta de ahorro. 3. Cree Ud. que puede acceder a un crédito personal. | 4 | 4 | 4 | |
| Acceso físico. | 4. Recibió alguna vez algún préstamo del banco. 5. Considera que puede recibir préstamos para hacer negocios. 6. Considera que puede realizar operaciones cerca a su domicilio. | 4 | 4 | 4 | |
| Acceso financiero. | 7. Considera que los bancos le brindan acceso a ser parte del sistema financiero. 8. Considera que cuenta con la información disponible para exigir el acceso a algún producto. 9. Considera que puede realizar reclamos si no le brindan el acceso a alguna operación bancaria. | 4 | 4 | 4 | |

- Segunda dimensión: Uso.
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir la frecuencia, necesidad y la operatividad del banco.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|-------------|--|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Frecuencia. | 10. Con que frecuencia realiza envíos de dinero por el banco al interior de país. 11. Con que frecuencia ha recibido dinero por giros del interior de país. 12. Con que frecuencia ha intentado guardar dinero en alguna cuenta de ahorro en el banco. | 4 | 4 | 4 | |

| | | | | | |
|---------------|---|---|---|---|--|
| Necesidad. | 13. Considera que tiene conocimiento de realizar operaciones financieras por otros medios alternos, cajeros, agentes, plataformas virtuales. 14. Con que frecuencia utiliza los servicios para pagar agua, luz, teléfono. 15. Considera que es más sencillo usar otros medios de pago o cobro alternos que ir a una agencia bancaria. | 4 | 4 | 4 | |
| Operatividad. | 16. Considera que es más sencillo conseguir prestamos de personas particulares que de un banco. 17. Considera que cuesta menos un préstamo de un particular que de un banco. 18. Confía guardar sus ahorros en custodia de un familiar que en un banco. | 4 | 4 | 4 | |

- Tercera dimensión: Calidad
- Objetivos de la dimensión: la dimensión pretende medir el los atributos y oportunidades del banco según la percepción de los clientes.

| Indicadores | ítem | Claridad | Coherencia | Relevancia | Observaciones / Recomendaciones |
|----------------|---|----------|------------|------------|---------------------------------|
| Atributos. | 19. Considera cordial la atención en ventanilla. 20. Con que frecuencia ha tenido problemas con la atención del personal por parte del banco. 21. Considera que recibe toda la información de los productos disponibles. 22. Con que frecuencia ha sido contactado luego de utilizar algún servicio para saber cómo lo atendieron. 23. Considera que es fácil utilizar las plataformas digitales del celular. | 4 | 4 | 4 | |
| Oportunidades. | 24. Considera sencillo poder utilizar las plataformas digitales de la computadora. | 4 | 4 | 4 | |

| | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|
| | <p>25. Considera que la atención brindada cubre sus expectativas.</p> <p>26. Considera que existe muchos atributos buenos en los productos del banco en comparación de otros.</p> <p>27. Con que frecuencia recomienda el uso de operaciones en el banco a sus familiares.</p> <p>28. Con que frecuencia recibe buen trato por parte de los agentes bancarios.</p> | | | | |
|--|--|--|--|--|--|



Firma del evaluador

DNI: