593 Digital Publisher
CEIT
ISSN 2588-0705

# Análisis generacional de los factores que influyen en la intención de uso de la billetera electrónica en la ciudad de Loja

# Generational Analysis of Factors Influencing the Intention to Use Electronic Wallets in the City of Loja

**Viviana del Cisne Espinoza-Loyza**[1]
**Universidad Técnica Particular de Loja**
**vdespinoza@utpl.edu.ec**

**Gloria del Carmen Palacio-Valdivieso**[2]
**Universidad Técnica Particular de Loja**
**gpalacio@utpl.edu.ec**

**Alex Manuel Quichimbo-Sanmartín**[3]
**Universidad Técnica Particular de Loja**
**amquichimbo1@utpl.edu.ec**

**doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3179**

V10-N3 (may-jun) 2025, pp 851-861 | Recibido: 10 de marzo del 2025 - Aceptado: 15 de abril del 2025 (2 ronda rev.)

1 ORCID: https://orcid.org/0000-0001-8575-276X. Directora de carrera de Finanzas de la Universidad Técnica Particular de Loja, docente investigadora dentro del grupo de investigación FINASIF perteneciente al Departamento de Ciencias Empresariales de la UTPL
2 ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5350-5120. Magister en Gestión Financiera en la Universidad Técnica Particular de Loja; Licenciada en Contabilidad y Auditoría en la UTPL. Profesora a tiempo completo con amplia experiencia en la enseñanza de la contabilidad, tributación y las finanzas, a nivel de grado y posgrado.
3 Licenciado en Finanzas por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).

**Cómo citar este artículo en norma APA:**

Espinoza-Loyza, V., Palacio-Valdivieso, G., & Quichimbo-Sanmartín, A., (2025). Análisis generacional de los factores que influyen en la intención de uso de la billetera electrónica en la ciudad de Loja. 593 Digital Publisher CEIT, 10(3), 851-861, https://doi.org/10.33386/593dp.2025.3.3179

Descargar para Mendeley y Zotero

# RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es identificar los factores que influyen en el uso de la billetera electrónica en Loja, considerando un enfoque generacional. Para ello, se aplicó una encuesta validada y adaptada a partir de un estudio previo sobre la adopción de pagos móviles en América Latina. La encuesta, basada en una escala Likert, fue realizada a 389 ciudadanos de Loja, segmentados por generaciones. Además, se utilizó el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) para analizar los factores que inciden en la adopción de la billetera electrónica. Los resultados principales revelan que la expectativa de rendimiento, la confianza en la billetera electrónica y el optimismo del consumidor son los factores más decisivos para su adopción, particularmente entre los jóvenes de las generaciones milenial y Z. En cambio, los baby boomers mostraron menor confianza hacia este método de pago. Los hallazgos indican que los usuarios perciben la billetera electrónica como una herramienta útil y fácil de utilizar, lo que facilita su aceptación y uso continuo. Estas conclusiones proporcionan una base sólida para el desarrollo de estrategias y la toma de decisiones en el ámbito financiero en Loja.

Palabras clave: billetera electrónica; innovación tecnológica; modelo TAM; enfoque generacional.

# ABSTRACT

The main objective of this research is to identify the factors influencing the use of electronic wallets in Loja, focusing on a generational approach. To this end, a validated and adapted survey was applied, based on a previous study on mobile payment adoption in Latin America. The survey, using a Likert scale, was conducted with 389 citizens of Loja, segmented by generation. Additionally, the Technology Acceptance Model (TAM) was used to analyze the factors affecting the adoption of electronic wallets. The main results show that performance expectancy, trust in the electronic wallet, and consumer optimism are the most decisive factors for its adoption, especially among millennials and Generation Z. In contrast, baby boomers showed lower trust in this payment method. The findings indicate that users perceive electronic wallets as a useful and easy-to-use tool, which facilitates their acceptance and continuous use. These conclusions provide a solid foundation for future strategies and decision-making in the financial sector in Loja.

Key words: electronic wallet; technological adoption; Technology Acceptance Model (TAM); generational approach.

Digital Publisher

## Introducción

Esta investigación se enfocó en identificar los factores que influyen en el uso de billeteras electrónicas en la ciudad de Loja, empleando un enfoque generacional para abordar el problema planteado. Con el fin de cumplir con este objetivo, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura existente relacionada con el tema, complementada con un análisis detallado del comportamiento del sistema financiero a nivel nacional. Adicionalmente, se llevó a cabo una encuesta estructurada para obtener datos directamente de los usuarios. La implementación del Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) fue fundamental para identificar y analizar las percepciones y actitudes de diferentes grupos generacionales hacia la adopción de las billeteras electrónicas.

El cumplimiento de los objetivos planteados se alcanzó mediante una revisión previa de la literatura, en la que se identificaron los factores relevantes a partir de estudios previos relacionados con esta investigación. Además, el conocimiento sobre la evolución del uso de la billetera electrónica en el país permitió obtener datos clave para establecer la metodología. Finalmente, se diseñó y aplicó una encuesta estructurada en tres secciones: datos generales, acceso a servicios financieros y factores que determinan el uso de la billetera electrónica. Esta encuesta, adaptada del trabajo de Antonio Bailey (2020), fue aplicada a 389 habitantes de la ciudad de Loja.

Entre las facilidades que favorecieron el desarrollo de este estudio se destaca la capacidad de recolectar datos de manera eficiente mediante encuestas virtuales a través de la plataforma Microsoft Forms. Esta herramienta permitió alcanzar un número significativo de participantes en un tiempo relativamente corto, optimizando los recursos disponibles y reduciendo costos. Asimismo, el formato digital facilitó el análisis y procesamiento de los datos obtenidos. No obstante, una de las principales limitaciones fue la reticencia de algunos encuestados a proporcionar información completa y veraz debido a preocupaciones relacionadas con la seguridad y la privacidad, lo que afectó parcialmente la calidad de los datos recolectados. Adicionalmente, el formato virtual de las encuestas impidió una interacción personal que podría haber aclarado dudas y motivado una mayor participación. Estas limitaciones subrayan la importancia de considerar la combinación de métodos virtuales y presenciales en futuras investigaciones para mejorar tanto la participación como la precisión de los datos obtenidos.

El presente documento se organiza en tres secciones. Se inicia con el abordaje del marco conceptual y teórico sobre los avances tecnológicos y su impacto en el sistema financiero, destacando la importancia de la adopción de tecnologías emergentes, como las billeteras electrónicas. Posteriormente se examina el contexto y la evolución de los pagos electrónicos en el país desde un enfoque estadístico, proporcionando un marco de referencia para comprender el uso de billeteras electrónicas en Loja. Finalmente, se detalla el diseño metodológico de la investigación, la estructura de la encuesta, y presenta los hallazgos obtenidos a partir del análisis de los datos recolectados.

La relevancia de esta investigación radica en su contribución a la comprensión de las necesidades y preferencias de los usuarios de billeteras electrónicas, lo cual es fundamental para el sector financiero en la toma de decisiones y la mejora de sus productos y servicios. Al identificar los factores clave que inciden en la adopción de esta tecnología, se promueve una mayor inclusión financiera y una adaptación tecnológica más amplia, beneficiando a los usuarios del sistema financiero.

## Revisión de literatura

La innovación es un proceso fundamental para el progreso y la competitividad en diversos sectores, incluido el financiero. Según Palacios (2018), la innovación consiste en el uso del conocimiento para abrir nuevos caminos y alcanzar objetivos específicos, adaptándose a los desafíos particulares que enfrenta cada contexto. Rodríguez (2021) añade que la innovación a

menudo puede parecer ilógica, ya que aborda problemas previamente no identificados o genera nuevas necesidades. En este sentido, Azkue (2023) subraya que la innovación es crucial para el avance social, al incrementar el valor de las actividades y mejorar la competitividad de las empresas. Portela (2021) refuerza esta idea al afirmar que la innovación no solo implica la creación de nuevos productos, sino también la optimización de procesos y la implementación de ideas que mejoren la situación actual y permitan superar las barreras del presente.

En el contexto financiero, la innovación bancaria desempeña un papel esencial en la transformación y mejora de los servicios financieros. Schumpeter (2021) sostiene que la innovación en este sector se manifiesta a través de transformaciones impulsadas por avances tecnológicos, que han facilitado la adopción de productos y servicios digitales por parte de los consumidores. El Banco Central de la República Argentina (2018) define la innovación bancaria como la creación de nuevos productos y servicios financieros, así como la mejora de soluciones existentes mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación. González (2019) y Carpio (2023) coinciden en que la innovación es vital para que los bancos mantengan su competitividad y relevancia en un mercado financiero dinámico y en constante evolución.

En este marco de innovación, la billetera electrónica emerge como una herramienta clave para la modernización de los servicios financieros. La Unión Internacional de Telecomunicaciones (2013) define la billetera electrónica como una funcionalidad en dispositivos móviles que permite interacciones seguras con objetos de valor digitalizados, facilitando transacciones comerciales en el mundo físico. Las billeteras electrónicas presentan múltiples ventajas, tales como mayor seguridad en los pagos, conveniencia y la promoción de la inclusión financiera. Power (2023) y Burneo (2020) enfatizan que estas billeteras emplean tecnologías avanzadas de cifrado y autenticación, lo que incrementa la confianza de los usuarios. Roa (2020) y Román (2023) destacan además que estas herramientas permiten la digitalización financiera, facilitando el acceso de más personas a servicios bancarios y promoviendo la participación en el sistema financiero formal.

Diversos estudios han explorado el impacto generacional en la adopción de billeteras electrónicas. Avilés (2023) afirma que las generaciones más jóvenes, particularmente los milenials y la Generación Z, muestran una alta tasa de adopción de estas tecnologías, motivados por su familiaridad con las interfaces digitales y su búsqueda de eficiencia y conveniencia. Estos hallazgos son corroborados por Carrión (2023) y el Observatorio de Comercio Electrónico de la UEES (2022), quienes concluyen que estos grupos demográficos prefieren los métodos de pago digitales, como las billeteras electrónicas, criptomonedas y códigos QR. Por otro lado, las generaciones mayores, como los baby boomers, presentan mayor reticencia a adoptar estas tecnologías debido a una menor confianza y competencias digitales limitadas (Banco Mundial, 2023; Gómez, 2023). Estos estudios subrayan la influencia de factores generacionales en la adopción de billeteras electrónicas, sugiriendo la necesidad de estrategias segmentadas que promuevan su uso entre distintos grupos de edad.

En Ecuador, el sistema de pagos electrónicos ha experimentado una evolución significativa en los últimos años. De acuerdo con el Banco Central del Ecuador (2022), el Sistema de Pagos Interbancarios (SPI) permite a los ciudadanos y empresas realizar pagos mediante transferencias electrónicas. Durante la pandemia de COVID-19, el uso de pagos electrónicos se incrementó notablemente, con un crecimiento del 35% en las transferencias interbancarias entre mayo y septiembre de 2020 (Eschenbrenner, 2022). Este aumento refleja una tendencia global hacia la digitalización de los servicios financieros, impulsada por la necesidad de realizar transacciones seguras y sin contacto físico.

En Ecuador, las billeteras electrónicas han ganado popularidad en los últimos años. Vásconez (2023) menciona que estas aplicaciones digitales permiten a los usuarios almacenar información financiera, como datos

de tarjetas de crédito y débito, en dispositivos móviles para facilitar transacciones electrónicas. Se estima que más del 50% de la población mundial utilizará billeteras digitales en 2023, con métodos de pago que incluyen códigos QR y mensajes (Vásconez, 2023). Además, investigaciones recientes de la Escuela Superior Politécnica del Litoral (2023) evidencian un aumento en la adopción de billeteras electrónicas en Ecuador, con aplicaciones como Deuna, PeiGo, Payphone y la introducción de Google Wallet, las cuales están siendo vistas como una oportunidad para incrementar la bancarización y promover la inclusión financiera en un país donde una parte significativa de la población aún no tiene acceso a cuentas bancarias.

La literatura existente destaca la importancia de la percepción de utilidad y facilidad de uso para la adopción de nuevas tecnologías como las billeteras electrónicas. El Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), desarrollado por Davis (1989), es un marco teórico ampliamente utilizado para comprender cómo los usuarios adoptan y utilizan nuevas tecnologías. Según este modelo, la adopción depende principalmente de dos factores: la utilidad percibida y la facilidad de uso percibida. En el contexto de las billeteras electrónicas, estos factores resultan críticos para su aceptación y uso continuo. Investigaciones recientes señalan que la expectativa de rendimiento, la confianza en la tecnología y el optimismo del consumidor son determinantes para la adopción de billeteras electrónicas, especialmente entre los milenials y la Generación Z (Azkue, 2023; Carrión, 2023).

## Metodología

El presente estudio adopta un enfoque exploratorio-descriptivo, idóneo para comprender las actitudes y comportamientos de diferentes generaciones hacia el uso de billeteras electrónicas en Loja. De acuerdo con la Universidad Latinoamericana (2020), el enfoque exploratorio es particularmente adecuado para áreas con escaso conocimiento previo, permitiendo indagar en aspectos novedosos del fenómeno. A su vez, el enfoque descriptivo, tal como lo define Butler (2022), busca detallar y caracterizar de manera precisa una población específica. La combinación de ambos enfoques permite no solo identificar nuevos horizontes (exploratorio), sino también ofrecer una descripción clara y sistemática de las variables implicadas en el uso de billeteras electrónicas (descriptivo).

La investigación sigue un enfoque cualitativo, basado en el análisis de encuestas para comprender las percepciones y comportamientos generacionales hacia las billeteras electrónicas en Loja. Este enfoque es especialmente adecuado para profundizar en las experiencias y opiniones individuales, ofreciendo una perspectiva enriquecida que va más allá de la mera cuantificación estadística de las variables. El objetivo es obtener una comprensión detallada de cómo cada generación adopta y utiliza esta tecnología, permitiendo la identificación de tendencias y áreas de mejora para fomentar una adopción más amplia y efectiva.

Se utilizaron los métodos analítico-sintético e inductivo. El método analítico-sintético descompone el problema en sus componentes esenciales, para luego integrarlos de manera coherente, brindando una visión holística del fenómeno estudiado. Por su parte, el método inductivo permite formular generalizaciones a partir de la observación de casos particulares, lo que resulta crucial para comprender las tendencias emergentes en el uso de billeteras electrónicas.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante fuentes primarias, utilizando encuestas estructuradas como instrumento principal. Esta técnica es eficaz para obtener información directa y específica de los participantes, en este caso, ciudadanos de diferentes generaciones en Loja. Las encuestas permiten captar percepciones, actitudes y comportamientos en relación con el uso de billeteras electrónicas, proporcionando una visión detallada de cómo interactúan estos grupos generacionales con esta tecnología.

El diseño del cuestionario se basó en un instrumento previamente validado, adaptado del estudio titulado “Adopción de Pagos Móviles

en América Latina", desarrollado por Antonio Bailey en 2020. Este cuestionario ha demostrado ser eficaz en la recolección y análisis de datos relacionados con la adopción de tecnologías de pago móvil. La encuesta se estructuró en tres secciones:

Datos generales, donde se recopila información demográfica, como género, edad, nivel educativo y ocupación.

Acceso a servicios financieros, esta sección explora el uso y acceso a servicios financieros tradicionales y digitales.

Factores que determinan el uso de billeteras electrónicas: en esta sección se evalúa percepciones y actitudes mediante una escala Likert con opciones de respuesta desde "Muy en desacuerdo" (1) hasta "Muy de acuerdo" (5).

La unidad de análisis se centra en la población económicamente activa de la ciudad de Loja, incluyendo hombres y mujeres de diferentes generaciones: Baby Boomers (1949-1968), Generación X (1969-1980), Milenials (1981-1993) y Generación Z (1994-2010). Estos intervalos generacionales se definieron con base en la clasificación del Pew Research Center.

La muestra se seleccionó en función de la población económicamente activa de Loja, basada en las proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). El tamaño de la muestra se determinó en 384 individuos, garantizando representatividad estadística.

La muestra fue segmentada cuidadosamente para reflejar la composición generacional del cantón Loja, según los datos del INEC. Las generaciones consideradas en este estudio se muestran en la tabla 1.

**Tabla 1.**
*Distribución muestral por generación*

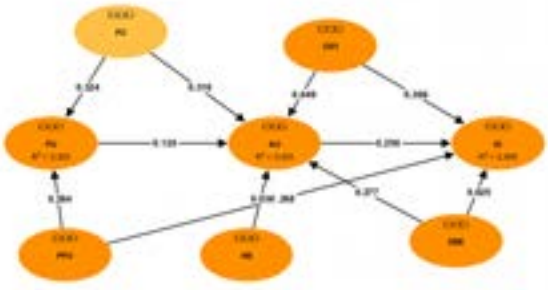
| Generación | Porcentaje (%) | Encuestas (#) |
|---|---|---|
| Generación Z | 39,74% | 153 |
| Milenials | 33,02% | 127 |
| Generación X | 21,71% | 83 |
| Baby Boomers | 5,53% | 21 |
| Total | 100,00% | 384 |

A su vez en términos de género las encuestas se distribuyen en 180 (46,85%) para hombres y 204 (53,15%) a mujeres.

La recolección de datos se realizó mediante la plataforma Microsoft Forms, lo que permitió obtener una gran cantidad de respuestas en un corto periodo de tiempo, optimizando recursos y reduciendo costos. La tabulación y análisis de los resultados se llevaron a cabo en Excel.

**Modelo de aceptación tecnológica (TAM)**

El Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM) fue utilizado para analizar cómo las percepciones de facilidad de uso y utilidad percibida influyen en la intención de uso de billeteras electrónicas. Este modelo, desarrollado por Davis (1989), ha sido ampliamente validado en el estudio de la adopción de nuevas tecnologías. Según Amin (2015), el TAM proporciona un marco teórico robusto para interpretar los datos, facilitando la comprensión de los factores que inciden en la adopción tecnológica.



**Discusión de resultados**

Los resultados de la encuesta revelan que la adopción de billeteras electrónicas en Loja es significativamente alta, con aproximadamente el 82% de los encuestados reportando haber utilizado esta tecnología. Este nivel de adopción puede explicarse, en parte, por la fuerte percepción de utilidad y el esfuerzo percibido, donde la mayoría de los usuarios considera que las billeteras electrónicas mejoran su experiencia de compra y son fáciles de utilizar. Estos hallazgos están en consonancia con el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), que subraya la importancia de la percepción de utilidad y la facilidad de uso como factores clave para la adopción de nuevas tecnologías. Según Davis (1989), estos dos elementos influyen significativamente en la actitud hacia el uso, lo que a su vez impacta en la intención de adopción.

Además, la confianza en las instituciones financieras y en las propias billeteras electrónicas refuerza su aceptación. Este resultado es consistente con estudios previos de Amin (2011) y Tho (2021), quienes identificaron la confianza como un factor determinante en la intención de uso de billeteras electrónicas en Malasia y Vietnam, respectivamente. Estos estudios destacan que la seguridad percibida y la confianza en el proveedor de servicios son aspectos cruciales para la adopción tecnológica.

A pesar de ello, persisten preocupaciones sobre la seguridad y el riesgo percibido, aunque no parecen ser suficientes para disuadir el uso de las billeteras electrónicas. Este contraste puede explicarse a través del estudio de Khalilzadeh, Ozturk y Bilgihan (2017), quienes argumentan que, si bien la percepción de riesgo y las preocupaciones de seguridad son barreras importantes, la percepción de beneficio y la utilidad percibida tienden a superarlas. Así, los usuarios en Loja reconocen los riesgos asociados con el uso de billeteras electrónicas, pero valoran más los beneficios que estas les aportan en su vida cotidiana.

En general, la combinación de estos factores indica una tendencia positiva hacia la integración y el uso continuo de las billeteras electrónicas, a pesar de las preocupaciones sobre privacidad y seguridad. Estos hallazgos están alineados con las observaciones de Toma y Popescu (2020), quienes concluyeron que la adopción de tecnologías digitales en el sector bancario ha mejorado la eficiencia de las operaciones, brindando mayor comodidad y seguridad a los usuarios. Esto sugiere que la percepción de utilidad puede superar las preocupaciones relacionadas con la seguridad.

Desde el punto de vista teórico, los hallazgos del estudio se alinean con teorías previamente establecidas sobre la adopción tecnológica. El TAM resalta la importancia de la percepción de utilidad y la facilidad de uso en la adopción de nuevas tecnologías. Además, estudios como los de Caja y Lupu (2021) indican que la facilidad de uso percibida es fundamental para la aceptación de nuevas tecnologías, ya que los usuarios tienden a adoptar herramientas que consideran sencillas de aprender y utilizar.

Asimismo, los resultados concuerdan con investigaciones que sugieren que las generaciones más jóvenes, como los Milenials y la Generación Z, son más propensas a adoptar nuevas tecnologías financieras debido a su mayor familiaridad y comodidad con el entorno digital. Un estudio de Chawla y Joshi (2021) destacó que estas generaciones muestran una mayor inclinación hacia el uso de tecnologías financieras debido a su competencia digital y su deseo de transacciones más rápidas y convenientes.

No obstante, el estudio también resalta un contraste con teorías que subestiman la importancia de la percepción de riesgo y seguridad. Según Gupta y Xu (2010), aunque la seguridad percibida es un factor significativo, a menudo es pasada por alto en favor de los beneficios percibidos. Sin embargo, en el contexto de Loja, la percepción de riesgo y seguridad emerge como una barrera crítica, lo que sugiere que las instituciones financieras deben esforzarse por mejorar la percepción de seguridad para promover una adopción más amplia y efectiva.

Un hallazgo particularmente relevante es el alto porcentaje de respuestas "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" en preguntas relacionadas con la confianza y seguridad. Este resultado podría indicar una falta de conocimiento o experiencia previa con las billeteras electrónicas. Según Rogers (2003), esta ambigüedad puede reflejar una etapa temprana en el proceso de adopción tecnológica, donde los usuarios aún están evaluando los pros y los contras antes de formar una opinión definitiva.

Finalmente, la investigación pone de relieve la importancia de la inclusión financiera y la necesidad de que las instituciones financieras trabajen en mejorar la percepción de seguridad y confiabilidad de las billeteras electrónicas. Esto es fundamental para fomentar una adopción más amplia y efectiva, en línea con las conclusiones de Kapoor, Dwivedi y Williams (2015), quienes enfatizan la necesidad de implementar estrategias de educación y sensibilización que aumenten la familiaridad y confianza de los usuarios en estos servicios.

## Conclusiones

La investigación ha identificado que los principales impulsores para la adopción de billeteras electrónicas en Loja son la expectativa de rendimiento y la facilidad de uso. Los encuestados perciben que estas aplicaciones bancarias mejoran su experiencia de compra y simplifican los pagos, reforzando la aceptación de la tecnología. Estos hallazgos, alineados con el Modelo de Aceptación Tecnológica (TAM), son relevantes para las instituciones financieras, ya que ofrecen información valiosa para el diseño de estrategias que promuevan el uso de billeteras electrónicas y mejoren la satisfacción de los usuarios.

A pesar de la solidez de los resultados, el estudio presenta limitaciones relacionadas con la falta de interés de algunos encuestados y el enfoque en una única ciudad, lo que restringe la generalización de los hallazgos. Investigaciones futuras podrían abordar la variabilidad en la adopción de esta tecnología en diferentes contextos socioeconómicos y explorar los factores que influyen en la reticencia de ciertos grupos de usuarios.

En resumen, los resultados destacan la importancia de la facilidad de uso, la percepción de utilidad y la confianza en las instituciones financieras como factores clave en la adopción de billeteras electrónicas, proporcionando una base sólida para el desarrollo de estrategias que impulsen la inclusión financiera y el uso de nuevas tecnologías en el sistema financiero de Loja.

## Referencias bibliográficas

ro/tecnologia-innovacion/tipos-de-innovacion/index.cshtml

Amselem, C. (02 de 11 de 2022). *Finance Digital*. Obtenido de Finance Digital: https://carlosamselem.com/2022/11/09/cuatro-maneras-de-innovar-en-la-experiencia-de-cliente/

Arias, R. (03 de 12 de 2018). *Fundación innovación bankinter*. Obtenido de Fundación innovación bankinter: https://www.fundacionbankinter.org/noticias/10-tipos-de-innovacion-iv-innovacion-en-la-experiencia/

ASOBANCA. (20 de 12 de 2022). *El desempeño de los bancos*. Obtenido de ASOBANCA: https://asobanca.org.ec/el-desempeno-de-los-bancos-contribuye-a-la-reactivacion-economica/#:~:text=El%20desempe%C3%B1o%20econ%C3%B3mico%20del%20Ecuador,estimaci%C3%B3n%20de%20agosto%20(3%25)

Azkue, I. d. (16 de 07 de 2023). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de Enciclopedia Humanidades: https://humanidades.com/innovacion/

BANCO CENTRAL. (2021). *LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICO CRECEN DURANTE LA PANDEMIA*. Quito.

BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA ARGENTINA. (01 de 11 de 2018). *BANCO CENTRAL DE LA REPUBLICA ARGENTINA*. Obtenido de Innovación Financiera: https://www.bcra.gob.

ar/SistemasFinancierosYdePagos/Innovacion_financiera.asp#:~:text=La%20innovaci%C3%B3n%20financiera%20es%20la,soluciones%20que%20mejoren%20los%20existentes.

Banco Central del Ecuador. (20 de 05 de 2022). *EL SISTEMA DE PAGOS INTERBANCARIOS DEL BCE CUMPLE 20 AÑOS DE FUNCIONAMIENTO*. Obtenido de EL SISTEMA DE PAGOS INTERBANCARIOS DEL BCE CUMPLE 20 AÑOS DE FUNCIONAMIENTO: https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1508-el-sistema-de-pagos-interbancarios-del-bce-cumple-20-anos-de-funcionamiento

Barrazueta, H. d. (26 de 05 de 2021). *Asamblea Nacional*. Obtenido de Ley organica de protección de datos personales: https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2021/06/Ley-Organica-de-Datos-Personales.pdf

Barrezueta, H. d. (03 de 02 de 2023). *ASAMBLEA NACIONAL*. Obtenido de https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/7e52b3d7-0ba5-4c58-a474-00e19fcbe127.pdf

Burneo, P. (11 de 2020). *ScotiaBank*. Obtenido de Canales de Recaudo aliados: https://www.scotiabankcolpatria.com/educacion-financiera/canales-de-recaudo-aliados

Carpio, M. (24 de 03 de 2023). *INESDI*. Obtenido de INESDI: https://www.inesdi.com/blog/innovacion-financiera-que-es/

Cuofano, G. (12 de 08 de 2023). *FourWeekMBA*. Obtenido de FourWeekMBA: https://fourweekmba.com/es/innovaci%C3%B3n/

Eschenbrenner, B. (2022). *Continuación de compras en línea después de COVID-19: una comparación de Canadá, Alemania y Estados Unidos.* Estados Unidos: ELSEVIER.

Escuela Superior Politéctica de Litoral. (11 de 03 de 2023). *Espol*. Obtenido de El uso de billeteras virtuales se incrementa en Ecuador: https://ceap.espol.edu.ec/es/content/el-uso-de-billeteras-virtuales-se-incrementa-en-ecuador

Estévez, Z. E. (11 de 04 de 2019). PROBLEMAS QUE AFECTAN EL DESEMPEÑO DEL SISTEMA FINANCIERO ECUATORIANO EN EL SIGLO XXI. *Revista: Caribeña de Ciencias Sociales*, págs. 4-13.

Fernández, G. H. (11 de 08 de 2019). *Centro Anáhuac de Ingeniería Empresarial*. Obtenido de Anáhuac México: https://www.anahuac.mx/mexico/noticias/Innovacion-Donde-y-cuando-se-origina#:~:text=La%20innovaci%C3%B3n%20naci%C3%B3%20con%20la,segunda%20mitad%20del%20siglo%20XVIII.

Fernandez, P. (07 de 2019). *Asociación de Bancos Multiples* . Obtenido de Asociación de Bancos Multiples : https://aba.org.do/index.php/blog-2/973-billeteras-electronicas-que-son-y-cuales-son-sus-ventajas

Ferri, S. (12 de 11 de 2019). *Banco Central de la República Argentina*. Obtenido de Innovación Financiera: https://www.bcra.gob.ar/SistemasFinancierosYdePagos/Innovacion_financiera.asp

Furnier, E. (2023). *Cómo la innovación ha transformando la banca para siempre.* Tijuana: VOZPOPULI.

González, F. (14 de 07 de 2019). *BBVA*. Obtenido de Innovación para la banca del siglo XXl: https://www.bbvaopenmind.com/articulos/innovacion-para-la-banca-del-siglo-xxi/

González, F. (06 de 11 de 2019). *Innovación para la banca del siglo XXI*. Obtenido de Innovación para la banca del siglo XXI: https://www.bbvaopenmind.com/articulos/innovacion-para-la-banca-del-siglo-xxi/

Granizo, D. (10 de 12 de 2022). *El desempeño de los bancos contribuye a la reactivación económica*. Obtenido de ASOBANCA: https://asobanca.org.ec/el-desempeno-de-los-bancos-contribuye-a-la-reactivacion-economica/#:~:text=El%20desempe%C3%B1o%20econ%C3%B3mico%20del%20Ecuador,estimaci%C3%B3n%20de%20agosto%20(3%25)

Gutiérrez, M. A. (02 de 04 de 2019). *Revista Científica UISRAEL*. Obtenido de SCielo: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2631-27862019000300009#:~:text=La%20innovaci%C3%B3n%20no%20solo%20les,que%20ofrecen%20en%20el%20mercado.

ITU. (2013). *Informe sobre la medición de la sociedad de la información.* Ginebra, Suiza.

Jimenez, T. (28 de 10 de 2021). *Thales*. Obtenido de Thales: https://www.thalesgroup.com/es/espana/magazine/7-innovaciones-cambiaran-las-gestiones-bancarias

Liñares, B. (28 de 10 de 2021). *Thales Building future*. Obtenido de Thales Building future: https://www.thalesgroup.com/es/espana/magazine/7-innovaciones-cambiaran-las-gestiones-bancarias

Palacios, J. (03 de 09 de 2018). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de Red de Agentes para la Innovación: https://www.eoi.es/blogs/redinnovacionEOI/2015/09/03/que-es-la-innovacion/#comments

Palacios, J. (s.f.). *Escuela de organización industrial*. Obtenido de EI.

Parra, A. (01 de 10 de 2020). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: https://www.questionpro.com/blog/es/innovacion-en-la-experiencia-del-cliente-para-alcanzar-grandes-resultados/

Peiró, R. (14 de 11 de 2019). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia: https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html

Portela, D. P. (03 de 2021). *Idra Company*. Obtenido de Blog Neo: https://www.indracompany.com/es/blogneo/innovacion

Power, J. (12 de 07 de 2023). *Dashlane*. Obtenido de ¿Son seguras las billeteras digitales?: https://www.dashlane.com/blog/es/son-seguras-las-billeteras-digitales

Rankingslatam. (06 de 2022). *rankingslatam*. Obtenido de Mercado de Tarjetas de Crédito y Débito en Ecuador - Ranking: https://rankingslatam.com/es-la/blogs/industry-news/credit-and-debit-cards-market-in-ecuador-2022-06-rankings

Reyes, M. (2019). LA BANCA POR INTERNET COMO INNOVACIÓN TECNOLÓGICA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 24-29.

Roa, M. J. (29 de 10 de 2020). *Portal Findev*. Obtenido de Digitalización financiera para una inclusión financiera efectiva: Barreras e intervenciones: https://www.findevgateway.org/es/blog/2020/10/digitalizacion-financiera-para-una-inclusion-financiera-efectiva-barreras-e

Rodríguez, D. (13 de 04 de 2021). *Concepto Ciencia*. Obtenido de Concepto Ciencia: https://www.fundacionbankinter.org/noticias/que-es-la-innovacion/

Román, F. (23 de 02 de 2023). Transformación digital financiera: en qué consiste y pasos que debes dar. *SAP Spain Centro de Noticias*, págs. https://news.sap.com/spain/2023/02/transformacion-digital-financiera/.

Rufián, A. J. (2019). *Innovación como medio de.* San Juan: Estudios de Economía y Empresa.

Sacoto, P. (29 de 11 de 2020). *Universidad Autónoma del Perú*. Obtenido de Universidad Autónoma del Perú: https://www.autonoma.pe/blog/que-es-innovacion/

Santos, J. F. (11 de 09 de 2023). *Sydle*. Obtenido de Tipos de innovación:

¿cuáles son y cómo aplicarlos en tu empresa?: https://www.sydle.com/es/blog/tipos-de-innovacion-619541bf351e93287c42a7de

Schultz, M. F. (11 de 06 de 2019). *OMPI*. Obtenido de ompi revista: https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2017/03/article_0003.html

Schumpeter. (16 de 07 de 2021). *InfoSegurity*. Obtenido de Innovación para la Banca Digital: https://www.infosecuritymexico.com/es/blog/innovacion-para-la-banca-digital.html

Shaw, N. (2022). *Hacia un modelo de difusión de innovaciones de aplicaciones móviles: un estudio multinacional sobre la adopción de billeteras móviles.* Denver: ELSERVIER.

Solines, M. G. (2022). *Documento estadístico anual de medios de pagos electrónicos en Ecuador.* Quito: Banco Central del Ecuador.

Summerfield, R. (09 de 11 de 2020). *Kreston Ecuador*. Obtenido de Kreston Ecuador: https://krestonecuador.com/innovacion-en-servicios-financieros/

Superintendencia de Bancos . (2020). *Superintendencia de Bancos*. Obtenido de Superintendencia de Bancos: https://www.superbancos.gob.ec/bancos/wp-content/uploads/downloads/2018/05/Literal_a2_jun_17.pdf

Valle, J. I. (2022). *La perspectiva de Deloitte sobre.* Version Deloitte.

Vásconez, L. (05 de 05 de 2023). *El uso de billeteras virtuales se incrementa en Ecuador*. Obtenido de El Comercio: https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/uso-billeteras-virtuales-incremento-ecuador.html

Velasteguí, J. (31 de 10 de 2022). *Pacific Credit Rating*. Obtenido de Ecuador: Sector Cooperativas (Segmento 1): https://ww1.ratingspcr.com/prensa/EC-SECOOP-202209.pdf

Villena, J. F. (19 de 04 de 2022). *Gestión Peruana*. Obtenido de Billeteras digitales: un camino hacia la inclusión financiera: https://gestion.pe/opinion/billeteras-digitales-un-camino-hacia-la-inclusion-financiera-opinion-noticia/