



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 1

Neiva, 1 de abril del 2019

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN  
UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Adriana Montenegro Valderrama, con C.C. No. 1.080.291.346,  
Maraviz Sarmiento Manrique, con C.C. No. 36.303.124,  
Lisseth Cruz Ruiz, con C.C. No. 1.075.291.982,

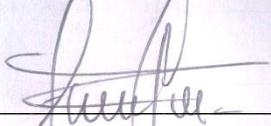
Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado Titulado Diagnóstico del Estado de la Digitalización Financiera en la Ciudad de Neiva presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar al título de administrador financiero;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

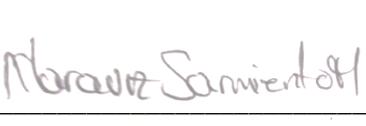
- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales "open access" y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

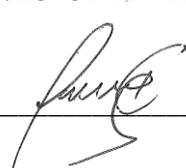
EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: 

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: 

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: 

Vigilada Mineducación



**TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO:** Diagnóstico del estado de la digitalización financiera en la ciudad de Neiva

**AUTOR O AUTORES:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Montenegro Valderrama	Adriana
Sarmiento Manrique	Maraviz
Cruz Ruiz	Lisseth

**DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
González González	Gloria Liliana
Bernal Cerquera	Francisco Rivelino
Castañeda Cerquera	Jorge Eliecer

**ASESOR (ES):**

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

**PARA OPTAR AL TÍTULO DE:** Administrador financiero

**FACULTAD:** Economía y administración

**PROGRAMA O POSGRADO:** Administración Financiera

**CIUDAD:** Neiva

**AÑO DE PRESENTACIÓN:** 2019

**NÚMERO DE PÁGINAS:** 65



<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>2 de 4</b>
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	---------------

**TIPO DE ILUSTRACIONES** (Marcar con una X):

Diagramas\_\_X\_ Fotografías\_\_ Grabaciones en discos\_\_ Ilustraciones en general\_\_ Grabados\_\_  
Láminas\_\_ Litografías\_\_ Mapas\_\_ Música impresa\_\_ Planos\_\_ Retratos\_\_ Sin ilustraciones\_\_  
Tablas o Cuadros\_\_

**SOFTWARE** requerido y/o especializado para la lectura del documento:

**MATERIAL ANEXO:** Encuesta

**PREMIO O DISTINCIÓN** (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):

**PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:**

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Banco	Bank
2. Finanzas	finance
3. Servicios	Services
4. Aplicación móvil	Mobile app
5. Fintech	Fintech
6. Digitalización	Digitization

**RESUMEN DEL CONTENIDO:** (Máximo 250 palabras)

La innovación es una característica transversal a todas las actividades del ser humano, y las actividades financieras no podrían apartarse de esta. De hecho, bancos, aseguradoras y entidades del sector han entendido bien la necesidad de adelantar e incorporar ambiciosos programas de digitalización de cara a mejorar sus procesos internos, así como aquellos que están al servicio de los usuarios del sistema financiero.

Según lo anterior, este trabajo intenta responder a las necesidades de las empresas del sector financiero de la ciudad de Neiva, diagnosticando la situación actual del uso de los canales digitales como parte del proceso de la digitalización financiera de la ciudad; para así tener bases para la toma de decisiones a la hora de invertir en innovación.

Este trabajo se desarrolla en varios capítulos que darán respuesta a los objetivos propuestos: primero se expondrá en el marco referencial los conceptos, desarrollo teórico y estado del arte del uso de los canales digitales en el sector financiero, para luego pasar a



exponer de qué manera se diseñó este proyecto y los resultados de la aplicación del instrumento desarrollado en base a la Encuesta de Medición de las Capacidades Financieras en los Países Andinos (CAF – Banco de Desarrollo de América Latina, 2014), en donde se indago a una muestra significativa de Neivanos acerca del uso y grado de confianza de los canales digitales para servicios financieros. Por último, se generan las principales conclusiones ligadas a los objetivos, derivadas de todo este trabajo y algunas recomendaciones.

**ABSTRACT:** (Máximo 250 palabras)

Innovation is a characteristic that is transversal to all activities of the human being, and financial activities can not be separated from it. In fact, banks, insurers and entities of the sector have understood well the need to advance and incorporate ambitious digitalization programs in order to improve their internal processes, as well as those that are at the service of users of the financial system.

According to the above, this work tries to respond to the needs of companies in the financial sector of the city of Neiva, diagnosing the current situation of the use of digital channels as part of the process of financial digitalization of the city; in order to have bases for making decisions when investing in innovation.

This work is developed in several chapters that will respond to the proposed objectives: first, the concepts, theoretical development and state of the art of the use of digital channels in the financial sector will be discussed in the reference framework, and then proceed to explain how This project was designed and the results of the application of the instrument developed based on the Survey of Measurement of Financial Capabilities in the Andean Countries (CAF - Development Bank of Latin America, 2014), where a significant sample of Deny us about the use and degree of confidence of digital channels for financial services. Finally, the main conclusions related to the objectives are generated, derived from all this work and some recommendations.

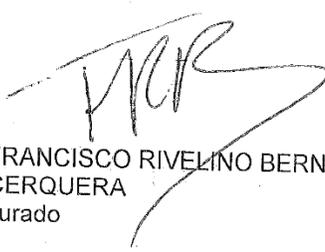
**APROBACION DE LA TESIS**

Nombre Presidente Jurado:

Firma:

  
GLORIA LILIANA GONZALEZ GONZALEZ  
Presidente

Nombre

  
FRANCISCO RIVELINO BERNAL  
CERQUERA  
Jurado

Firma:

Vigilada mieducación



UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA  
GESTIÓN SERVICIOS BIBLIOTECARIOS



DESCRIPCIÓN DE LA TESIS Y/O TRABAJOS DE GRADO

<b>CÓDIGO</b>	<b>AP-BIB-FO-07</b>	<b>VERSIÓN</b>	<b>1</b>	<b>VIGENCIA</b>	<b>2014</b>	<b>PÁGINA</b>	<b>4 de 4</b>
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	---------------

Nombre:

Firma:

  
JORGE ELIECER CASTAÑEDA  
CERQUERA  
Jurado

Vigilada mieducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional [www.usco.edu.co](http://www.usco.edu.co), link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.

**DIAGNOSTICO DEL ESTADO DE LA DIGITALIZACION FINANCIERA EN  
LA CIUDAD DE NEIVA**

**ADRIANA MONTENEGRO VALDERRAMA**

**MARAVIZ SARMIENTO MANRIQUE**

**LISSETH CRUZ RUIZ**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN**

**ADMINISTRACIÓN FINANCIERA**

**NEIVA – HUILA**

**2019**

**DIAGNOSTICO DEL ESTADO DE LA DIGITALIZACION FINANCIERA EN  
LA CIUDAD DE NEIVA**

**ADRIANA MONTENEGRO VALDERRAMA**

**MARAVIZ SARMIENTO MANRIQUE**

**LISSETH CRUZ RUIZ**

**UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA**

**FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN**

**ADMINISTRACION FINANCIERA**

**NEIVA - HUILA**

**2019**

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del Director**

---

**Firma del Evaluador**

---

**Firma del Evaluador**

## **DEDICATORIAS**

Este trabajo es dedicado primero a Dios, por darnos la posibilidad de cumplir esta gran meta.

A nuestros padres con mucho amor y cariño por todo ese apoyo incondicional en nuestra formación académica, que fue esencial para sacar nuestros sueños adelante para así tener un mejor futuro.

## **AGRADECIMIENTOS**

Nuestro proyecto es el resultado de muchos y grandes esfuerzos conjunto de todos los que formamos este grupo. Por eso infinitas gracias a nuestros padres a quienes a lo largo de toda la vida nos han apoyado y motivado a nuestra formación académica, creyeron en nosotras en todo momento y no dudaron en nuestras habilidades. A nuestros profesores a quienes les debemos gran parte de nuestros conocimientos, gracias por tanta paciencia y enseñanza y finalmente un eterno agradecimiento a esta prestigiosa universidad la cual abrió sus puertas a jóvenes como nosotros, preparándonos para un futuro competitivo y formándonos como personas de bien.

## TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	11
1. Planteamiento del problema.....	13
2. Objetivos.....	14
2.1. Objetivo general.....	14
2.2. Objetivos específicos.....	14
3. Justificación.....	15
4. Marco referencial.....	17
4.1. Marco Conceptual.....	17
4.2. Marco Teórico.....	18
4.2.1. La revolución de las FinTech.....	18
4.2.2. Big data.....	19
4.2.3. RegTech.....	20
4.2.4. Pagos móviles y comercio electrónico.....	21
4.2.5. Teoría de la difusión de las innovaciones (Rogers, 1995).....	22
4.2.6. Desarrollo histórico-legal de la banca colombiana.....	23
4.2.7. Desarrollo de la banca digital en Colombia.....	25
4.3. Marco Legal.....	26

4.3.1.	La constitución política. ....	27
4.3.2.	Ley 45 de 1990. ....	27
4.3.3.	Ley 35 de 1993. ....	27
4.3.4.	Ley 510 de 1999. ....	28
4.3.5.	Ley 795 de 2003. ....	28
4.3.6.	Ley 1328 de 2009. ....	28
4.3.7.	Decreto 663 de 1993. ....	28
4.3.8.	Ley 527 de 1999. ....	29
4.3.9.	Ley 1266 de 2008. ....	29
4.3.10.	Ley 1273 de 2009. ....	29
4.4.	Trabajos desarrollados. ....	29
4.4.1.	A nivel local. ....	29
4.4.2.	A nivel nacional. ....	31
4.4.3.	A nivel internacional. ....	32
5.	Diseño del proyecto. ....	34
6.	Resultados. ....	37
6.1.	Género. ....	37
6.2.	Edad. ....	38
6.3.	Situación laboral. ....	39

6.4.	Nivel de educación.....	40
6.5.	Productos financieros utilizados en la ciudad de Neiva .....	41
6.6.	Canales digitales más utilizados .....	42
6.7.	Fuentes de información que influencia las preferencias del uso de canales digitales para servicios financieros .....	43
6.8.	Características de los canales digitales para servicios financieros .....	45
6.9.	Frecuencia de uso de los canales digitales para servicios financieros en la ciudad de Neiva .....	46
6.10.	Evaluación del nivel de confianza de los canales digitales para acceder a servicios financieros en la ciudad de Neiva.....	47
6.11.	El sector financiero en la ciudad de Neiva y servicios que ofrece por canales digitales	48
7.	Conclusiones .....	50
8.	Recomendaciones.....	52
9.	Bibliografía.....	53
10.	Anexos.....	58
	Anexo A. Encuesta sobre el Diagnostico de la Digitalización Financiera en la ciudad de Neiva. ....	58
	Anexo B. Vista online de la encuesta sobre el Diagnostico de la Digitalización Financiera en la ciudad de Neiva. ....	60

## Lista de tablas

Tabla 1. Género de la muestra. ....	37
Tabla 2. Distribución por edad de la muestra. ....	38
Tabla 3. Situación laboral actual de los encuestados.....	39
Tabla 4. Nivel de educación de la muestra. ....	40
Tabla 5. Productos financieros utilizados en la ciudad de Neiva. ....	41
Tabla 6. Canales digitales más utilizados en Neiva para servicios financieros.....	42
Tabla 7. Fuentes de información de influencia para la preferencia de canales digitales para servicios financieros. ....	44
Tabla 8. Características de los canales digitales para productos financieros en la ciudad de Neiva.....	45
Tabla 9. Frecuencia de uso de canales digitales para el acceso a servicios financieros en la ciudad de Neiva. ....	46
Tabla 10. Nivel de confianza de los canales digitales para servicios financieros de la ciudad de Neiva. ....	47

## Lista de Gráficos

Gráfico 1. Género de la muestra. Fuente: Elaboración propia. ....	37
Gráfico 2. Distribución por edad de la muestra. Fuente: Elaboración propia. ....	39
Gráfico 3. Situación laboral actual de los encuestados. Fuente: Elaboración propia. ....	40
Gráfico 4. Nivel de educación de la muestra. Fuente: Elaboración propia. ....	41
Gráfico 5. Productos financieros utilizados en la ciudad de Neiva. Fuente: Elaboración propia. ....	42
Gráfico 6. Canales digitales más utilizados en Neiva para servicios financieros. Fuente: Elaboración propia. ....	43
Gráfico 7. Fuentes de información de influencia para la preferencia de canales digitales para servicios financieros. Fuente: Elaboración propia. ....	44
Gráfico 8. Características de los canales digitales para productos financieros en la ciudad de Neiva. Fuente: Elaboración propia. ....	45
Gráfico 9. Frecuencia de uso de canales digitales para el acceso a servicios financieros en la ciudad de Neiva. Fuente: Elaboración propia. ....	47
Gráfico 10. Nivel de confianza de los canales digitales para servicios financieros de la ciudad de Neiva. Fuente: Elaboración propia. ....	48

## Introducción

El sector financiero de un país siempre estará ligado a su historia: en Colombia ha evolucionado a lo largo de 200 años, remontando sus inicios a actividades crediticias heredadas de la época de la colonia, pasando por la hermetización de las finanzas durante las grandes crisis; teniendo varias transformaciones como banca libre, hasta llegar a ser la banca diversificada que conocemos hoy en día. Actualmente, las entidades bancarias se encuentran reguladas y generan bastante confianza en el público, a pesar de las críticas. (Argáez, 2010).

La innovación es una característica transversal a todas las actividades del ser humano, y las actividades financieras no podrían apartarse de esta. De hecho, bancos, aseguradoras y entidades del sector han entendido bien la necesidad de adelantar e incorporar ambiciosos programas de digitalización de cara a mejorar sus procesos internos, así como aquellos que están al servicio de los usuarios del sistema financiero.

Según lo anterior, este trabajo intenta responder a las necesidades de las empresas del sector financiero de la ciudad de Neiva, diagnosticando la situación actual del uso de los canales digitales como parte del proceso de la digitalización financiera de la ciudad; para así tener bases para la toma de decisiones a la hora de invertir en innovación.

Este trabajo se desarrolla en varios capítulos que darán respuesta a los objetivos propuestos: primero se expondrá en el marco referencial los conceptos, desarrollo teórico y estado del arte del uso de los canales digitales en el sector financiero, para luego pasar a exponer de qué manera se diseñó este proyecto y los resultados de la aplicación del instrumento desarrollado en base a la *Encuesta de Medición de las Capacidades Financieras en los Países Andinos* (CAF – Banco de Desarrollo de

América Latina, 2014), en donde se indago a una muestra significativa de Neivanos acerca del uso y grado de confianza de los canales digitales para servicios financieros. Por último, se generan las principales conclusiones ligadas a los objetivos, derivadas de todo este trabajo y algunas recomendaciones.

## 1. Planteamiento del problema

Hay retos importantes que enfrenta la banca colombiana, día tras día: “La industria financiera en Colombia se enfrenta a una transformación que habilita nuevas formas de hacer y de operar con un componente radicalmente distinto, que es el medio digital.”, afirma el presidente de BBVA Colombia para la revista Dinero (2017).

Con el desarrollo de la tecnología se ha despertado un nuevo modelo de consumo: en Colombia se han realizado importantes esfuerzos del sistema financiero dirigidos a los clientes, brindando la facilidad de acceder a los servicios de cada entidad desde cualquier sitio.

Teniendo en cuenta la anterior situación, se hace necesario conocer si el acceso a este servicio financiero, es decir plataformas digitales financieras (páginas web y aplicaciones), son de alta aceptación en la ciudad de Neiva, y si satisfacen las necesidades que los clientes desean cumplir.

Hay que tener muy en cuenta, frente a este escenario que:

*“A medida que el impacto de estas tecnologías en el sector de los servicios financieros crece exponencialmente, es de suma importancia que las organizaciones y sus líderes las conozcan y desarrollen un entendimiento de cómo usarlas para impulsar el crecimiento, reducir costes y aumentar la competitividad en una era digital” (Acevedo, 2016)*

Dicho lo anterior, el siguiente proyecto buscara responder a la pregunta:

***¿Cuál es la situación de la digitalización financiera en la ciudad de Neiva?***

## **2. Objetivos**

### **2.1. Objetivo general**

- Diagnosticar la situación de la digitalización financiera en la ciudad de Neiva, medida por el uso de canales digitales para acceder a servicios financieros.

### **2.2. Objetivos específicos**

- Conocer la frecuencia en la utilización de canales digitales para el acceso a servicios del sector financiero.
- Identificar cual es el uso de canales digitales para el acceso a servicios del sector financiero.
- Determinar el grado de confianza que genera el gobierno y las empresas a los usuarios que utilicen estos canales digitales.

### 3. Justificación

Los bancos nacen como herramienta para regular el intercambio y préstamo de divisas, sin embargo, con el pasar del tiempo, se convirtieron en entidades más complejas que abarcaron todo tipo de público (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras - SBIF (Chile) , 2018).

Su historia refleja cómo se fue adaptando a los cambios y necesidades: primero con las fiducias, créditos hipotecarios y refaccionarios; luego las fianzas, el arrendamiento financiero, tarjetas de crédito y el factoraje (Donatello, 2017).

Según (López, *et al.*, 2012):

*“Analizar la historia del sistema financiero colombiano permite comprender la evolución de la banca, como gran impulsor de la economía nacional a través del tiempo y entender cómo este sector económico ha leído el contexto y ha aprovechado las oportunidades que el mercado le ha mostrado en sus diferentes etapas para llegar a conseguir la solidez y el continuo crecimiento que se conoce hoy”*

De igual forma, la banca debe estar al día en las tendencias y cambios, que pueden influir en la competencia nacional e internacional: la multiplicación de los servicios financieros y servicios adicionales que el mercado exija, la amplia bancarización que se está dando en el país, y el crecimiento de la inversión extranjera (López, *et al.*, 2012).

Por medio de transacciones bancarias desde una aplicación o sitio web, se viene aplicando la digitalización financiera en nuestro país, esto conlleva a una transformación digital, la cual es sustentada por las nuevas generaciones y el desarrollo de nuevos mercados; sin embargo, el país se queda corto en cuanto a bancarización digital se refiere (Ospina, 2017).

Según el Banco de Desarrollo de América Latina (2016), la digitalización financiera promueve la eficiencia en dicha industria, además de la inclusión de población desatendida; sin embargo, el paso a la digitalización ha sido un esfuerzo que desde siempre ha procurado la industria bancaria: desde finales de siglo XIX la banca se relaciona con las innovaciones que se dieron en la informática y las telecomunicaciones. Descubrimientos como el telégrafo, el cable transatlántico y luego el fax; en conjunto con el avance en los medios de transporte, contribuyeron a la globalización del sector financiera. Por otro lado, en 1967 en Londres se presenta el primer cajero automático, siendo más específicamente, a partir de este acontecimiento, que las entidades bancarias en todo el mundo piensan más seriamente en evolucionar en el uso de las tecnologías. Ya con la aparición de internet en 1991, aparecen también las posibilidades de ofrecer sus servicios en línea; surgiendo clientes y sucursales online, que empezaron a facilitar las transacciones (López, *et al.*, 2012)

Según lo anterior, por obvias razones, las empresas del sector financiero estarán más dispuestas a invertir en digitalización: “En concreto, la encuesta Global Insights Pulse del segundo trimestre del 2016 encontró que el sector financiero lidera las respuestas con el 63%. Le siguen las telecomunicaciones (32%), la asistencia médica (26%) y los bienes de consumo de alta rotación minoristas y mayoristas (24%)” (Pulso Social, 2017).

En conclusión, se puede afirmar que:

*“La evolución y el cambio constante hacen que las empresas y, en concreto, el sector financiero tenga que avanzar hacia un mundo digital. Los clientes reclaman que sus necesidades estén cubiertas en un sólo clic, que puedan satisfacerlas a través de un dispositivo electrónico, en definitiva, a través de la red”* (Fernández, 2018).

## 4. Marco referencial

### 4.1. Marco Conceptual

- **BANCO:** “Empresa dedicada a realizar operaciones financieras con el dinero procedente de sus accionistas y de los depósitos de sus clientes” (Real Academia de la Lengua Española, 2018).
- **FINANZAS:** “Finanzas es el área de la economía que estudia el funcionamiento de los mercados de dinero y capitales, las instituciones que operan en ellos, las políticas de captación de recursos, el valor del dinero en el tiempo y el coste del capital” (El Economista, 2018).
- **BANCA DIGITAL:** “prestación de servicios financieros al cliente mediante equipos informáticos de manera que pueda realizar sus transacciones bancarias en tiempo real” (El Economista, 2018).
- **APLICACIÓN MÓVIL O APP:** “Es un programa informático creado para llevar a cabo o facilitar una tarea en un dispositivo informático” (Sistemas.com, 2018).
- **FINTECH:** “la innovación tecnológica en los servicios financieros siguiendo el patrón de lo que se ha hecho desde el sector de la tecnología con las industrias de los medios de comunicación, turismo y telecomunicaciones en los últimos 15 años” (oroyfinanzas.com, 2015).
- **DIGITALIZACION FINANCIERA:** proceso por el cual las entidades financieras desarrollan nuevos canales y productos, adaptan infraestructura tecnológica, generando cambios profundos en su organización con el fin de posicionarse estratégicamente en el entorno digital

- **CANALES DIGITALES:** herramientas heterogéneas e intangibles, que se conciben como nuevos medios de interacción entre oferta y demanda (Huércanos, 2015)
- **SERVICIOS FINANCIEROS:** se reconoce como los procesos necesarios para adquirir bienes financieros, o la transacción necesaria para conseguir dichos bienes (Asmundson, 2011).

## **4.2. Marco Teórico**

### **4.2.1. La revolución de las FinTech**

“Las primeras empresas Fintech aparecieron hacia la segunda mitad de los 90 con la masificación del uso del internet y el florecimiento de la banca y el comercio electrónicos”. Los modelos Fintech, usan la tecnología digital para la oferta de servicios financieros, satisfaciendo necesidades puntualizadas de segmentos específicos del mercado, y generando oportunidades de inversión (Nava & Medina, 2017). Este término relativamente nuevo, producto de la globalización, que se concibe como uno de los grandes avances en innovación financiera, engloba todo lo que tiene que ver con actividades en pro del desarrollo tecnológico, específicamente para el sector financiero, aportando valor agregado (Sánchez, 2018).

Según (Valverde, 2016), dentro de la evolución en la implantación y adopción del FinTech, podemos encontrar tres grandes etapas: la informatización de los servicios financieros que generan ganancias de eficiencia, la generalización del uso de internet, y por último la democratización de la información traducida en el big data.

Dentro de las ventajas de las FinTech, según el Banco de Desarrollo de América Latina (2016), se destacan: la facilidad en los pagos de una manera simple y rápida, pueden remplazar cajeros y sucursales ahorrándole a las entidades miles de utilidades,

pueden entender al cliente satisfaciendo sus necesidades y procurando protegerlo del fraude, por ultimo pueden incursionar en nuevos segmentos y poblaciones del mercado.

#### **4.2.2. Big data.**

*“Los Big Data, los datos masivos, se refieren a cosas que se pueden hacer a gran escala, pero no a una escala inferior, para extraer nuevas percepciones o crear nuevas formas de valor, de tal forma que transforman los mercados, las organizaciones, las relaciones entre los ciudadanos y los gobiernos, etc.”*

(Mayer-Schönberger & Cukier, 2013).

Estos big data, van de la mano de los open data: estos últimos se entienden como “la apertura (o puesta a disposición de cualquiera) de datos digitales” (Ferrer-Sapena & Sánchez-Pérez, 2013).

Dentro de las principales características de este tipo de datos, se reconocen algunas como: disponibilidad y acceso, reutilización y redistribución, participación universal, entre otras (Ferrer-Sapena & Sánchez-Pérez, 2013).

El fenómeno Big Data, se concibe en la década de los 80 con la aparición de los equipos de cómputo y la creación de herramientas de análisis de información; desarrollándose hasta lograr procesos conjuntos de análisis de datos, llamados las “uves”, como la variedad, volumen, velocidad, veracidad, visualización, y/o valor de los datos, los cuales no se creían posibles de realizar en agregado. Aparte, las técnicas Big Data, difieren de otras herramientas de procesamiento tradicional, por el uso intensivo de algoritmos y la utilización de los datos para variedad de fines (González, 2016).

Dentro de los beneficios del uso de los Big Data, se pueden destacar el hecho de que pueden:

*“ofrecer una visión cada vez más precisa de las fluctuaciones y rendimientos de todo tipo de recursos, permitir realizar adaptaciones experimentales a cualquier escala de un proceso y conocer su impacto en tiempo casi real, ayudar a conocer mejor la demanda y así realizar una segmentación mucho más ajustada de la oferta para cada bien o servicio, o acelerar la innovación y la prestación de servicios cada vez más innovadores y más eficientes”* (González, 2016) parafraseando a (Puyol, 2014).

#### **4.2.3. RegTech**

Otro concepto importante a desarrollar para fortalecer el marco teórico de este trabajo, es el de RegTech, el cual tiene que ver con toda la legislación a desarrollar para sustentar las dinámicas en el entorno digital de los distintos sectores que se quieran acoger a la digitalización de sus productos o servicios.

Los antecedentes de este movimiento datan de varios eventos: la crisis financiera del 2008 generó la necesidad de acumular masivamente los datos de toda entidad supervisada, el adelanto en las tecnologías de la acumulación de datos, beneficios económicos para nuevas prácticas de eficiencia, la necesidad de mejorar las herramientas de supervisión. Por otra parte, el movimiento RegTech se traza en tres sectores: las industrias e instituciones financieras, los entes reguladores de estas instituciones, y los países en desarrollo que están implementando estas tecnologías (Garcés, 2017).

Dentro de las reformas regulatorias y requisitos de cumplimiento que han impuesto el movimiento RegTech, se encuentran: la globalización de las finanzas con el apoyo de las nuevas Normas Internacionales de Información Financiera-NIIF, el impacto de las RegTech en las crisis financieras como la de 2008 que abrió paso a este movimiento, el rechazo de distintas formas de ilegalidad financiera como el lavado de

dinero y la propuesta de individualización de los servicios procurando conocer el cliente, generar reportes regulatorios constantes y realizar pruebas de estrés, generación de bases de datos y presentación de las mismas a clientes e inversionistas, evaluación de capital, gestión de riesgo, y por último la utilidad de servicios compartidos y el cumplimiento global (Garcés, 2017).

Como se puede observar, la regulación de las tecnologías financieras se abre caminos importantes, sin embargo:

*“...la mayoría de las iniciativas regulatorias actuales se ocupan de los potenciales problemas de crédito al consumidor centrándose en la protección, pero no necesariamente en la experiencia en los servicios digitales. En próximos desarrollos legislativos, las autoridades deberán equilibrar tanto los beneficios que aportan estas innovaciones como los requisitos legales que deben cumplir para salvaguardar a los consumidores y al sistema financiero en general.”*

(BBVA Research, 2016)

Es por esto que “la fortaleza de la revolución digital para el regulador reside en cómo las Instituciones Regulatorias pueden utilizar dichas herramientas tecnológicas para adaptar las normativas vigentes y adecuarlas a la transformación de los modelos de negocio de la Industria Financiera” (Deloitte, 2016).

#### **4.2.4. Pagos móviles y comercio electrónico**

Dentro de las innovaciones en los movimientos del mercado, se encuentra la apertura a nuevas posibilidades en transacciones de pago y adquisición de productos o servicios; es así como la digitalización del dinero, los productos y servicios se vuelve fundamental en la práctica de pagos por medio del móvil y generación de mercados electrónicos.

El comercio electrónico comprende un sin número de ventajas frente al comercio presencial, dentro de las cuales se destacan: horarios ilimitados de apertura de los mercados, no limitación en la ubicación de los mercados, ósea a cualquier hora en cualquier lugar; y simplicidad en su uso ya que la digitalización debe ir de la mano con esta característica para entregar la información clara al cliente (Gordon & Gutiérrez, 2006).

Este tipo de mercados, dependerá de una compleja infraestructura tecnológica, que proporciona a los clientes diversos canales de acceso a velocidades óptimas para la transferencia de la información y llevar a cabo las diversas transacciones (Robayo-Botiva, 2012)

Dicho lo anterior, según (Liu, *et al.*, 2010) las principales características de este tipo de mercados son la accesibilidad y movilidad, lo que hace que se clasifique en las siguientes categorías: servicio de momentos críticos, servicio de reconocimiento de ubicación, servicio de pagos y banca en línea, y servicios de entrega de contenido.

Con respecto a nuestro país, en lo referente al comercio electrónico, “Se pronostica que por lo menos hasta 2019 continuará creciendo a una tasa del 17% anual, para alcanzar la cifra de USD 85.000 millones finalizando ese año. En este panorama, Colombia es uno de los países con mejor pronóstico para las ventas digitales en la región.” (BlackSip, 2017).

#### **4.2.5. Teoría de la difusión de las innovaciones (Rogers, 1995)**

Frente a todos estos cambios en las dinámicas del mercado, el autor Everett Rogers, propone una teoría que plantea la comprensión de las nuevas innovaciones, explicando los procesos sociales cambiantes, y como la abstracción de la misma determina su acogida en el público.

Esta teoría propone como fundamento 4 elementos claves: la innovación, los canales de comunicación, el tiempo, y el sistema social.

Primero para este autor, la innovación es continua y planeada, permitiéndoles ser eficiente y dándoles un carácter de adaptabilidad: las ideas acogidas permanecen, mientras que las rechazadas se extinguen.

Dentro de estos procesos de innovación existirán los siguientes agentes: los innovadores, los adoptantes tempranos, la mayoría temprana, la mayoría tardía, y los rezagados. Al igual que existirán factores que impulsen o limiten los cambios, como lo pueden ser: las tecnologías, las mismas organizaciones y el entorno donde se desarrollen, la implementación de las tecnologías dentro de las organizaciones, la generación de innovación por parte de las organizaciones, la innovación y la influencia de la sociedad en estas, y el desplazamiento o acogida de las innovaciones.

#### **4.2.6. Desarrollo histórico-legal de la banca colombiana.**

El sistema financiero colombiano es bastante completo en su organización:

Desde 1871, se inicia la creación de entidades bancarias en todo el país, al igual que la emisión de los primeros billetes (convertibles por oro) por la banca privada, ya que hasta el momento solo se manejaban monedas de oro, plata y cobre; en este periodo conocido como banca libre, el estado no imprimía sus billetes ni tenía banco propio (Roca, 1998).

Ya para 1880, se ve la necesidad de crear una institución crediticia que financiara el desarrollo del país: así que se crea el banco nacional mediante la Ley 39 del 16 de junio de ese año. Con este cambio, también se tuvo que suspender la convertibilidad de los billetes por oro. Sin embargo, todos estos esfuerzos concluyeron en un desorden monetario, que solo se reguló con la vinculación de la banca privada (Ordoñez & Vinicio, 2016).

Según el trabajo de (López, *et al.*, 2012), en 1957 por medio del decreto 336, nacen las corporaciones financieras; las cuales se crean con el objetivo de ser captadores de recursos e impulsores de la industria manufacturera. Luego nacen los bancos como mediadores financieros, para ya en la década de los 70 aparecer las compañías de financiamiento comercial, las cuales regularon el mercado extra bancario.

Entrando el siglo XX, el país afronta una crisis que obligo a liquidar el Banco Central de Colombia; más adelante para los años 20, luego de la I Guerra Mundial, el país afronta una crisis financiera, y para afrontarla, se respaldó la moneda local, proporcionándole solidez a esta y a los créditos existentes, para recuperación del sector. Con la crisis financiera del 29 en Estados Unidos, el país poco pudo recuperar su liquidez, sin embargo, su fuerte envergadura le permitió no presentar mayores consecuencias. Ya para finales de este siglo, el auge cafetero genero un estancamiento, del cual se hizo cargo la Superintendencia Bancaria adquiriendo varias entidades y creándose el Fondo de Garantías de las Instituciones Financieras (FOGAFIN) (López, *et al.*, 2012).

Se crean las compañías de seguros, compañías de financiamiento en leasing (arrendamiento financiero), las fiduciarias y las sociedades administradoras de fondo de pensiones y cesantías (estas últimas creadas por la ley 100 de 1993). También en nuestro país existen algunas bolsas de valores, varias sociedades de régimen especial (Finagro, IFI, Bancoldex, ICETEX, Findeter) (López, *et al.*, 2012).

En septiembre de 1999, tras pasar por una crisis hipotecaria, son remplazadas las Unidades de Poder Adquisitivo (UPAC) por las Unidades de Valor Real (UVR), las cuales hoy en día son exclusivas de los Bancos Hipotecarios; su función desde su creación como UPAC han sido incentivar el ahorro de los colombianos (Franco, 2018)

A partir del siglo XXI, la banca colombiana inicio una nueva etapa: empiezan a consolidarse los actuales grupos financieros (Grupo Aval, Grupo Bancolombia, Grupo Bolívar y Grupo Colpatría), se empiezan a dar transacciones entre estos grupos a conveniencia de los mismos para solidificarse en el mercado financiero del país, salen del país inversionistas extranjeros tradicionales, y a darse el fenómeno de la digitalización financiera con la aparición de las primeras páginas web de los diferentes bancos nacientes en donde se daba información general de los productos y servicios que prestaban los mismos.

#### **4.2.7. Desarrollo de la banca digital en Colombia.**

La aparición del internet y la telefonía móvil transforman los hábitos y exigencias de la demanda, vinculando a la rutina procesos que ahora se desarrollan por estos medios; con esto han surgido herramientas comparativas de la oferta, elevando la complejidad de las preferencias de la demanda. De igual forma transacciones financieras complejas, se encuentran ahora a la vuelta de un clic; teniendo en cuenta que no solo es necesario poder realizar estas actividades desde un equipo de cómputo, sino también desde el teléfono móvil, herramienta la cual se ha vuelto indispensable en el diario vivir de muchos. Respondiendo a lo anterior, los avances tecnológicos han obligado a las entidades financieras dejar a un lado sus estructuras corporativas rígidas y unirse a la tendencia de las FinTech (Cuesta, Ruesta, Tuest, & Urbiola, 2015).

A pesar de que la banca Colombia, podría decirse, es una de las más jóvenes del continente, ha tenido avances significativos en su organización y estructura; para la última de cada también ha presentados avances importantes en materia de digitalización y se puntea como uno de los países líder en términos de banca digital en América Latina (Asociacion Colombiana de Ingenieros de Sistemas, 2018).

Y es que los medios digitales le proporcionan al usuario ahorro de tiempo, evitando desplazamientos, además de ofrecer cierto grado de seguridad y confianza, siendo más sencilla la reducción de riesgos; esto hace que, así como otros sectores, la banca opte por ofrecer a sus usuarios diversas posibilidades online para acceder a sus distintos productos (Duarte & Nieto, 2006). En el país el fenómeno Fintech inicia apenas a comienzos del presente siglo con la presencia de páginas web de los distintos grupos financieros que se empiezan a conformar en la época.

Por otro lado, según cifras del DANE (2016), la cifra de acceso a internet supera el 50%, y la penetración de la telefonía celular en más del 70%, lo cual constituye una gran oportunidad para el fenómeno de la digitalización financiera. De acuerdo con (Feal & Ferreiro, 2015) el uso de medios de pago electrónicos en el país a 2014 ascendía a más del 2,5% del PIB nacional, eso lo ratifica el hecho de que más del 80% de los pagos de las empresas y del gobierno se realizan por medios electrónicos, sin embargo, las personas del común solo representan un 10% de estas cifras (Perez, Pacheco, & Salazar, 2016). Las transferencias y pagos por medios electrónicos como el internet, la telefonía móvil y fija, representan entre un 30-60% del total transado para el 2015 (Superintendencia Financiera, 2015).

### **4.3. Marco Legal**

Según el Gobierno Nacional de la República de Colombia (2016):

*“El creciente uso del entorno digital en Colombia para desarrollar actividades económicas y sociales, acarrea incertidumbres y riesgos inherentes de seguridad digital que deben ser gestionados permanentemente. No hacerlo, puede resultar en la materialización de amenazas o ataques cibernéticos,*

*generando efectos no deseados de tipo económico o social para el país, y afectando la integridad de los ciudadanos en este entorno”*

#### **4.3.1. La constitución política.**

La Constitución Política de Colombia consagra, en su artículo 335, que las actividades financieras que manejan recursos de captación, por lo tanto, son actividades de interés público y solo podrán ejercerse con los respectivos permisos que establezca la ley; de igual forma el Gobierno Nacional regulará estas actividades, promoviendo la democratización de las mismas. Por otro lado, en el artículo 189 se establece que el Gobierno inspecciona, vigila y controla no solo las actividades financieras, sino también cada una de las personas vinculadas a estas, a través de la Superintendencia Financiera. De igual forma la Junta Directiva del Banco de la República ejerciendo su máxima autoridad monetaria que por medio del artículo 150 es apoyada por el Congreso para ejercer su labor por medio de resoluciones y cartas circulares pertinentes sobre el tema en cuestión (Asobancaria, 2018).

#### **4.3.2. Ley 45 de 1990.**

“Por la cual se expiden normas en materia de intermediación financiera, se regula la actividad aseguradora, se conceden unas facultades y se dictan otras disposiciones.”

#### **4.3.3. Ley 35 de 1993.**

“Por la cual se dictan normas generales y se señalan en ellas los objetivos y criterios a los cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular las actividades

financiera, bursátil y aseguradora y cualquier otra relacionada con el manejo, aprovechamiento e inversión de recursos captados del público y se dictan otras disposiciones en materia financiera y aseguradora.”

#### **4.3.4. Ley 510 de 1999.**

“Por la cual se dictan disposiciones en relación con el sistema financiero y asegurador, el mercado público de valores, las Superintendencias Bancaria y de Valores y se conceden unas facultades.”

#### **4.3.5. Ley 795 de 2003.**

“Por la cual se ajustan algunas normas del Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se dictan otras disposiciones.”

#### **4.3.6. Ley 1328 de 2009.**

“Por la cual se dictan normas en materia financiera, de seguros, del mercado de valores y otras disposiciones.”

#### **4.3.7. Decreto 663 de 1993.**

“Por medio del cual se actualiza el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modifica su titulación y numeración.”

#### **4.3.8. Ley 527 de 1999.**

“Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.”

#### **4.3.9. Ley 1266 de 2008.**

“Por la cual se dictan las disposiciones generales del Hábeas Data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones.”

#### **4.3.10. Ley 1273 de 2009.**

"Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones".

### **4.4. Trabajos desarrollados.**

#### **4.4.1. A nivel local.**

**Nombre de la Investigación:** La economía del departamento del Huila: diagnóstico y perspectivas de mediano plazo.

**Resumen:**

“El departamento del Huila se ha rezagado en términos de desarrollo económico y social con respecto al resto del país durante los últimos años, como lo confirman el descenso en su contribución al PIB nacional, que pasó de 2,0 a 1,8 por ciento entre 2000 y 2013, y la elevada incidencia de pobreza, la cual se mantiene por encima del promedio nacional, pese a avances recientes. Este estudio tiene por objeto analizar la evolución reciente de la economía departamental y de sus perspectivas a mediano plazo, e identificar acciones estratégicas que contribuyan a impulsar el desarrollo futuro de la región...”

**Realizado por:**

Martha Delgado, Cristian Samir Ulloa, Juan Mauricio Ramírez (asesor). Fedesarrollo.

**Fecha:** agosto 2015

**Nombre de la Investigación:** Investigación y estudio exploratorio del sector cooperativo en el Huila.

**Resumen:**

“Investigación desarrollada a partir del contrato con el Departamento Administrativo Nacional de Cooperativas DANCOOP abarca el cooperativismo y demás formas solidarias bajo la vigilancia de DANCOOP, exceptuando el cooperativismo financiero y de ahorro y crédito en el Huila y Tolima.”

**Realizado por:**

Fidernando Antury Núñez, Galo Montealegre Cárdenas, Fidel Angel Ramírez P.

**Fecha:** 1996

#### **4.4.2. A nivel nacional**

**Nombre de la Investigación:** Estudio de Caso Colombiano en la Inclusión Financiera en el Cambio de la Banca Tradicional a la Banca Digital en el Periodo 2012 – 2016

**Resumen:**

“La inclusión financiera hace parte de las estrategias que tienen los gobiernos para ir desarrollando sus economías. En la investigación realizada se encuentra la evolución que se ha presentado en un periodo de 2012 a 2016 teniendo en cuenta aspectos estadísticos profundizando en la influencia que tienen los nuevos canales digitales a comparación de los tradicionales para aportar al crecimiento de la presencia de la población en el sector financiero.”

**Realizado por:**

Capella Hernández, Michael, Martínez Rodríguez, Hector Fabián y Velásquez Pabón, Jorge Rubén. Especialización en Administración Financiera. Universidad Católica de Colombia.

**Fecha:** 2017

**Nombre de la Investigación:** Sistema financiero colombiano: evolución y perspectivas.

**Resumen:**

“Este trabajo presenta la evolución del Sistema Financiero Colombiano a partir del comportamiento y la dinámica de este sector que ha sido impulsor de la economía del país. Es importante profundizar en las características y en las tendencias que se desarrollaron en el pasado, con el fin de entender el presente y adelantarse al futuro de uno de los sectores más grandes en competitividad y contribución al desarrollo económico del país. La presente monografía es un estudio exploratorio, dada la

limitación de la información sobre el tema. Describe el avance del Sistema Financiero Colombiano, con el propósito de entender su composición e identificar las diferentes variables para su análisis. Este documento presenta datos actualizados, confiables y pertinentes que sirven como base para identificar los factores más relevantes en el crecimiento del Sector Financiero, las innovaciones en algunos de sus productos y el desarrollo de sus instituciones en el país. Los resultados favorables encontrados permitieron comprender el sistema financiero nacional y conocer las posibles alternativas para afrontar las dificultades financieras que se puedan presentar en el actual mercado global que cada vez exige mayor competitividad para incursionar en los mercados internacionales con solidez y sostenibilidad en el tiempo.”

**Realizada por:**

Andrea Bustamante López, Diego Felipe Toro Córdoba, Bianey Castro Peñaloza.

Universidad EAN-Universidad del Quindío. Colombia

**Fecha:** Julio de 2012

**4.4.3. A nivel internacional**

**Nombre de la Investigación:** Digitalización de los sectores turístico y financiero.

Implicaciones jurídicas desde la perspectiva big data y fintech.

**Resumen:**

“Se aúna en este trabajo el estudio de los sectores turístico y financiero, la digitalización de ambos y se plantean las sinergias que de ello puedan surgir. El beneficio del impacto de las nuevas tecnologías es indudable y el aprovechamiento de esta irrupción digital puede suponer un crecimiento exponencial. De forma coetánea, se plantean, para los operadores del tráfico, innumerables dudas en cuanto al marco

normativo que rige en la materia. Por ello, se tratará de acercar al lector al marco normativo actual y las tendencias regulatorias futuras. La novedad de la materia y los constantes cambios a los que se ve sujeta hacen que la metodología de trabajo se aparte, en cierta forma, de los esquemas tradicionales, tomando como base desde legislación vigente hasta informes e incluso noticias que van marcando el desarrollo de la regulación. Se ha entendido conveniente, al final del trabajo, plantear los retos futuros que está generando el fenómeno analizado.”

**Realizada por:**

María Jesús Blanco Sánchez. *International Journal of Scientific Management and Tourism*. España.

**Fecha:** 2018

**Nombre de la Investigación:** FinTech en la industria financiera: Nuevos espacios de desarrollo y convergencia regulatoria.

**Resumen:**

“El crecimiento de las actividades FinTech representa un desafío tanto para los reguladores como para la industria financiera. La digitalización no solo genera expectativas respecto a ganancias en eficiencia económica, también involucra la mayor relevancia de ciertos riesgos que la regulación deberá enfrentar sin impedir el desarrollo y la innovación. El RegTech, el SupTech y los modelos de Sandbox Regulatorio son reflejo de una industria que busca nuevos espacios de desarrollo y convergencia regulatoria. En Chile, estas materias tienen un espacio asegurado en la agenda regulatoria de los próximos años.”

**Realizada por:** Álvaro Yáñez O. **Fecha:** enero 2018

## 5. Diseño del proyecto

En cuanto a la parte metodológica tratada en este proyecto se puede decir lo siguiente:

Se realizó un análisis descriptivo y analítico de la transformación digital en el sector financiero de la ciudad de Neiva, utilizando técnicas cuantitativas (encuestas), para así poder hacer una investigación detallada del impacto de la transformación digital en el sector financiero, además determinar el grado de confianza, la frecuencia de la utilización.

Con respecto a la población y muestra del proyecto, se llevó a cabo dentro del municipio de Neiva Huila, en su zona urbana, y céntrica de su casco urbano: según cifras del Departamento Nacional de Planeación (2017), la ciudad de Neiva cuenta con casi 350 mil habitantes, de los cuales más de 220 mil se consideran población activa (población en edad de trabajar, para el caso de la legislación colombiana a partir de los 14 años). Por otro lado, de estos más de 200 mil habitantes que conforman la población activa, son población adulta (mayores de 18 años), según cifras de Asobancaria, solo un poco más del 50% (unos 100 mil habitantes) de esta población figura bancarizada (ósea que poseen por lo menos un producto financiero).

Para este estudio se tomó en cuenta la población adulta que posee por lo menos un producto financiero de la ciudad de Neiva, lo que se traducen en 100 mil habitantes, aproximadamente. Se usó un tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que se debió indagar a los sujetos que utilizan o hayan utilizado servicios financieros digitales.

El cálculo de la muestra de un estudio, por lo general se calcula por medio de la siguiente formula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde, N = tamaño de la población Z = nivel de confianza, P = probabilidad de éxito, o proporción esperada Q = probabilidad de fracaso D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). El nivel de confianza y de error queda a juicio del investigador, pero se recomienda que estos no superen el 90% y 10% respectivamente (Mason & Lind, 1997).

Sin embargo, para mayor practicidad, hoy en día existen herramientas online para hacer el cálculo de la muestra de un estudio. En este caso se usó una de estas herramientas llamada Netquest de carácter gratuito y bastante reconocida, la cual arrojo los siguientes resultados: con un nivel de confianza del 92% y margen de error del 8%, teniendo en cuenta de que el tamaño de la muestra es 100 mil habitantes de la ciudad de Neiva (las personas mayores de edad y que poseen por lo menos un producto financiero), la muestra de este estudio será de 120 encuestados.

En cuanto a las técnicas de recolección de la información, cabe recordar que el uso de las encuestas en una investigación, requiere de ciertas reglas que nos permitan acceder a la información en forma científica: debe ser un carácter sistemático, o sea, que cualquier investigador que repita su aplicación obtenga los mismos resultados. Con las encuestas buscamos conocer: opiniones, usos, impactos, etc., frente al fenómeno de la transformación digital en el sector financiero.

A la solución de los cuestionarios se le dio un tratamiento estadístico de estilo cuantitativo: por un lado, se codificaron las respuestas para así elaborar cuadros y gráficos que resalten los resultados del diagnóstico de la digitalización financiera de la

ciudad de Neiva. Las funciones básicas de este proceso fue obtener por medio de la formulación de preguntas adecuadas, las respuestas que suministraron los datos necesarios para cumplir con los objetivos de la investigación.

## 6. Resultados

Para generar los resultados de esta investigación se aplicó un cuestionario empírico, elaborado de manera online con las herramientas de los formularios de Google ( [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTtp3STd9XF\\_MA/viewform?usp=sf\\_link](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTtp3STd9XF_MA/viewform?usp=sf_link)).

Así se aplicaron las 120 encuestas de muestra, enviando el enlace de dicha encuesta por redes sociales, correo y otros medios. De este procedimiento, los resultados son los siguientes.

### 6.1. Género

Es muy importante ver la distribución de variables como el género que proporcionan información importante acerca de la muestra:

Tabla 1. Género de la muestra.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	79	66%
Masculino	41	34%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

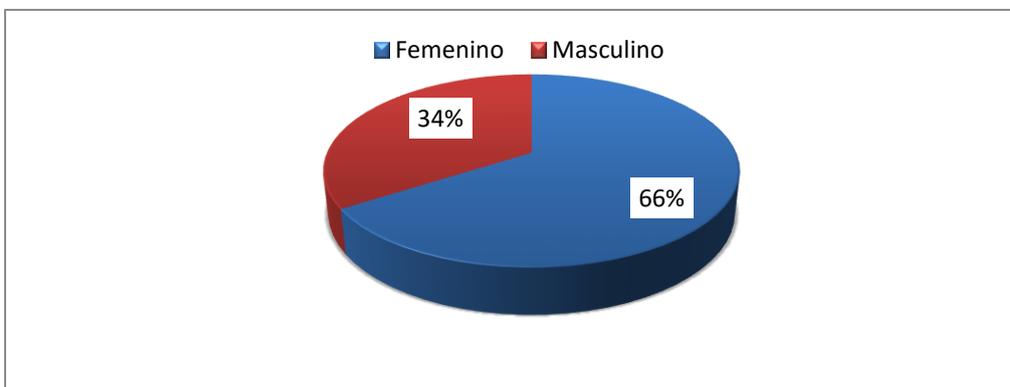


Gráfico 1. Género de la muestra. Fuente: Elaboración propia.

La distribución por género de la muestra seleccionada fue de un 66% mujeres y 34% hombres.

## 6.2. Edad

Variables como la edad, nos dan información de cómo ésta distribuida esta variable en la población encuestada. Se trabajó la variable en intervalos que se hallaron por medio de la regla de Sturges (rango, N° de clase y amplitud).

Tabla 2. Distribución por edad de la muestra.

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18 a 21	13	11%
21 a 24	20	17%
24 a 27	19	16%
27 a 30	19	16%
30 a 33	18	15%
33 a 36	8	7%
36 a 39	13	11%
39 a 42	7	6%
42 a 45	3	3%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

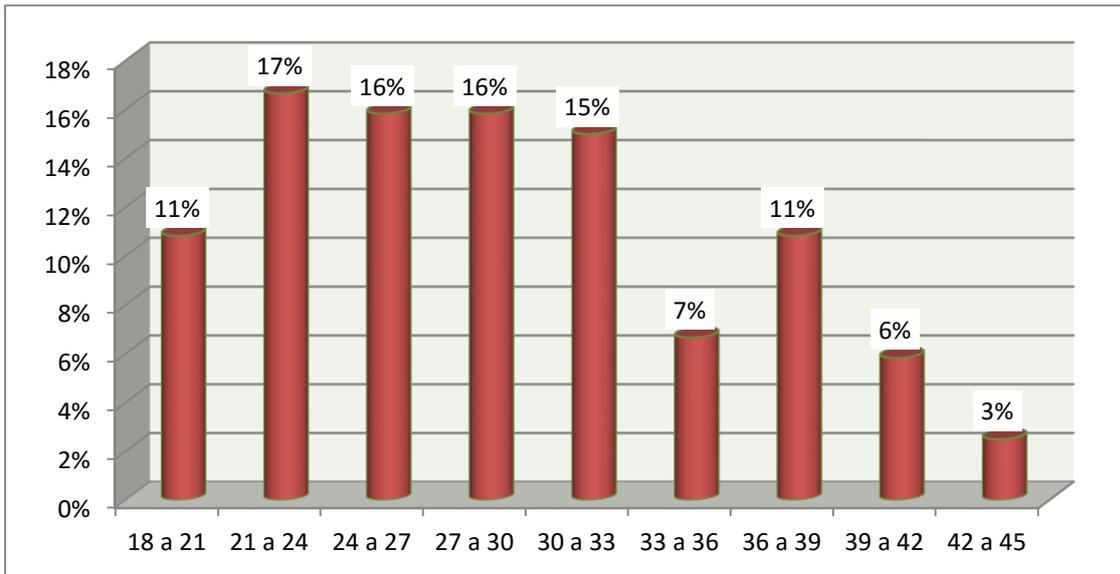


Gráfico 2. Distribución por edad de la muestra. Fuente: Elaboración propia.

Para este estudio la distribución de la edad de la muestra encuestada se dio de la siguiente manera: la mayoría de la muestra encuestada, tienen entre 21 a 33 años de edad; sin embargo, es importante resaltar que el interés por esta investigación inquieto a personas hasta de 45 años.

### 6.3. Situación laboral

La situación ocupacional de los encuestados fue la siguiente:

Tabla 3. Situación laboral actual de los encuestados.

Situación laboral actual	Frecuencia	Porcentaje
Empleado	84	70%
Desempleado	7	6%
Independiente	18	15%
Estudiante	9	8%
Otro	2	2%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

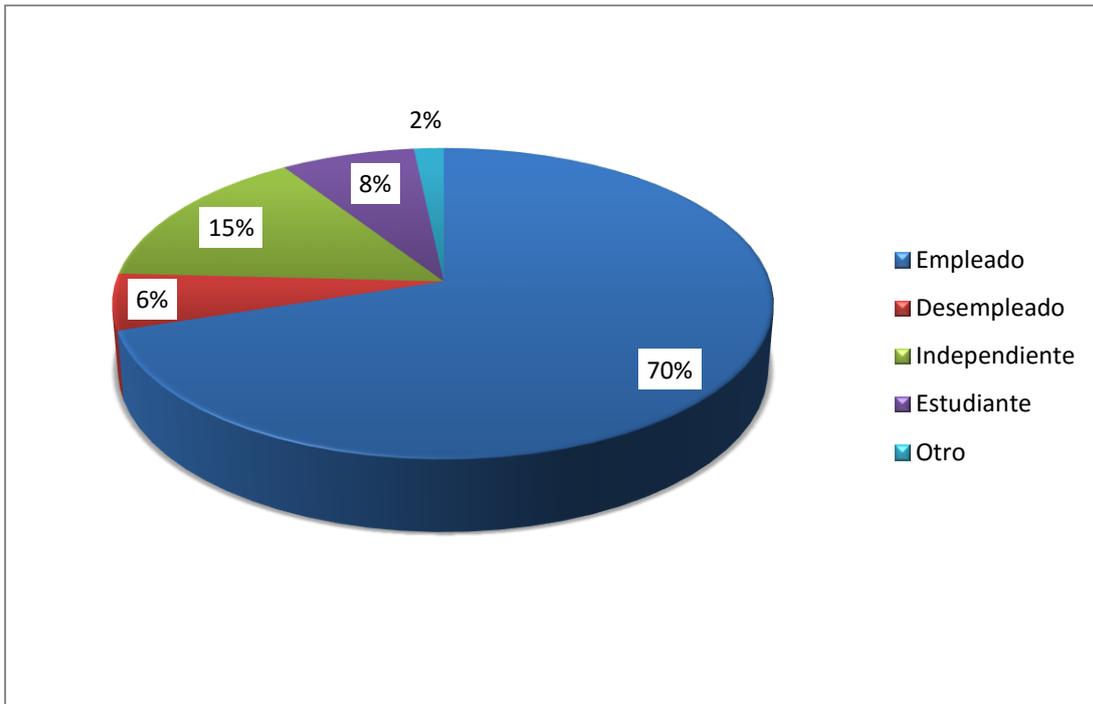


Gráfico 3. Situación laboral actual de los encuestados. Fuente: Elaboración propia.

Podemos ver que el 70% de la muestra se encuentra empleada formalmente, lo que puede implicar una participación casi obligatoria en servicios financieros. El 2% de la muestra respondió con la opción “otro”, la cual se tradujo en práctica educativa.

#### 6.4. Nivel de educación

El nivel de educación de la muestra en cuestión es el siguiente:

Tabla 4. Nivel de educación de la muestra.

Nivel de educación	Frecuencia	Porcentaje
Secundaria	6	5%
Técnico/Tecnólogo	51	43%
Profesional	47	39%
Posgrado	16	13%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

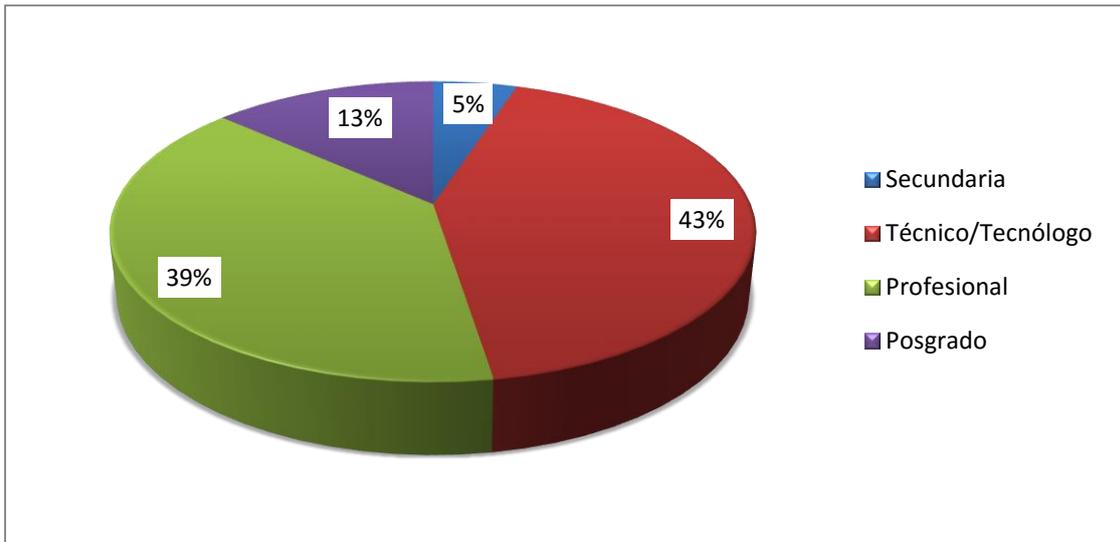


Gráfico 4. Nivel de educación de la muestra. Fuente: Elaboración propia.

Se puede evidenciar que de la muestra encuestada en un 43% poseen algún título técnico o tecnólogo, y que un 39% poseen un título profesional. Mientras que solo un 5% posee solo estudios de secundaria.

#### 6.5. Productos financieros utilizados en la ciudad de Neiva

Los productos financieros más utilizados por los neivanos son:

Tabla 5. Productos financieros utilizados en la ciudad de Neiva.

Productos financieros más utilizados	Frecuencia	Porcentaje
1. Crédito de consumo, libranza o vivienda	20	17%
2. Cuenta corriente o de ahorros	29	24%
3. Inversiones en bolsa, fondos de inversión	2	2%
4. Microcrédito	1	1%
5. Seguros	2	2%
6. Tarjeta de crédito	33	28%
7. Tarjeta de débito	33	28%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

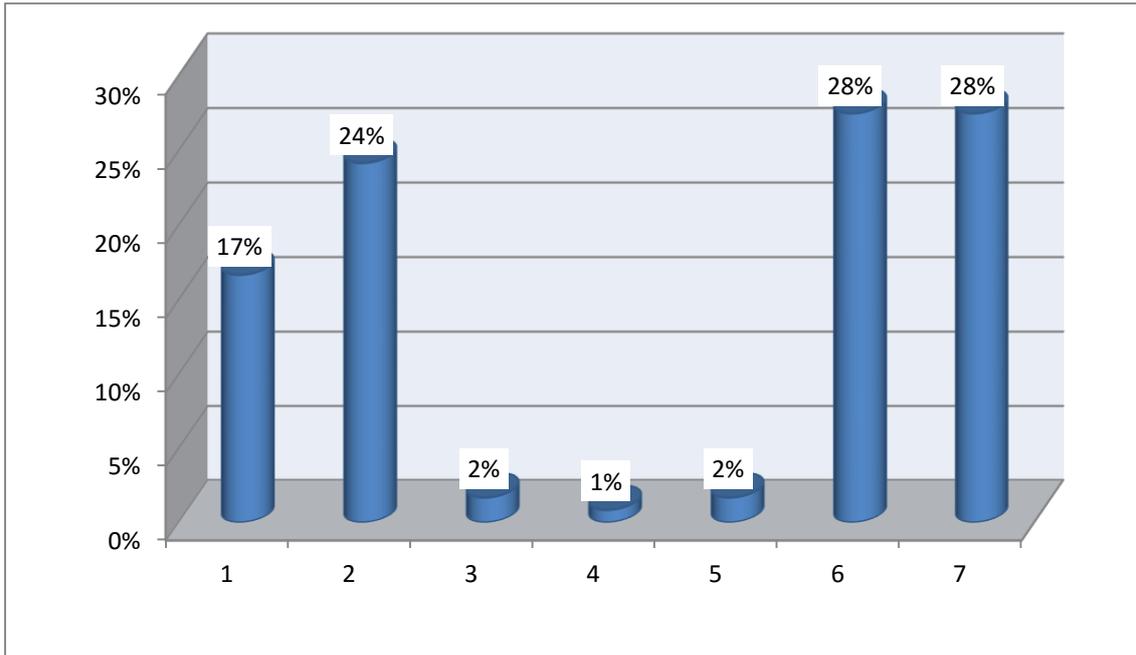


Gráfico 5. Productos financieros utilizados en la ciudad de Neiva. Fuente: Elaboración propia.

Como se puede evidenciar en la gráfica, hay una igualdad del 28% en el hecho de que los neivanos han utilizado productos financieros como las tarjetas crédito o débito, en conjunto. Mientras que el producto menos utilizado, con solo un 1% de preferencia, hoy por hoy es el microcrédito.

#### 6.6. Canales digitales más utilizados

La muestra seleccionada representara las opiniones de los Neivanos en general. Respecto a los canales digitales más utilizados por los neivanos para realizar transacciones financieras, los resultados fueron los siguientes:

Tabla 6. Canales digitales más utilizados en Neiva para servicios financieros.

Canales digitales más utilizados	Frecuencia	Porcentaje
Teléfono	24	20%
Apps	70	58%
Páginas web	26	22%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

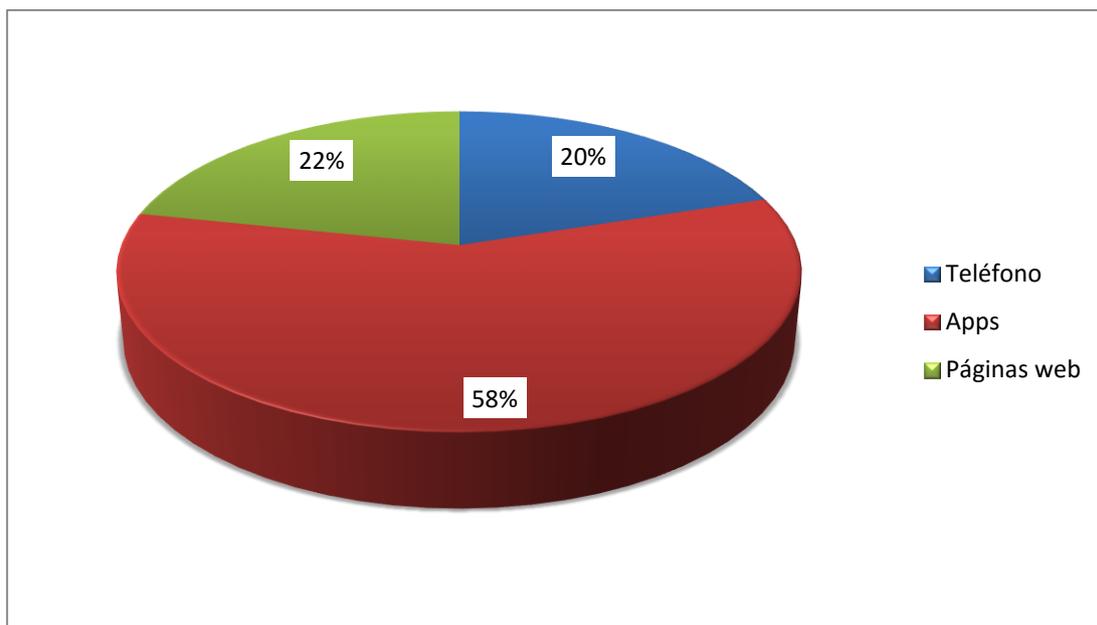


Gráfico 6. Canales digitales más utilizados en Neiva para servicios financieros. Fuente: Elaboración propia.

Es bastante evidente la preferencia de los aplicativos móviles para acceder a servicios financieros en la ciudad de Neiva, teniendo este canal un 58% de predilección sobre los demás canales. Mientras que, en contraste, el 20% prefiere el uso del teléfono convencional.

#### **6.7. Fuentes de información que influencia las preferencias del uso de canales digitales para servicios financieros**

Se indago, además, por las fuentes de información que influyen en la preferencia de los neivanos por el uso de canales digitales en vez de canales presenciales a la hora de manejar servicios financieros. Los resultados para este caso fueron los siguientes:

Tabla 7. Fuentes de información de influencia para la preferencia de canales digitales para servicios financieros.

Fuentes de información de influencia	Frecuencia	Porcentaje
1. Afiches y pancartas publicitarias en la entidad	2	2%
2. Artículos / publicidad en periódicos	2	2%
3. Asesoría por parte de la empresa donde trabajo	9	8%
4. Consejo de amigos o familiares	24	20%
5. Promotores de la entidad	18	15%
6. Información por parte de la entidad financiera por correo postal, vía telefónica	25	21%
7. Publicidad en Internet, radio o televisión	40	33%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

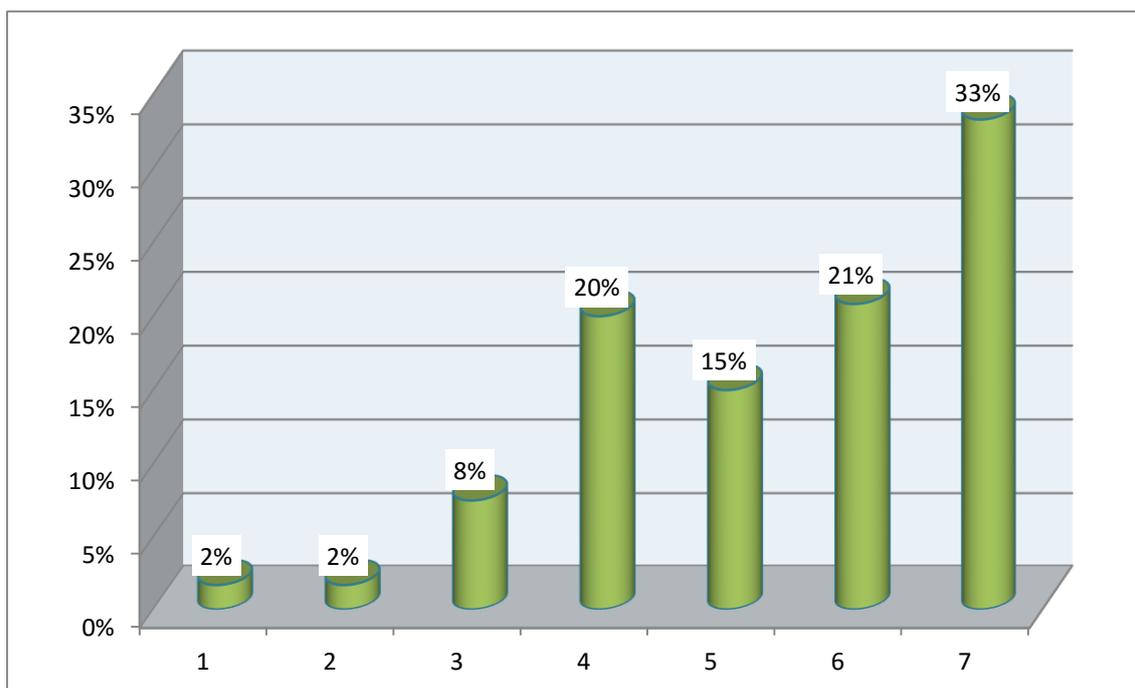


Gráfico 7. Fuentes de información de influencia para la preferencia de canales digitales para servicios financieros. Fuente: Elaboración propia.

La fuente de información que más influye en los neivanos para escoger canales digitales de servicios financieros por encima de los canales presenciales se da por la publicidad que existe en medios de comunicación como internet, la radio y la televisión,

con un porcentaje de selección del 33%. Mientras que afiches y pancartas publicitarias, así como artículos y publicidad en los periódicos, son los medios que menos influyen a la hora de tomar esta decisión, teniendo un porcentaje de solo un 4% en conjunto.

### 6.8. Características de los canales digitales para servicios financieros

Existen algunas características que poseen los canales digitales para servicios financieros, que los diferencian de los canales presenciales y que hacen que los primeros estén ganando protagonismo en los mercados:

Tabla 8. Características de los canales digitales para productos financieros en la ciudad de Neiva.

Características de los canales digitales	Frecuencia	Porcentaje
Simplicidad	4	3%
Practicidad	30	25%
Eficiencia y eficacia	40	33%
Seguridad	16	13%
Ahorro de tiempo	30	25%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

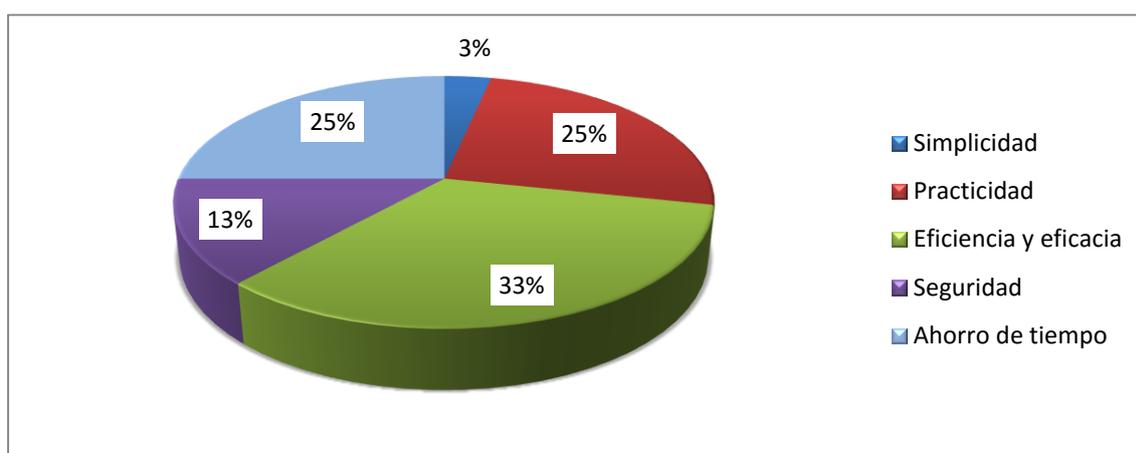


Gráfico 8. Características de los canales digitales para productos financieros en la ciudad de Neiva.  
Fuente: Elaboración propia.

Dentro de las características por las cuales los habitantes de la ciudad de Neiva prefieren los canales digitales para realizar sus distintas transacciones financieras y acceder a estos servicios se destacan la eficiencia y eficacia de estos canales con un 33% de predilección frente a las demás características propuestas. La eficiencia y eficacia se refieren al hecho de realizar cualquier proceso de la mejor manera, en el menor tiempo posible y aprovechando los elementos disponibles. De igual forma los neivanos sienten uno de los atributos que menos aprecian de estos canales es su simplicidad, seleccionando esta opción solo un 3%.

#### **6.9. Frecuencia de uso de los canales digitales para servicios financieros en la ciudad de Neiva**

Se midió además la frecuencia con que los habitantes de la ciudad de Neiva utilizaban canales digitales para acceder a los distintos servicios financieros que poseen.

Tabla 9. Frecuencia de uso de canales digitales para el acceso a servicios financieros en la ciudad de Neiva.

Frecuencia de uso de los canales digitales financieros	Frecuencia	Porcentaje
frecuentemente (1 a 2 veces por semana)	39	33%
ocasionalmente (1 a 2 veces por mes)	60	50%
esporádicamente (una vez al mes a cada dos meses)	15	13%
casi nunca (una vez al año)	6	5%
Total	120	100%

Fuente: Elaboración propia.

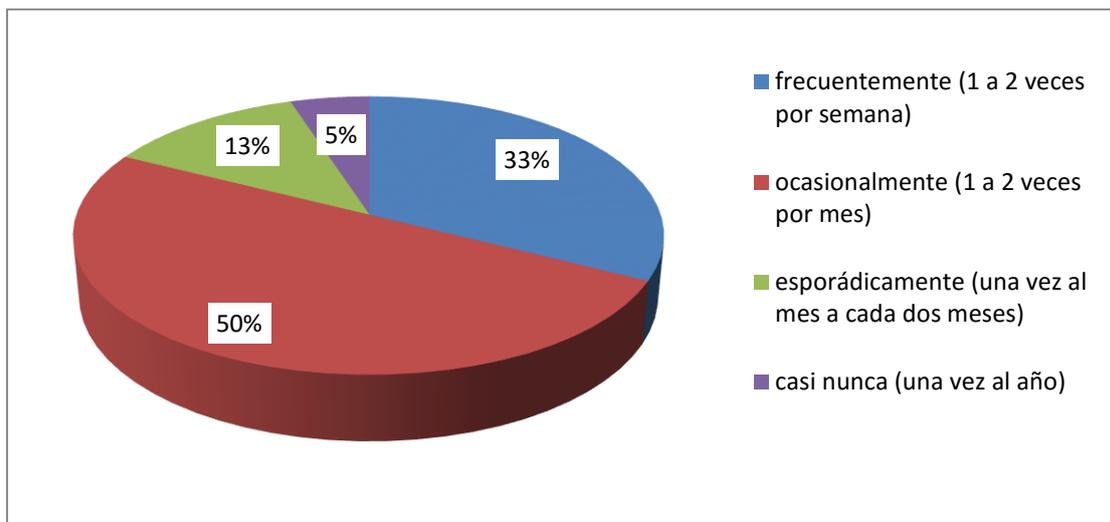


Gráfico 9. Frecuencia de uso de canales digitales para el acceso a servicios financieros en la ciudad de Neiva. Fuente: Elaboración propia.

El 50% de los neivanos asegura que hace uso de canales digitales para acceder a sus servicios financieros por lo menos 2 veces al mes. Mientras que el 5% afirma casi nunca usa este tipo de medios.

#### **6.10. Evaluación del nivel de confianza de los canales digitales para acceder a servicios financieros en la ciudad de Neiva**

El nivel de confianza de los canales digitales para acceder a servicios financieros se evaluó de 1 a 5 como nivel de confianza, donde 1 es nada confiables y 5 muy confiables.

Tabla 10. Nivel de confianza de los canales digitales para servicios financieros de la ciudad de Neiva.

Nivel de confianza en los servicios financieros digitales	Frecuencia	Porcentaje
1 (nada confiable)	4	3%
2 (poco confiable)	6	5%
3 (algo confiable)	31	26%
4 (confiable)	57	48%
5 (muy confiable)	22	18%
<b>Total</b>	<b>120</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia.

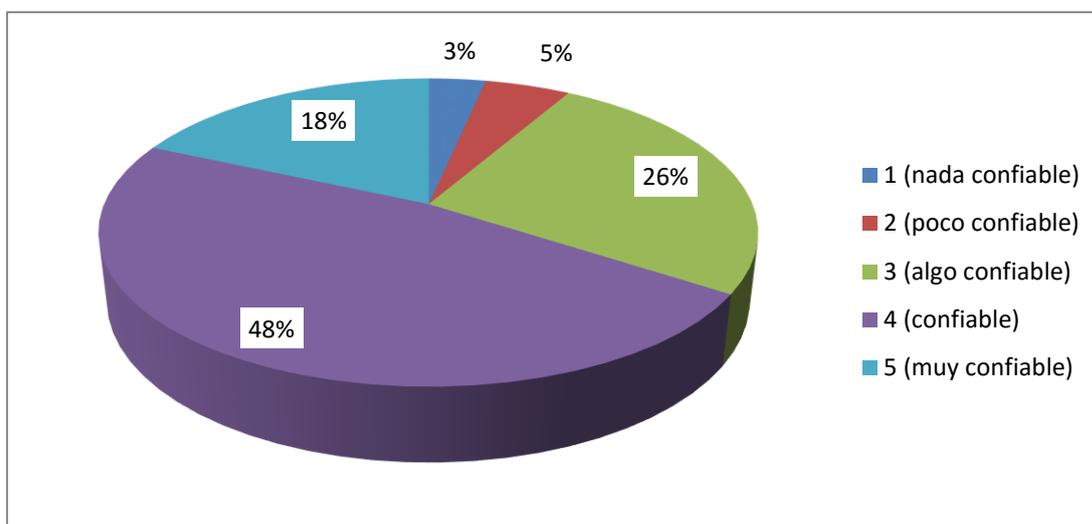


Gráfico 10. Nivel de confianza de los canales digitales para servicios financieros de la ciudad de Neiva.  
Fuente: Elaboración propia.

El 48% de los neivanos percibe como confiable el acceso a servicios financieros por medio de canales digitales. En cambio, el 3% afirma que les parecen nada confiables.

### **6.11. El sector financiero en la ciudad de Neiva y servicios que ofrece por canales digitales**

Se realizó una búsqueda exhaustiva por distintos medios de información, además de visitas a varias entidades financieras de la ciudad; con el fin de realizar un sondeo del inventario de entidades financieras que existen en la ciudad y que servicios están ofreciendo por canales digitales: según la Superintendencia Financiera de Colombia, en la ciudad de Neiva están establecidos más de una docena de entidades bancarias (Bancolombia, Davivienda, Banco Popular, Banco de Occidente, Colpatria, Banco de Bogotá, Banco BBVA, Grupo AVAL, etc.), además de haber gran presencia de entidades cooperativas (Coonfie, Coomeva, Utrauilca, etc.). Todas estas entidades se

están uniendo a la tendencia Fintech, ofreciendo distintos servicios en línea por variados canales digitales: según Asobancaria, los servicios más ofertados por las entidades financieras en línea son los pagos, la facturación, las transferencias, el dinero electrónico y las asesorías; además de nuevas estrategias para llamar la atención de los clientes como los microcréditos instantáneos por medio de aplicativos móviles, asignación de turnos para sucursales presenciales por medio del móvil, entre otros; todo esto está reduciendo en un 10% por año las visitas a sucursales físicas (Asobancaria, 2018).

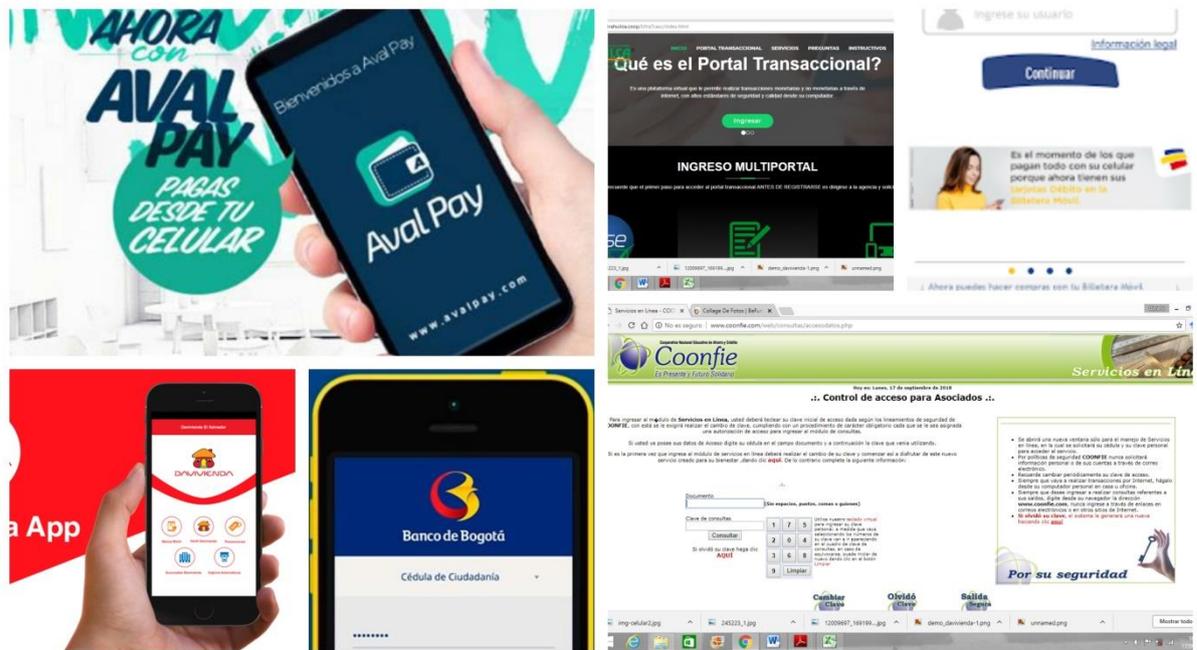


Ilustración 1. Oferta de servicios financieros por distintos canales digitales en la ciudad de Neiva.

## **7. Conclusiones**

La primera conclusión que se genera de este ejercicio es que las organizaciones encargadas de vigilar y regular el sector financiero son conscientes de los cambios en las dinámicas de la oferta de los distintos servicios por distintos canales digitales, y de todo lo que implica la revolución FinTech; generando así estrategias para acompañar a las distintas empresas del sector financiero en estos procesos y generar vías de protección no solo para las entidades, sino también para los clientes.

Como segunda conclusión se pudo observar gran acogida del proyecto por parte del público en general el cual estuvo más que dispuesto a plasmar sus opiniones a través del instrumento propuesto.

Dentro de la búsqueda exhaustiva de trabajos que sirvieran para generar el estado del arte del proyecto se pudo evidenciar la poca investigación acerca de temas relacionados con el sector financiero a nivel general, ya que se encontraron proyectos relacionados o generados para satisfacer necesidades de una sola entidad o de un grupo específico de entidades.

A pesar de que fue una muestra determinada, la aleatoriedad en la selección de la misma dejó una distribución muy equitativa en cuestión de género y edad, dándoles a los resultados generales de la aplicación del instrumento una dispersión óptima entre estas dos variables.

Se pudo observar que la gran mayoría de los encuestados son empleados con un nivel de educación técnica o tecnológica, lo que concluye en que la situación laboral y el nivel de estudios pueden llegar a influir en el uso de servicios financieros.

Los productos financieros más utilizados por los neivanos son las tarjetas débito y crédito, seguido del uso de las cuentas corrientes o de ahorros; lo que genera la conclusión de que los neivanos están predispuestos a endeudarse o invertir en productos como créditos, microcréditos, fondos de inversión y/o seguros.

En cuanto al canal o recurso digital más utilizado por los neivanos para acceder a un servicio financiero, son los aplicativos móviles, los cuales se caracterizan por su practicidad y ahorro de tiempo a la hora de realizar distintas transacciones financieras. De igual forma, los habitantes de la ciudad de Neiva se ven bastante influenciados por la publicidad acerca del uso de servicios financieros en línea por medios de comunicación como internet, radio o televisión; lo que puede ser un dato importante para la entidad a la hora de invertir en la difusión de sus servicios en los distintos medios de comunicación. También es importante resaltar que los neivanos manifiestan hacer uso de estos canales digitales por lo menos una o dos veces por mes.

Por último, el nivel de confianza que manifiestan tenerle los neivanos a los servicios financieros en línea es alto, en lo que puede influir las características de eficacia y eficiencia escogidas por la muestra como las más tenidas en cuenta para seleccionar servicios en línea en vez de servicios presenciales.

## **8. Recomendaciones**

La recomendación principal derivada de este ejercicio es que se debe continuar con la investigación acerca del uso de los servicios financieros en línea, en la ciudad de Neiva; además de evaluar la calidad de la oferta de dichos servicios y caracterizarlos de una manera óptima para contribuir al sector financiero con estrategias que contribuyan a su desarrollo, en este caso esa contribución desde el perfil de futuros Administradores Financieros de la Universidad Surcolombiana.

## 9. Bibliografía

- Acevedo, F. (2016). ¿Cómo las empresas visionarias están explotando el negocio digital para remodelar el futuro de los Servicios Financieros? FUTURE.
- Argáez, C. C. (2010). Un rápido recorrido por la historia del sector financiero en Colombia. Dinero.
- Asmundson, I. (Marzo de 2011). Fondo Monetario Internacional. Obtenido de ¿Qué son los servicios financieros?:  
<https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/spa/2011/03/pdf/basics.pdf>
- Asobancaria. (2018). Decretos, Resoluciones y leyes que rigen el sector. Obtenido de Normatividad aplicable: <http://www.asobancaria.com/normatividad/>
- Asobancaria. (2018). Disrupción Digital en cuatro sectores de los Servicios Financieros. Programa Fintechgracion Asobancaria.
- Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas. (2018)¿Por qué Colombia es líder en banca digital en América Latina? Obtenido de  
<http://acis.org.co/portal/content/%C2%BFpor-qu%C3%A9-colombia-es-l%C3%ADder-en-banca-digital-en-am%C3%A9rica-latina>
- Banco de Desarrollo de América Latina. (2016). La revolución de las empresas FinTech y el futuro de la Banca. Disrupción tecnológica en el sector financiero. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva.
- BBVA Research. (22 de Agosto de 2016). Regulación del crédito al consumo digital. Diario Expansión, págs. 1-3.
- BlackSip. (2017). Reporte de Industria: El e-commerce en Colombia 2017. Bogotá D.C.: BlackSip.

- CAF – Banco de Desarrollo de América Latina. (2014). Encuesta de Medición de Capacidades Financieras en los Países Andinos. CAF – Banco de Desarrollo de América Latina.
- Cuesta, C., Ruesta, M., Tuest, D., & Urbiola, P. (2015). La transformación digital de la banca. Observatorio Economía Digital-BBVA.
- DANE. (2016). Estimaciones y proyecciones de población nacionales.
- Deloitte. (2016). RegTech, El lado B de la innovación ¿regulación e innovación son términos opuestos? Deloitte.
- Departamento Nacional de Planeación. (2018). Ficha de caracterización municipal.
- Donatello, B. (2017). Las fintech y los bancos. EL ECONOMISTA (México).
- Duarte, P., & Nieto, R. (2006). Internet, un canal indispensable. Obtenido de Internet, un canal indispensable:  
[http://www.asobancaria.com/upload/docs/docPub2941\\_3.pdf](http://www.asobancaria.com/upload/docs/docPub2941_3.pdf)
- El Economista. (2018). Diccionario. El Economista.
- Feal, M. G., & Ferreiro, J. L. (2015). Seguridad en internet. DOCPLAYER.ES.
- Fernández, L. (2018). Digitalización del sector financiero. La Neurona.
- Ferrer-Sapena, A., & Sánchez-Pérez, E. A. (2013). Open data, big data: ¿hacia dónde nos dirigimos? Anuario ThinkEPI, v. 7, 150-156.
- Franco, S. (2018). Gestipolis. Obtenido de Historia del sistema financiero colombiano:  
<https://www.gestipolis.com/historia-del-sistema-financiero-colombiano/>
- Garcés, R. A. (2017). La convergencia del FinTech, LawTech & RegTech: Panorama global de aprendizaje para América Latina. Quito: Comité Latinoamericano de Derecho Financiero. Federación Latinoamericana de Bancos.
- Gobierno Nacional de la República de Colombia. (2016). Documento CONPES 0000.

- González, E. G. (2016). Big Data, privacidad y protección de datos. Madrid: Agencia Española de protección de datos.
- Gordon, X., & Gutiérrez, J. (2006). An exploratory study of killer applications and critical success factors in m-commerce. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*.
- Huércanos, P. (22 de Enero de 2015). LegalToday. Obtenido de Los canales digitales en una empresa: <http://www.legaltoday.com/gestion-del-despacho/nuevas-tecnologias/articulos/los-canales-digitales-en-una-empresa>
- Liu, Y., Wan, H., & Yang, X. (2010). Social network based marketing in mobile phone users' community. *International Conference on Machine Vision and Human-Machine Interface*. México.
- López, P. A., Córdoba, D. F., & Peñaloza, B. C. (2012). Sistema Financiero Colombiano: Evolución y perspectivas. EAN-UniQuindío.
- Mason, R., & Lind, D. (1997). *Estadística para Administración y Economía*.
- Mayer-Schönberger, V., & Cukier, K. (2013). *Big data: la revolución de los datos masivos*. Turner.
- Nava, A. S., & Medina, M. C. (2017). La evolución del sector fintech, modelos de negocio, regulación y reto. México D.F.: FUNDEF - Fundación de Estudios Financieros.
- Ordoñez, P., & Vinicio, R. (2016). Historia de la creación de la banca central latinoamericana. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas*. Universidad de Nariño.
- OROYFINANZAS.COM. (2015). ¿Qué es y qué significa FinTech? Obtenido de <https://www.royfinanzas.com/2015/03/que-significa-fintech/>

- Ospina, S. (2017). ¿por qué es importante digitalizar la banca en Colombia?  
ENTER.CO.
- Pérez, C., Pacheco, B., & Salazar, N. (2016). Beneficios potenciales de un incremento en el uso de los medios de pago electrónicos en Colombia. FEDESARROLLO.
- Price Waterhouse Coopers. (2014). Segundo Estudio de Comercio Electrónico en Colombia-estudio anual.
- Pulso Social. (2017). El sector financiero lidera la apuesta por la digitalización. Pulso Social.
- Puyol, J. (2014). Big Data y Administraciones Públicas. Seminario Internacional Big Data para la Información Oficial y la Toma de Decisiones.
- Real Academia de la Lengua Española. (2018). Diccionario de la Lengua Española. Obtenido de <http://dle.rae.es/?id=4wkKYpU>
- Revista Dinero. (2017). BBVA pide que regulación avance con la transformación digital. Dinero.
- Robayo-Botiva, D. M. (2012). El comercio móvil: una nueva posibilidad para la realización de transacciones electrónicas. . Memorias, 10(17), 57-72.
- Roca, A. M. (1998). Como era el sistema bancario antes de 1923. El Tiempo.
- Rogers, E. M. (1995). Diffusion of innovations. New York: Free Press.
- Sánchez, M. J. (2018). Digitalización de los sectores turístico y financiero. Implicaciones jurídicas desde la perspectiva big data y fintech. International Journal of Scientific Management and Tourism.
- Sistemas.com. (2018). Definición de Aplicación. Sistemas.com.
- Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras - SBIF (Chile). (2018). Bancafácil. Obtenido de Bancos:

<http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=1500000000000012&idCategoria=2>

Superintendencia Financiera. (2015). Reporte de inclusión financiera.

Superintendencia Financiera de Colombia. (2016). Reporte Inclusión Financiera.

Valverde, S. C. (2016). Mitos y realidades de la digitalización financiera: los medios de pago como paradigma. Mediterráneo Económico.

## 10. Anexos

### Anexo A. Encuesta sobre el Diagnostico de la Digitalización Financiera en la ciudad de Neiva.

 <p>UNIVERSIDAD <b>SURCOLOMBIANA</b></p> <p>FACULTAD DE ECONOMÍA Y ADMINISTRACIÓN</p> <p><b>ENCUESTA SOBRE LA DIGITALIZACION FINANCIERA EN LA CIUDAD DE NEIVA</b> <b>PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO PROGRAMA DE ADMINISTRACION FINANCIERA</b> <b>FACULTAD DE ECONOMIA Y ADMINISTRACION</b> <b>UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA</b></p> <p>Buenos días/tardes/noches, mi nombre es (ENC: MENCIONE SU NOMBRE). Esta encuesta hace parte del trabajo de campo del proyecto DIAGNOSTICO DEL ESTADO DE LA DIGITALIZACION FINANCIERA EN LA CIUDAD DE NEIVA del programa de Administración Financiera de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Surcolombiana. Valoramos su tiempo, y la encuesta sólo debería tomar aproximadamente 20 minutos. Si decide participar, sus respuestas serán manejadas con estricta confidencialidad; los resultados serán procesados en forma agregada para todos los encuestados. Nosotros no reportaremos sus respuestas individuales. Los resultados de la encuesta se usarán sólo para análisis estadístico, de acuerdo a los lineamientos del código de ética de ESOMAR por los cuales nos regimos.</p> <p>1. GENERO a) Femenino b) Masculino</p> <p>2. ¿CUÁL ES SU EDAD EXACTA? _____</p> <p>3. ¿CUÁL ES SU SITUACION LABORAL ACTUAL?</p>	<p>a) Empleado b) Desempleado c) Independiente d) Estudiante e) Pensionado f) otro, ¿cuál? _____</p> <p>4. NIVEL EDUCATIVO MÁS ALTO a) Primaria b) Secundaria c) Técnico/Tecnólogo d) Pregrado e) Posgrado</p> <p>5. ¿POSEE ALGÚN PRODUCTO FINANCIERO OFRECIDOS POR ENTIDADES FINANCIERAS COMO BANCOS, FINANCIERAS, COOPERATIVAS, ETC? a) Si b) No</p> <p>6. (SOLO SI MARCO SI EN LA PREGUNTA ANTERIOR) ¿CUÁL DE ESTOS PRODUCTOS HA USADO DURANTE LOS ULTIMOS DOS AÑOS? a) Certificado de Depósito a Término (CDT) b) Certificado de Depósito de Ahorro a Término (CDAT) c) Crédito de consumo, libranza o vivienda d) Cuenta corriente o de ahorros e) Inversiones en bolsa, fondos de inversión f) Microcrédito g) Seguros h) Semilla cooperativa i) Tarjeta de crédito</p>
--	---

j) Otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

7. ¿HA MANEJADO ALGUNO DE ESTOS PRODUCTOS POR ALGUN CANAL DIGITAL?

- a) Si
- b) No

8. (SOLO SI MARCO SI EN LA PREGUNTA ANTERIOR) ¿QUÉ CANAL DIGITAL HA USADO PARA ESTE FIN?

- a) teléfono
- b) Apps
- c) Redes Sociales
- d) Páginas web

9. ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES FUENTES DE INFORMACIÓN SIENTE QUE INFLUYE EN SU ELECCIÓN DEL CANAL DIGITAL FRENTE AL PRESENCIAL?

- a) Afiches y pancartas publicitarias en la entidad
- b) Artículos / publicidad en periódicos
- c) Asesoría por parte de la empresa donde trabajo
- d) Consejo de amigos o familiares
- e) Promotores de la entidad
- f) Información por parte de la entidad financiera por correo postal, vía telefónica
- g) Publicidad en Internet, radio o televisión
- h) Otro, ¿Cuál? \_\_\_\_\_

10. ¿QUÉ CARACTERÍSTICAS TIENE EN CUENTA EN SU ELECCIÓN DEL CANAL DIGITAL FRENTE AL PRESENCIAL?

- a) simplicidad
- b) practicidad
- c) eficiencia y eficacia

- d) seguridad
- e) ahorro de tiempo
- f) otro, ¿cuál? \_\_\_\_\_

11. ¿CON QUE FRECUENCIA UTILIZA ESTOS SERVICIOS DIGITALES?

- a) frecuentemente (1 a 2 veces por semana)
- b) ocasionalmente (1 a 2 veces por mes)
- c) esporádicamente (una vez al mes a cada dos meses)
- d) casi nunca (una vez al año)

12. DE 1 A 5, SIENDO 1 NADA CONFIABLE Y 5 MUY CONFIABLE, ¿CUÁL ES EL NIVEL DE CONFIANZA QUE LE PROPORCIONAN LOS PRODUCTOS FINANCIEROS DIGITALES?

- a) 1 (nada confiable)
- b) 2 (poco confiable)
- c) 3 (algo confiable)
- d) 4 (confiable)
- e) 5 (muy confiable)

Al decidir participar autorizo al proyecto DIAGNOSTICO DEL ESTADO DE LA DIGITALIZACION FINANCIERA EN LA CIUDAD DE NEIVA para que realice el tratamiento de mis datos personales y sensibles, actividad que incluye la recolección, almacenamiento, actualización, uso, transmisión, transferencia y supresión para fines estrictamente estadísticos y del objeto del presente estudio. Conozco el uso que se le dará a mis datos personales, y que los mismos no serán entregados a terceros para ningún fin distinto al establecido en el objetivo de este proyecto. Lo anterior para dar cumplimiento a la Ley 1581 de 2012 de Protección de Datos Personales.

## Anexo B. Vista online de la encuesta sobre el Diagnostico de la Digitalización Financiera en la ciudad de Neiva.



The image shows a web browser window displaying a Google Forms survey. The browser's address bar shows the URL: [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF\\_MA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF_MA/viewform). The survey header features the logo of Universidad Surcolombiana, which includes a stylized figure holding a book and the text 'UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA'. The main title of the survey is 'Diagnostico de la digitalización financiera-Neiva (Huila)'. Below the title, there is a paragraph of introductory text explaining the survey's purpose and confidentiality. The first question is 'Género', with two radio button options: 'Femenino' and 'Masculino'.

Diagnostico de la digitalización financiera-Neiva (Huila)

Esta encuesta hace parte del trabajo de campo del proyecto DIAGNOSTICO DEL ESTADO DE LA DIGITALIZACION FINANCIERA EN LA CIUDAD DE NEIVA del programa de Administración Financiera de la Facultad de Economía y Administración de la Universidad Surcolombiana. Valoramos su tiempo, y la encuesta sólo debería tomar aproximadamente 5 minutos. Si decide participar, sus respuestas serán manejadas con estricta confidencialidad; los resultados serán procesados en forma agregada para todos los encuestados. Nosotros no reportaremos sus respuestas individuales. Los resultados de la encuesta se usarán sólo para análisis estadístico, de acuerdo a los lineamientos del código de ética de ESOMAR por los cuales nos regimos.

**Género**

Femenino

Masculino

Diagnostico de la digital: X

Es seguro | [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF\\_MA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF_MA/viewform)

dayana

### Edad

Your answer \_\_\_\_\_

### Situación laboral actual

- Empleado
- Desempleado
- Independiente
- Estudiante
- Pensionado
- Other: \_\_\_\_\_

### Nivel educativo mas alto

- Primaria
- Secundaria
- Técnico/Tecnólogo
- Profesional

Diagnostico de la digitali: x

Es seguro | [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF\\_MA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF_MA/viewform)

Posgrado

¿Posee usted algún producto financiero ofrecido por entidades bancarias como bancos, financieras, cooperativas, etc?

Sí

No

De esos productos, ¿cuáles ha usado durante los último dos años?

Certificado de Depósito a Término (CDT)

Certificado de Depósito de Ahorro a Término (CDAT)

Crédito de consumo, libranza o vivienda

Cuenta corriente o de ahorros

Tarjeta debito

Tarjeta credito

Inversiones en bolsa, fondos de inversión

Microcrédito

Diagnostico de la digital: X

Es seguro | [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF\\_MA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF_MA/viewform)

Semilla cooperativa

Other: \_\_\_\_\_

¿Ha manejado alguno de estos productos por algún canal digital?

Sí

No

¿Qué canal ha usado usted para este fin?

teléfono

Aplicativos móviles

Redes sociales

Páginas web

Other: \_\_\_\_\_

¿Cuáles de las siguientes fuentes de información siente que influyen en su elección del canal digital frente al presencial?

Diagnostico de la digitali x

Es seguro | [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp35Td9XF\\_MA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp35Td9XF_MA/viewform)

Artículos / publicidad en periódicos

Asesoría por parte de la empresa donde trabajo

Consejo de amigos o familiares

Promotores de la entidad

Información por parte de la entidad financiera por correo postal, vía telefónica

Publicidad en Internet, radio o televisión

Other: \_\_\_\_\_

**¿Qué características tiene en cuenta en su elección del canal digital frente al presencial?**

Simplicidad

Practicidad

Eficiencia y eficacia

Seguridad

Ahorro de tiempo

Other: \_\_\_\_\_

Diagnostico de la digital: X

Es seguro | [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF\\_MA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfsZWGKcNA7GCsBBFkHA-4GV16Ra1u6YAhJCTp3STd9XF_MA/viewform)

¿Con qué frecuencia utiliza estos canales digitales?

- Frecuentemente (1 a 2 veces por semana)
- Ocasionalmente (1 a 2 veces por mes)
- Esporádicamente (una vez al mes a cada dos meses)
- Casi nunca (una vez al año)

De 1 a 5, siendo 1 nada confiable y 5 muy confiable, ¿Cuál es el nivel de confianza que le proporcionan los productos financieros digitales ?

- 1 (nada confiable)
- 2 (poco confiable)
- 3 (algo confiable)
- 4 (confiable)
- 5 (muy confiable)

**Gracias por su participación.**