



**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO**

**CEUTEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**PROYECTO DE GRADUACIÓN**

**COMPARACIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA BANCA  
TRADICIONAL Y DIGITAL DE TEGUCIGALPA**

**SUSTENTADO POR:**

ANA MARÍA BONILLA

ANYI VERENICE GIRÓN

VIKKI TATIANA MONTOYA

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN  
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A.**

**ABRIL, 2022**

**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO CEUTEC**

**LICENCIATURA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL**

**JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA**

**DECANA PREGRADO CEUTEC**

**DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ**

**SUB-DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC TEGUCIGALPA**

**IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA**

**JEFE ACADÉMICA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CEUTEC  
TEGUCIGALPA**

**CAROL IVONNE TURCIOS MARTÍNEZ**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A. ABRIL, 2022**

**COMPARACIÓN DELSERVICIO AL CLIENTE EN LA BANCA  
TRADICIONAL Y DIGITAL DE TEGUCIGALPA**

**TRABAJO PRESENTADO EN EL CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE:**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ASESOR:**

**JOSÉ TRÁNCITO MEJÍA**

**TERNA EXAMINADORA:**

**SILVANA TORRES**

**ANA ROMERO**

**MARTIN BARAHONA**

**TEGUCIGALPA, HONDURAS, C.A. ABRIL, 2022**

**DERECHOS DE AUTOR**

**© Copyright 2022**

ANA MARÍA BONILLA

ANYI VERENICE GIRÓN

VIKKI TATIANA MONTOYA

**Todos los derechos son reservados**

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos primeramente a Dios por ser nuestra guía en todo el proceso de la carrera universitaria, por brindar los medios necesarios para poder culminar con éxito y así enriquecer conocimientos que nos permitan perseverar en nuestras vidas.

Agradecer a nuestros docentes y en especial a nuestro tutor José Tráncito Mejía Alvarenga por su apoyo, paciencia y dedicación, asimismo por compartirnos su amplio conocimiento y motivación para lograr un proyecto de graduación con éxito.

A nuestros familiares por confiar en nosotras y brindarnos el apoyo y motivación necesaria durante el proceso de la carrera universitaria.

Agradecemos en general a todas las personas y amigos que nos apoyaron con palabras motivacionales y aportaron ánimos para lograr cumplir con el objetivo.

**Ana María Bonilla**

**Anyi Verenice Girón**

**Vikki Tatiana Montoya**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El presente proyecto pretende comparar los niveles de servicio que brinda la banca en línea y la banca tradicional en la ciudad de Tegucigalpa, con el fin de analizar la realidad de estas modalidades en su contexto natural.

La investigación es descriptiva y se desarrolla con un enfoque cuantitativo comparando los niveles de servicio al cliente mediante variables como elementos tangibles, seguridad (garantía), empatía, confiabilidad y capacidad de respuesta. Para la recolección de la muestra se utilizó el método no probabilístico por conveniencia, el diseño de la investigación corresponde al diseño no experimental transversal que recolecta los datos para ser analizados en un único momento y en un ambiente natural.

El objetivo general que pretende seguir este estudio es: Comparar el nivel de servicio al cliente de la banca tradicional y banca en Línea de los principales bancos de Tegucigalpa, mediante consideraciones: elementos tangibles, seguridad (garantía) empatía, confiabilidad y capacidad de respuesta; con la finalidad de realizar una comparación entre ambas modalidades de servicio al cliente y seleccionar una que se adapte a las necesidades de los clientes reales y potenciales.

## **ABSTRACT**

This project aims to compare the levels of service provided by online banking and traditional banking in the city of Tegucigalpa, in order to analyze the reality of these modalities in their natural context.

The research is descriptive and is developed with a quantitative approach comparing the levels of customer service through variables such as tangible elements, security (guarantee), empathy, reliability and responsiveness. The non-probabilistic method by convenience was used to collect the sample, the research design corresponds to the non-experimental cross-sectional design that collects data to be analyzed at a single time and in a natural environment.

The general objective of this study is: To compare the level of customer service of traditional banking and online banking of the main banks in Tegucigalpa, through considerations: tangible elements, security (guarantee), empathy, reliability and responsiveness; in order to make a comparison between both modalities of customer service and select one that suits the needs of actual and potential customers.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>I. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
<b>II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b> .....	2
2.1 Antecedentes .....	2
2.2 Planteamiento Del Problema de la Investigación .....	2
<b>2.2.1 Enunciado del problema</b> .....	2
<b>2.2.2 Formulación del problema.</b> .....	3
<b>2.2.3 Preguntas de investigación</b> .....	4
2.3 Variables de la Investigación .....	4
2.4 Justificación de la Investigación.....	5
2.5 Delimitación de la Investigación .....	6
<b>III. OBJETIVOS</b> .....	7
3.1 Objetivo General.....	7
3.2 Objetivos Específicos.....	7
<b>IV MARCO TEÓRICO</b> .....	8
4.1 Análisis del Entorno.....	8
<b>4.1.1 Macro entorno</b> .....	8
<b>4.1.2 Microentorno</b> .....	15
4.2 Teorías de Sustento .....	18
<b>4.2.1 Modelo SERVQUAL.</b> .....	18
<b>4.2.2 Los servicios en la banca tradicional y los servicios en la banca digital.</b> .....	23
<b>4.2.3 Las características de los Servicios</b> .....	27
4.3 Conceptualización.....	31
<b>4.3.1 Elementos tangibles</b> .....	31
<b>4.3.2 Seguridad (garantía)</b> .....	31
<b>4.3.3 Empatía</b> .....	31
<b>4.3.4 Confiabilidad</b> .....	32
<b>4.3.5 Capacidad de respuesta</b> .....	32
<b>V. METODOLOGÍA Y PROCESOS</b> .....	33
5.1 Tabla de Congruencia Metodológica .....	33
<b>5.1.1 Tabla de Operacionalización de Variables</b> .....	34

5.2 Enfoque de la Investigación .....	36
5.3 Alcance de la Investigación.....	36
5.4 Diseño de la Investigación .....	37
<b>5.4.1 Población y Muestra</b> .....	37
<b>5.4.1.2 Muestra</b> .....	38
5.5 Unidad de Análisis.....	41
<b>5.5.1 Unidad de Análisis</b> .....	41
<b>5.5.2 Unidad de Respuesta</b> .....	41
5.6 Técnicas e Instrumentos.....	41
<b>5.6.1 Técnicas</b> .....	41
<b>5.6.2 Cuestionario</b> .....	41
5.7 Fuentes de Información.....	42
<b>5.7.1 Fuente Primaria</b> .....	42
<b>5.7.2 Fuente Secundaria</b> .....	42
5.8 Cronograma de Trabajo .....	43
<b>VI RESULTADOS Y ANÁLISIS</b> .....	44
6.1 Datos personales de los usuarios de la banca de Tegucigalpa .....	44
6.2 Elementos Tangibles.....	46
6.3 Seguridad (Garantía).....	48
6.4 Empatía .....	49
6.5 Confiabilidad .....	51
6.6 Capacidad de Respuesta.....	53
<b>VII. CONCLUSIONES</b> .....	56
<b>VIII. RECOMENDACIONES</b> .....	58
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	62
<b>ANEXO 1</b> .....	64
Cuestionario de Investigación .....	64

## Índice de Tablas

Tabla 4.1 <i>Categorías del modelo Servqual</i> .....	20
Tabla 4.2 <i>Factores que conforman la dimensión de confiabilidad</i> .....	21
Tabla 4.4 <i>Características generales de los servicios financieros</i> .....	29
Tabla 4.5 <i>Características específicas de los servicios financieros</i> .....	30
Tabla 5.1 <i>Pasos del Proceso del Muestreo</i> .....	39
Tabla 5.1 <i>Calculo de la muestra</i> .....	40
Tabla 5.1 <i>Cálculo de muestra de consumidores de banca tradicional, Tegucigalpa</i> .....	40
Tabla 5.2 <i>Cálculo de muestra de consumidores de banca digital, Tegucigalpa</i> .....	40

## Índice de Figuras

<i>Figura 2.1: Diagrama Sagital de Variables de investigación</i> .....	4
<i>Figura 4.1 Factores políticos, factores económicos, factores sociales, factores tecnológicos, factores ecológicos y factores legales</i> .....	10
<i>Figura 4.2 Individuos utilizando Internet</i> .....	13
<i>Figura 5.2: Clasificación de las técnicas de muestreo</i> .....	38

## Índice de Gráficos

<i>Gráfico 6.1: Edad</i> .....	44
<i>Gráfico 6.2: Género</i> .....	45
<i>Gráfico 6.3: Nivel de estudio</i> .....	45
<i>Gráfico 6.4: Infraestructura y comodidad</i> .....	46
<i>Gráfico 6.6: Apariencia del colaborador</i> .....	47
<i>Gráfico 6.7: Equipo electrónico moderno</i> .....	47
<i>Gráfico 6.8: Uso de credenciales personales</i> .....	48
<i>Gráfico 6.9: Ubicación del local</i> .....	48
<i>Gráfico 6.10: Calidad de productos y servicios</i> .....	49
<i>Gráfico 6.11: Capacidad de escucha</i> .....	50
<i>Gráfico 6.12: Flexibilidad de horarios</i> .....	50
<i>Gráfico 6.13: Asertividad y Agilidad</i> .....	51
<i>Gráfico 6.14: Eficacia en la gestión</i> .....	52
<i>Gráfico 6.15: Solución de problemas</i> .....	52
<i>Gráfico 6.16: Establecimiento de políticas</i> .....	53
<i>Gráfico 6.17: Disponibilidad de atención</i> .....	54
<i>Gráfico 6.18: Agilidad en trámites</i> .....	54
<i>Gráfico 6.19: Orientación adecuada</i> .....	55

## I. INTRODUCCIÓN

La banca de Tegucigalpa brinda sus servicios en modalidad tradicional y digital, adaptándose a las necesidades de los usuarios, nuevas tendencias de mercados y cambios en el entorno.

Se considera de importancia comparar el nivel de servicio que brindan ambas modalidades tomando en cuenta los criterios de conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica, por lo que para tal efecto se plantearon los siguientes objetivos:

- Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a los aspectos tangibles.
- Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la seguridad (garantía).
- Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la empatía.
- Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la confiabilidad.
- Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la capacidad de respuesta.

Para el presente estudio Servicio al cliente en la banca tradicional y digital en Tegucigalpa, se encuestó a usuarios activos de ambas modalidades de servicio, con el fin de conocer el tipo de servicio que reciben y de esta forma analizar el impacto que tiene el nivel servicio al cliente brindado.

## **II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **2.1 Antecedentes**

El servicio al cliente es un factor que diferencia a una institución bancaria y le brinda valor ya que determina la calidad de servicio que se brinda y el nivel de preferencia de sus usuarios.

En el estudio de tesis servicio al cliente en las agencias bancarias de La Mesilla, Huehuetenango realizada en Guatemala, Martínez (2012) afirma: “Es necesario mantener un nivel adecuado de servicio al cliente para incorporar mayor nivel de satisfacción en los clientes, así como cambios organizacionales y en la administración” (p. 229)

En su tesis Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil. Domínguez (2018) menciona: “La calidad de servicio es lo que los clientes dicen que es y se establece en función de la comparación entre las expectativas y el rendimiento percibido”.

Para analizar y comparar el servicio al cliente de la banca tradicional y la banca en línea, la empresa consultora Price Waterhouse Coopers realizó un estudio en 2009 con una muestra de tres mil usuarios de todo el mundo en el cual se refleja que el 70% de los clientes de los bancos prefieren realizar sus transacciones bancarias a través de internet. Siendo este servicio brindado con altos niveles de seguridad y calidad de manera remota.

### **2.2 Planteamiento Del Problema de la Investigación**

#### **2.2.1 Enunciado del problema**

De acuerdo con Bernal (2010), define al enunciado del problema como aquello que “consiste en describir la situación objeto del estudio, comenzando por relatar su estado actual, el momento y los hechos que la originaron, e implicaciones de continuar la situación tal como está en el momento”. (p.7)

Por lo que, basado en el tema de investigación de este proyecto se menciona que el servicio al cliente en la banca es un elemento esencial en la retención de los clientes actuales y potenciales.

En la actualidad a raíz de los cambios ocasionados por la globalización y cambios en la tecnología las empresas se ven obligadas a realizar cambios para mantenerse en el mercado.

Ante tal panorama las empresas de rubros de bancos en el Tegucigalpa tienen como finalidad brindar un servicio al cliente de calidad de manera general a sus clientes.

### **2.2.2 Formulación del problema.**

Debido a la crisis que se refleja en la actualidad en el país, se ha identificado una serie de nuevas oportunidades de negocio para las instituciones financieras. Se requiere de este análisis, fomentar el desarrollo de nuevas estrategias que cumplan con las necesidades de sus consumidores y de esta forma aplicar de manera eficiente su calidad de servicio en la prestación de los mismos.

En el entorno de las dificultades que se presentan en la actualidad y que deben enfrentarse las instituciones financieras al momento de incursionar en el desarrollo de nuevas estrategias de mercado, mismas que conllevan a la ejecución y el cumplimiento de los objetivos de la investigación, cumplen con la finalidad de tener un enfoque y una visión clara de lo que, son los servicios que se prestan actualmente como ser la banca tradicional y la banca digital y que implicaciones conllevan los servicios en mención para el cumplimiento de calidad de servicio.

A medida surgen nuevas estrategias con el avance de la tecnología, se requiere de desarrollos de nuevos servicios tanto para la banca tradicional y digital, es por ello que se comprenden las siguientes preguntas, ¿Qué hacer para poder aplicar desarrollos avanzados que cubran las necesidades de sus consumidores sin descuidar la calidad del servicio? ¿Cuáles son los compromisos que obtiene la banca con la prestación de ambos servicios? ¿Cómo se puede involucrar para contar con una formación adecuada para la implementación de los servicios?

Con la ejecución de las preguntas mencionadas anteriormente se pretende tener respuestas claras para la ejecución de un desarrollo óptimo con las nuevas estrategias tecnológicas y que puedan aplicarse en las instituciones bancarias cumpliendo con las necesidades de servicios y de nuevas implementaciones.

Por lo tanto, se considera fundamental la realización de un estudio que comprenda y compare la calidad de servicio de la banca tradicional y la banca digital, considerando los elementos tangibles, seguridad (garantía), empatía, confiabilidad, capacidad de respuesta, con la finalidad de identificar las oportunidades de mejora en los servicios de la banca.

### 2.2.3 Preguntas de investigación

1. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a los aspectos tangibles?
2. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la seguridad (garantía)?
3. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la empatía?
4. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la confiabilidad?
5. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la capacidad de respuesta?

## 2.3 Variables de la Investigación

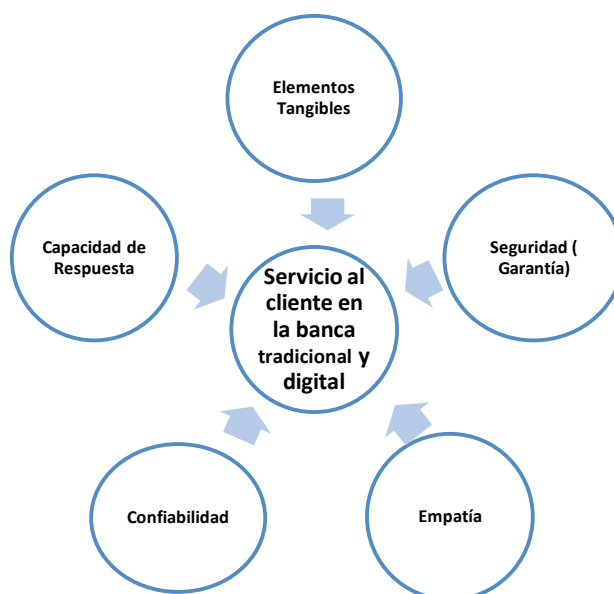


Figura 2.1: Diagrama Sagital de Variables de investigación

## 2.4 Justificación de la Investigación

Esta investigación pretende hacer una comparación del nivel de servicio al cliente de los bancos de Tegucigalpa, tanto de la banca tradicional como la banca en línea.

Hernández (2014) Menciona evaluar la justificación de la investigación mediante los siguientes criterios:

**Conveniencia:** Se destaca la importancia y funcionalidad de esta para comparar servicio al cliente de la banca en línea y tradicional para comparar ambas modalidades tomando en cuenta variables como: Elementos tangibles, seguridad (garantía), empatía, confiabilidad y la capacidad de respuesta a sus clientes reales y potenciales.

**Relevancia Social:** El presente proyecto de investigación representa un beneficio para los estudiantes de último año de la licenciatura de Administración de Empresas que cursan la clase de Proyecto de Graduación, en el cual se intenta comparar los niveles de servicio de la banca en modalidad tradicional y en línea. Cabe resaltar la importancia que tiene el servicio al cliente de calidad en cualquier ámbito para hacer negociaciones que es una habilidad que caracteriza a los estudiantes de último año.

**Implicaciones Prácticas:** Se identifica el presente proyecto como un instrumento práctico que ayudará a los estudiantes de la Licenciatura de Administración de Empresas a desarrollar habilidades de investigación y comparación. Los estudiantes mediante la utilización de este instrumento práctico serán capaces de aplicar la comunicación efectiva y asertiva en el área de servicio al cliente.

**Valor Teórico:** Con la investigación se logra desarrollar conocimientos que apoyan teorías de servicio al cliente de la banca en línea y tradicional considerando diferentes factores como ser la empatía, la confiabilidad, la seguridad, capacidad de respuesta entre otros.

**Utilidad Metodológica:** Con la presente investigación, se pretende elaborar un nuevo instrumento que permita obtener de forma precisa la recolección de datos para el análisis y comparación del servicio al cliente en la banca digital y tradicional de Tegucigalpa tomando en cuenta sus elementos tangibles, seguridad (garantía), empatía, confiabilidad y su capacidad de respuesta. Con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

## **2.5 Delimitación de la Investigación**

En la presente investigación consideraron los siguientes aspectos:

- a) Criterio Geográfico: La ciudad de Tegucigalpa M.D.C, Honduras.
- b) Criterio Temporal: Se llevó a cabo dentro del primer trimestre del año 2022, en los meses enero, febrero y marzo.
- c) Criterio de clasificación: Estudiantes de último año de estudio de la carrera de Administración de Empresas de CEUTEC.

### **III. OBJETIVOS**

#### **3.1 Objetivo General**

Comparar el nivel de servicio al cliente de la banca tradicional y banca en Línea de los principales bancos de Tegucigalpa, mediante consideraciones: elementos tangibles, seguridad (garantía) empatía, confiabilidad y capacidad de respuesta; con la finalidad de realizar una comparación entre ambas modalidades de servicio al cliente y seleccionar una que se adapte a las necesidades de los clientes reales y potenciales.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

- 1) Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a los aspectos tangibles.
- 2) Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la seguridad (garantía).
- 3) Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la empatía.
- 4) Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la confiabilidad.
- 5) Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la capacidad de respuesta.

## IV MARCO TEÓRICO

### 4.1 Análisis del Entorno

#### 4.1.1 Macro entorno

Con el fin de captar y contar con una información amplia sobre los aspectos externos que puedan involucrarse ya sea para afectar, beneficiar y/o influir en cuanto al servicio al cliente en la banca tradicional y digital, para ello es necesario contar con un conocimiento amplio sobre el entorno y de esta forma puedan adaptarse los factores adecuadamente.

Considerando el macro entorno y el análisis que conlleva el Servicio al cliente en la banca tradicional y digital González, (2021), afirma: “En relación con la banca tradicional, el modelo de la banca digital es mucho más rentable: gracias a la tecnología los gastos de explotación son mínimos mientras que la eficiencia es mucho mayor” (p. 2), por lo tanto, es notable que la tecnología se encuentra en su mayor auge prestando nuevos servicios rentables.

Para la ejecución y análisis del macro entorno del presente proyecto se estará ejecutando mediante la herramienta de análisis PESTEL, con el objetivo de tener una mejor visión de los factores y de las tendencias que puedan involucrarse en un futuro. Este análisis es una herramienta clave en la ejecución de los distintos negocios que puedan presentarse, debido que permite se establezcan modelos de estrategias que afronten las necesidades del negocio, conduciéndolas a hacer frente en los desafíos del mercado.

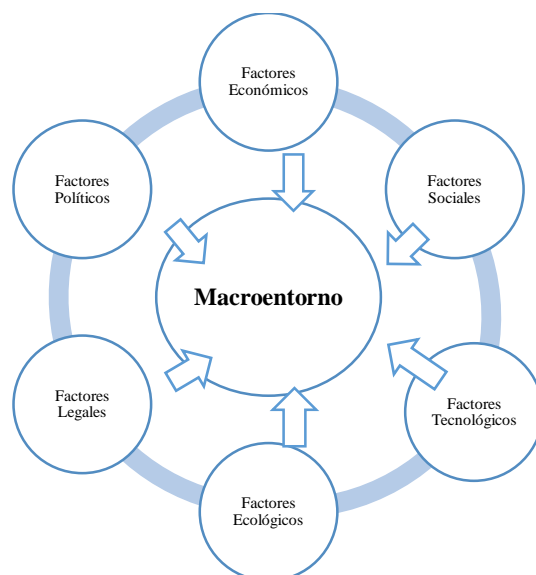
El análisis PESTEL engloba factores que permiten evaluar un entorno en general como país, ya que a partir de los mismos dan a conocer como estos factores se involucran en la creación de nuevos modelos de negocios y los enfrentamientos que se presentan en este caso apegándose a la calidad del servicio.

Con el propósito que la herramienta a utilizar, presente resultados eficaces, se deben definir los factores principales que se involucran en el análisis con el objetivo de conocer a profundidad y obtener una mejor visión de la influencia que tienen en los negocios y como estos influyen de una forma directa.

El análisis estratégico PEST analiza las condiciones del macro entorno en el que una empresa opera o considera operar. El término fue acuñado por el profesor de Harvard Business School Francis J. Aguilar, en su libro *Scanning the Business Environment* (1967). En el concepto original se analizaban los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos. En el año 1986, los autores Liam Fahey y V.K. Narayana propusieron en su título *Macroenvironmental Analysis for Strategic Management* la inclusión en el análisis de factores ambientales y legales, PESTEL. Estos factores externos del macroentorno deben examinarse en una empresa, a nivel nacional y global. (Bree, 2017, p.24)

Para que la ejecución de este proyecto obtenga ventajas competitivas, se debe tener en consideración la constante verificación de cambios que se presentan en el entorno, se debe contar con una serie de estrategias que se consideren óptimas y puedan adaptarse a las necesidades o nuevas tendencias de mercados.

- **Políticos:** Determinan la medida en que el gobierno puede influir en la economía o en un determinado sector empresarial.
- **Económicos:** Incluyen todas las tendencias importantes en la economía que pueden ayudar u obstaculizar a la compañía en el logro de sus objetivos de negocio.
- **Sociales:** Las relaciones, las características demográficas y las estructuras sociales.
- **Tecnológicos:** Todos aquellos que se consideran para el crecimiento.
- **Ecológicos:** son todos los factores internos y externos del ambiente organizacional que pueden afectar positiva o negativamente el desarrollo de sus proyectos.
- **Legales:** Trámites, procesos y documentos de orden legal necesarios para operar en el mercado sin impedimentos.



*Figura 4.1 Factores políticos, factores económicos, factores sociales, factores tecnológicos, factores ecológicos y factores legales*

#### **4.1.1.1 Factores Políticos**

Considerando que en los factores políticos Martínez & Milla (2012) comprenden “Los procesos políticos y la legislación influyen las regulaciones del entorno a las que los sectores deben someterse. Las legislaciones gubernamentales pueden beneficiar o perjudicar de forma evidente los intereses de una compañía” (p. 36).

Al respecto Rojas y De León (2019) mencionan “La industria financiera está cambiando aceleradamente debido a la presencia de las empresas tecno-financieras (ETF) (Fintech por sus siglas en inglés) y sus nuevos modelos de negocio apalancados en innovaciones digitales” (p. 11).

En relación a lo mencionado para el sistema de la banca interviene la comisión de banca y seguros ejerciendo de tal forma que establece políticas necesarias para el cumplimiento de las mismas.

Tábora (2007) afirma:

El proceso de modernización del sector financiero emprendido por el país requería del fortalecimiento institucional del organismo supervisor de las instituciones del sistema financiero. En ese sentido, y con el objetivo de desconcentrar la actividad de regulación y supervisión de las funciones del Banco Central de Honduras, se aprobó la Ley de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS), mediante decreto Número 155-95 de octubre de 1995.

La implementación de políticas que regulan el sistema financiero parte de tener un mayor compromiso en el desarrollo de los servicios que se prestan en el sistema de la banca digital y tradicional, la CNBS cumple con el fin de regular el sistema bancario.

#### **4.1.1.2 Factores Económicos**

A través de los años el factor económico en Honduras ha estado en un constante sufrimiento, en el cual brinda como resultados un retroceso en la economía, de esta forma se debe realizar un análisis a fondo en relación al proyecto considerando los aspectos positivos y negativos respecto a la situación actual del país.

Martínez & Milla consideran: “Cada sociedad deberá escoger aquellos indicadores económicos cuya evolución ha tenido o puede tener una influencia importante en su entorno, y, por lo tanto, en su futuro” (p. 35).

Fernandez, Gutierrez, & Palomo, 2019 afirman “La notoria transformación digital que se está produciendo en todas las facetas de la sociedad tiene claras aplicaciones en el ámbito económico y, en particular, en el sector financiero” (p. 11-38).

A partir de esta teoría se considera de gran importancia la digitalización de los servicios ya que, a medida pasa, la tecnología se encuentra en su mayor auge y este permitirá desarrollar servicios competitivos para la banca tradicional y digital.

El nivel de desarrollo económico y de infraestructura financiera, así como los mecanismos de regulación, son factores que influyen en el grado de profundización financiera de un sistema financiero. Es por ello que en países en vías de desarrollo la profundización financiera ha sido escasa, ante el alto grado de intervencionismo y restricciones a los que se ha visto sujeto el sistema financiero. Sin embargo, a raíz de las reformas financieras que se comenzaron a implementar en Honduras a partir de 1990, los agregados financieros han experimentado un crecimiento importante (CEPAL, 2007, p.39).

Estas implementaciones surgen a raíz de los principales desafíos que se presentan en la sociedad hondureña y el crecimiento de crear diferentes modelos de negocios como lo es para el caso de estudio que se cuenta con la banca tradicional y digital y cumple con diferentes necesidades de los consumidores y que de ello parte el factor económico y el crecimiento de país.

#### **4.1.1.3 Factores Sociales**

Considerando el factor social se debe tener en cuenta cuáles son sus intervenciones dentro de los servicios que se ofrecen en el rubro de la banca, ya que este puede actuar ya sea de forma positivo y/o negativa.

“En cuanto a los indicadores sociales, es claro que existe una relación positiva entre mayor desarrollo social (acceso a servicios de salud y educación, por ejemplo) y profundización financiera” (Rojas, 2008).

Analizando lo anterior es importante conocer a profundidad dicho factor ya que como se menciona a mayor desarrollo social este actúa de forma positiva y realmente busca cumplir y llenar las necesidades de sus consumidores potenciales.

En cuanto a la institucionalidad financiera del país, uno de los componentes de la arquitectura del sistema financiero creada por el Estado es la RSF, un conjunto de instituciones, procedimientos y mecanismos creados con el objeto de promover la estabilidad y transparencia del sistema, y sentar así las bases para un desarrollo económico sostenible, mitigando las graves consecuencias sociales provenientes de las potenciales dificultades de aquellas instituciones financieras que enfrenten problemas económicos, financieros y/u operativos en Honduras. La RSF está compuesta por cuatro elementos: i) la supervisión bancaria preventiva, ii) el prestamista de última instancia (el fondo de liquidez), iii) el esquema de seguro de depósitos y iv) el esquema de resolución bancaria. En Honduras la RSF cuenta con dos componentes adicionales: el Comité de Alerta Temprana (CAT) y el fondo de capitalización. (BID, 2011, p. 11)

El factor social parte con la idea de enfrentar los problemas a los que pueden surgir y con ello poder generar y promover nuevas oportunidades de mejora en la banca tradicional y digital cumpliendo y enfocándose con las necesidades que surgen en la sociedad y de esta forma mantener una estabilidad económica.

#### **4.1.1.4 Factores Tecnológicos**

Considerando el factor tecnológico es uno de los más influyentes en el rubro de servicios de la banca ya que este permite desarrollar diferentes servicios que pueden ser consumidos por sus clientes y generar de esta manera mejoras continuas.

Se debe desarrollar políticas públicas flexibles, innovadoras y cooperativas, que permitan fomentar la creación de nuevos productos financieros y una mayor automatización en los sistemas de pago y mitigar los riesgos, alentando la coordinación entre el sector público y privado. (Cerrato, 2009)

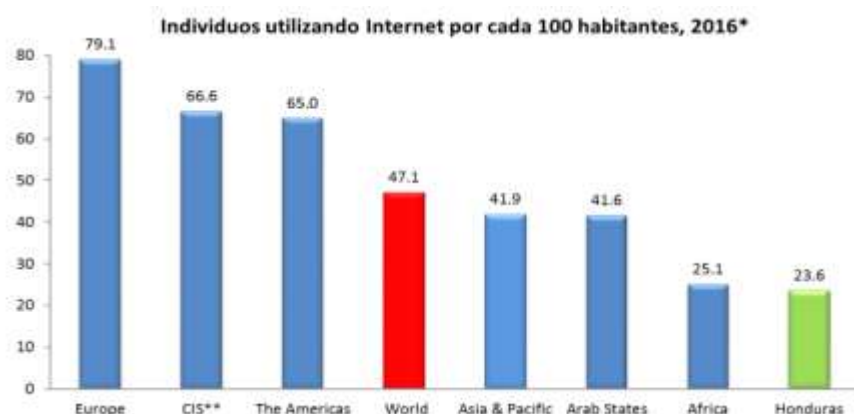


Figura 4.2 Individuos utilizando Internet

Como se logra notar en la figura 4.1 Honduras está en la cola, comparado con las grandes regiones mundiales, al registrar únicamente 23.6 suscripciones por cada 100 habitantes, superado incluso por la región africana que presenta 25.1 suscripciones y contrastando con el promedio mundial que se encuentra en 47.1. La región de las Américas tiene un promedio de 65 y Europa 79.1

Existen diversos modelos que proporcionan un marco teórico útil para explicar los procesos de adopción y uso de innovaciones tecnológicas, como los canales bancarios basados en Internet. Entre ellos, destaca por su influencia el TAM-modelo especialmente diseñado para explicar la aceptación de tecnologías informáticas. (Mangin, Bourgault, Martínez, Ortega, & González, 2013)

Tegucigalpa fue sede del lanzamiento oficial de la Mesa de Innovación Financiera de Honduras, en el marco del Foro “La innovación en el Desarrollo Sostenible e Inclusivo en América Latina”.

La iniciativa que tiene como principales líneas de trabajo el ecosistema de pagos y transferencias, el financiamiento alternativo y las tecnologías transversales, cuenta con el auspicio financiero del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), organizador del Foro de Innovación, y el patrocinio de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) y el Banco Central de Honduras (BCH), con la participación de la AHIBA y empresas Fintech hondureñas.

La creación de la Mesa de Innovación Financiera fue uno de los resultados alcanzados en el Congreso de Innovación Financiera para los Servicios Financieros (Fintech), organizado por el BID en febrero de este año, que impulsó acciones para conocer y estudiar el ecosistema Fintech nacional y la digitalización de los servicios financieros en el país. (CNBS, 2019)

Las nuevas Tecnologías de la Información están acelerando los procesos de digitalización impactando positivamente las economías y los mercados de trabajo. En el entorno corporativo, la influencia de las nuevas tecnologías digitales es capaz de proporcionar un crecimiento sostenible. Investigaciones de Gartner, Cisco y otros sugieren que el 75% de las empresas tendrán alto grado de desarrollo digital en 2020. Hay, sin embargo, dificultades en la implementación digital, tales como la accesibilidad y la complejidad en su adopción, lo que coloca a muchas empresas en riesgo de aislarse y no ser capaces de actualizarse con la innovación. (ITU, P. 89)

Para obtener una idea se entiende que las tecnologías de información aportan y comprenden un papel importante en el desarrollo de nuevas implementaciones como lo es en la banca tradicional y digital ya que es de suma importancia para obtener calidad de servicio al cliente ofreciendo altos estándares de seguridad en las implementaciones de los diferentes servicios que se ofrecen en la banca.

#### **4.1.1.5 Factores Ecológicos**

Considerando el factor Honduras dispone de regulaciones ambientales para proteger de esta forma el medio ambiente. Para el caso la banca debe cumplir con ciertas normativas como una actividad de responsabilidad social. “Los impactos ambientales son clasificados por el Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) en: efectos físico-químicos, efectos ecológicos, efectos estéticos y efectos socioeconómicos” (Castañeda, 1989, p. 89).

Se entiende que el factor ecológico-ambiental es un punto de importancia a considerar por la banca ya que están sujetos a practicar diferentes desafíos en la ejecución de la prestación de sus servicios tanto en la banca tradicional como digital, por tal motivo debe considerar lo que establece el BCIE en el factor mencionado.

#### **4.1.1.6 Factores Legales**

En relación, se muestra un interés nacional para la creación de nuevos proyectos que impulsan en el sistema bancario y así generar modelos de negocios diferentes, es por ello que la comisión de banca y seguros en conjunto con USAID desarrollan un informe que involucra el rubro y evaluar los factores políticos que surgen de este proyecto.

Para USAID (2019): “Por solicitud del Banco Central (BCH) y la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) de Honduras, EconLex llevó a cabo una evaluación del marco legal y reglamentario aplicable a las empresas de tecno-finanzas con miras a formular recomendaciones para favorecer su desarrollo en Honduras, a fin de aprovechar las oportunidades para promover la eficiencia y la inclusión, minimizando los riesgos para el sector financiero.” (p.11).

Considerado lo mencionado es necesario adoptar aspectos legales adecuados en la banca ya que este ente financiero es una parte fundamental para el crecimiento en Honduras el cual permita la generación de aspectos generación de implementación de nuevos servicios con los diferentes tipos de banca que se ofrecen y se desarrollan en el caso de evaluación del proyecto.

#### 4.1.2 Microentorno

El micro entorno para la ejecución del proyecto se basa en el análisis de las 5 fuerzas de Porter, en el cual se identifica por evaluar un entorno competitivo. Las cinco fuerzas que se evalúan en la herramienta de Porter: los Clientes, los proveedores, los nuevos productos sustitutos, los nuevos competidores, estos están directamente identificas a la rivalidad de la industria.

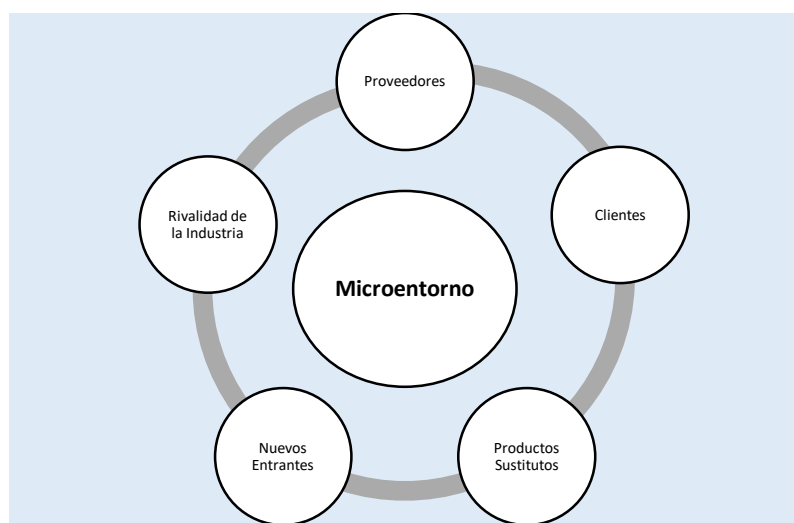


Figura 4.3: Diagrama de Porter

#### **4.1.2.1 Proveedores**

Los proveedores comprenden un papel muy importante en las empresas ya que este puede ofrecer mejoras de servicio, por lo que, la correcta elección de proveedores estaría brindando un aporte beneficioso para el tema de estudio del servicio de la banca tradicional y digital en nuestro país.

En cuanto a los objetivos estratégicos de la empresa es necesario contar con proveedores que se encuentren al alcance de brindar y solucionar las necesidades que puedan presentarse en el modelo de negocios o rubro al que se identifique.

Es importante señalar que otro de los factores que complica la selección de un proveedor es que muchos de los atributos se pueden encontrar en conflicto y que el logro de uno de éstos demerite el logro de otros. Por ejemplo, es posible que el proveedor que ofrece el mejor precio no ofrezca la mejor calidad en la parte o material solicitado; además, es posible que aquel proveedor con la mejor calidad no sea quien está en capacidad de realizar las entregas y abastos en tiempo (Ng, 2008).

La banca tradicional y digital cuenta con diferentes proveedores el cual ofrece un mantenimiento óptimo para la ejecución adecuada de los servicios que se prestan y que sus consumidores cuenten con una experiencia de satisfacción con la utilización y uso de los mismos. El contar con los proveedores correctos y capaces permite un mejor crecimiento ya que permite crear estrategias competitivas en el rubro al que se dedica.

#### **4.1.2.2 Clientes**

Los clientes juegan un papel importante en los negocios ya que son parte del giro de las empresas, para el caso del proyecto se identifican clientes potenciales ya que el servicio de la banca ofrece diversos servicios que cumplen con las necesidades de los consumidores.

Bienvenidos a la era de los bancos comprometidos y vinculados con el cliente", expresó Alex Sion, vicepresidente de servicios financieros de SapientNitro. "Hoy en día los clientes exigen tener a su disposición una amplia variedad de opciones, entre ellas el contacto interpersonal en las sucursales, banca por Internet y móvil, sistemas interactivos de respuesta de voz, cajeros automáticos, correo directo y mucho más. Estamos viviendo un cambio dinámico de poder en el paradigma de la banca personal, y ahora es el consumidor el que toma las decisiones. (s.n, 2010)

Los clientes juegan un papel importante en la banca ya que son los usuarios que realizan las solicitudes de servicios para su ejecución, es de suma importancia que los clientes perciban una calidad de servicio ya que sea con el uso de servicios en agencias bancarias y/o los servicios digitales ya que con la experiencia percibida al mismo tiempo se realiza una fidelización entre ambas partes.

#### **4.1.2.3 Productos sustitutos**

Los productos que realizan una sustitución en los servicios ya existentes deben comprender su gran importancia de inclusión en el mercado, este con el objetivo de evaluar sus potenciales, los servicios sustitutos para el caso van de la mano con el desarrollo de tecnológicas que permiten la creación de la banca digital y hacer de estos servicios de calidad que permiten una mayor facilidad de uso para los consumidores.

Para los productos sustitutos, Carrizo (2018) afirma “Si como consecuencia de un determinado incremento de precios en un producto, el consumidor opta por otro producto, se ha entendido que en esos casos ambos productos deben entenderse sustitutos y por ende formar parte de un mismo mercado”.

Para hacer frente a los productos sustitutos se debe intentar a profundidad diferenciarse de lo que ofrece actualmente la competencia con el fin de mejorar los servicios prestados y tener de esta forma una aceptación exitosa en el mercado.

#### **4.1.2.4 Nuevos entrantes**

La evaluación de las complicaciones a las que se enfrentaría el servicio de la banca digital y tradicional la misma se vería afectada con la entrada de nuevos potenciales que ofrecieran este servicio, por lo que se deben identificar a tiempo estrategias que permitan ser líder en el mercado con servicios altamente calificados y tener participación en el mercado efectiva con el fin de fidelizar a sus clientes potenciales, permitiéndole ser líder sin la necesidad de sentir síntoma de afectación por nuevos negocios del mismo rubro.

Porter (2008) afirma: “Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir” (p.4).

En la industria de la banca se ofrece una gama de altos niveles de posibilidades ya que el mismo se puede aplicar con el avance de las tecnologías, es por ello que se debe estar atentos a los nuevos entrantes y que calidad de servicios se ofrecen para poder continuar en constante actualización y estar al nivel de las nuevas competencias.

#### **4.1.2.5 Rivalidad de la industria**

La rivalidad entre competidores del rubro o sector se entiende por tener un índice alto, ya que hay varios competidores directos en el cual deben enfrentar presentando estrategias para cumplir con los objetivos propuestos y poder sacar el provecho del servicio de la banca en sus dos puntos fuertes de servicio como ser tradicional y digital.

Porter 2008 menciona “La rivalidad es especialmente destructiva para la rentabilidad si gravita exclusivamente en torno al precio, debido a que la competencia de precios transfiere las utilidades directamente desde un sector a sus clientes” (p. 8).

La rivalidad en el ente bancario se considera un nivel alto ya que la mayoría ofrecen los mismos servicios a sus consumidores, es por ello que debe contemplar diferentes modelos de negocios y ofrecer calidad de servicio el cual tendrá como resultado el cumplimiento de sus objetivos.

## **4.2 Teorías de Sustento**

### **4.2.1 Modelo SERVQUAL.**

El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Para ello utiliza un cuestionario estandarizado, si bien puede ajustarse según las necesidades de cada organización. Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora. Y de comparación con otras organizaciones. El modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio mide lo que el cliente espera de la organización que presta el servicio en las cinco dimensiones citadas. De esta forma, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio en esas dimensiones. (Parasuraman, 2012)

Por otra parte, el modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio indica la línea a seguir para mejorar la calidad de un servicio. Fundamentalmente, consiste en reducir determinadas discrepancias. En primer lugar, se asume la existencia de cinco deficiencias en el servicio. Cada una asociada a un tipo de discrepancia.

Parasuraman (2012) menciona: “El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio no representa únicamente una metodología de evaluación de la calidad de servicio. Constituye en sí mismo un completo enfoque para la mejora de la calidad” (p. 229).

La calidad del servicio es una noción íntimamente ligada al concepto de calidad y como consecuencia se genera según el grado de satisfacción de los clientes.

El modelo Servqual se centra en controlar los factores claves en la percepción de los clientes sobre los servicios recibidos y que servirá para medir la Calidad de los Servicios. El indicador que se consigue obtener con este método se denomina Índice de Satisfacción del Cliente. La herramienta bi-escala más divulgada para medir la calidad de servicio propuesta en este modelo es la escala SERVQUAL propuesta por Berry, Parasuraman y Zeithaml. Esta escala está formada por 22 ítems, que son declaraciones que permiten medir tanto las expectativas como las percepciones de los usuarios del servicio. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

Camisón, Cruz, & González (2006) menciona: “El modelo servqual ha sido diseñado para la evaluación de la atención que se proporciona a un cliente, basados en los criterios de calidad como son: “elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía”. El modelo Servqual parte de ser diseñado con el objetivo de prestar mayor atención y brindar al cliente un servicio basado en varios criterios que pueden medirse y estandarizar de esta forma los objetivos planteados y poder cumplir con las necesidades que se prestan, más en este caso que el propósito es comparar un servicio de la banca en dos diferentes modalidades.

El modelo servqual se lo aplica mediante 2 encuestas en diferentes tiempos y no necesariamente a las mismas personas, la primera encuesta sirve para medir la expectativa que posee un usuario y la segunda encuesta esperando un periodo de tiempo sirve para medir la percepción del usuario del servicio, de la cual la diferencia de estas mostrará si cumplen o no con las expectativas.

A la hora de medir las percepciones de calidad, el cliente debe responder en función de la prestación dada por el proveedor. Obtenidas las puntuaciones para las dos baterías, el modelo

indica que el índice global de calidad de un servicio se obtendrá agregando las diferencias obtenidas entre las puntuaciones a los ítems de percepciones y las puntuaciones a los ítems de expectativas, sin realizar ningún tipo de ponderación ni a los ítems ni a las dimensiones. (QUILAMÁN, 2008)

Cuanta más alta sea la puntuación dada a los ítems de percepciones respecto de la puntuación otorgada a las expectativas, más elevado será el índice de calidad del servicio. Las puntuaciones de las dos baterías de ítems se recogen sobre una escala Likert. Las cinco dimensiones o categorías finales de este trabajo de depuración contempladas en la escala Servqual son las siguientes. (Wigodski, 2003)

#### 4.2.1.1 Categorías Modelo SERVQUAL.

Tabla 4.1 *Categorías del modelo Servqual*

Categoría	Concepto
<b>Tangibilidad</b>	Corresponde a la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y dispositivos de comunicaciones.
<b>Fiabilidad</b>	Es la habilidad para desempeñar el servicio prometido de manera precisa y fiable.
<b>Capacidad</b>	Es la capacidad de respuesta al cliente, dotándolo de un servicio oportuno.
<b>Seguridad</b>	Tiene una relación con la preparación, la seguridad de los empleados en su desempeño y su habilidad para generar confianza.
<b>Empatía</b>	La capacidad de sentir y comprender los deseos de otros, mediante un proceso de identificación, de atención individualizada al cliente.

*Fuente: (Wigodski, 2003)*

Esta teoría de sustento Servqual parte de ser un instrumento que permite realizar un estudio válido a lo largo de los años, tomando en cuenta consideraciones específicas para poder tener un amplio enfoque de los resultados y como los mismos puedan ser de uso y aplicarlo al caso de estudio como lo es para la banca tradicional y digital manteniendo una validez de respuesta ante sus variables independientes. Los autores encontrados suponen a la escala Servqual como un instrumento válido en el contexto de su estudio. Conclusión: La escala aún después de más de 30 años desde su origen sigue siendo extensamente aplicado en el contexto sanitario. Las dimensiones iniciales planteadas por el autor no siempre se mantienen en todos los contextos hospitalarios, investigadores deberían

llevar a cabo pruebas de validez para confirmar si los conceptos de empatía, seguridad, fiabilidad, capacidad de respuesta y elementos tangibles, persisten y se ratifican en la muestra de su estudio. (Bustamante, Zerda-Barreno, Obando, & Tello-Sánchez, 2019, págs. 1-15)

La insatisfacción del cliente por los servicios percibidos se constituye en un problema para cualquier empresa o negocio, y las entidades bancarias no son la excepción. La medición de la satisfacción, como actividad fundamental para conocer de primera mano, debe ser debidamente ejecutada para la correcta identificación de las falencias en el servicio empresarial. Como respuesta a estas y otras situaciones que se dan en forma diaria, se desarrolla el modelo SERVQUAL de calidad de servicio. Este modelo plantea diversas opciones de solución a las situaciones negativas detectadas en una organización.

#### **4.2.1.2 Características del modelo Servqual.**

El modelo SERVQUAL se caracteriza por facilitar la medición y efectuar seguimientos periódicos para comparar los cambios que se producen en las expectativas y en las percepciones, lo que proporciona una línea de actuación definida (Camisón, Cruz, & González, 2016). Aunque los estudios consultados no especifican una periodicidad para la aplicación de esta medición, resulta recomendable una frecuencia de dos mediciones al año, al final de cada semestre, a la par que se evalúan otros indicadores organizacionales.

Entre las principales ventajas de este modelo en una institución financiera, está la posibilidad de efectuar un análisis por área, facilitando la toma de decisiones para cada sección. Además, facilita la comparación con los competidores, posibilitando estar pendientes de los cambios operados en el entorno competitivo. (Lara, 2013)

Entre sus desventajas, está la extensión del instrumento utilizado, que puede resultar incómodo para los consumidores o usuarios impacientes. Cuando en la investigación se decide agregar otros ítems además de los formulados en el formato original, el encuestado puede perder el interés después de responder 15 preguntas, por demandar más de 5 minutos. (Duque, 2015)

##### **4.2.1.2.1 Que se obtiene a través del SERVQUAL**

- Una calificación de la calidad del servicio, lo que desean los consumidores, lo que encuentran los consumidores, las lagunas de insatisfacción y ordena los defectos de calidad

Tabla 4.2 *Factores que conforman la dimensión de confiabilidad*

Dimensión	Concepto
<b>Eficiencia</b>	El desarrollar el servicio acertadamente, aprovechando tiempo y materiales, realizándolo de la mejor forma posible.
<b>Eficacia</b>	Se refiere solo a obtener el servicio requerido, sin importar los procesos o recursos utilizados.
<b>Efectividad</b>	Obtener el servicio mediante un proceso correcto que cumpla las expectativas para las que fue diseñada.
<b>Repetición</b>	Cuando un servicio no se realizó bien, se tiene que volver a repetir algunas veces.
<b>Problemas</b>	Es similar a los servicios clasificados como de no rutinarios, porque no son comunes ya que son provocados por problemas.
<b>Velocidad de respuesta</b>	La disposición inmediata para atender a los clientes y dar un pronto servicio.
<b>Post servicio</b>	Este factor se refiere al tiempo que el sistema tarda para resolver situaciones o problemas que no forman parte del servicio normal.
<b>Aseguramiento</b>	El conocimiento y cortesía de los empleados y su habilidad para comunicarse e inspirar confianza.
<b>Cortesía</b>	La cortesía implica amabilidad y buen trato en el servicio.
<b>Servicialidad</b>	Este factor podría confundirse con el anterior por la costumbre de utilizarlos para identificar acciones comunes.
<b>Competencia</b>	Es la capacidad de los empleados para realizar un servicio de calidad. Son sus conocimientos y acciones que demuestran al momento de realizar el servicio.
<b>Credibilidad</b>	El comportamiento y forma de reaccionar de los servidores, puede provocar seguridad o inseguridad en el usuario.
<b>Empatía</b>	Proveer cuidados y atención individualizada a los clientes.
<b>Personalización</b>	El buscar hacer sentir al usuario que se le trata individualmente, como alguien especial, le provocara tener una buena opinión de la empresa.
<b>Conocimiento del cliente</b>	El ofrecer un trato personalizado, implica, además, conocer más a fondo las necesidades de cada cliente, factor esencial para proporcionar un buen servicio.

Fuente: (Medwave, 2003)

Con base en los conceptos anteriores, la SERVQUAL es una herramienta que se divide en tres cuestionarios: **Fase 1.** Este cuestionario capta las percepciones de los clientes, contiene 22 preguntas respecto al servicio que se espera brinde una compañía de servicio excelente. Las preguntas están redactadas de manera general para aplicarse a cualquier empresa de servicio, por lo que para cada aplicación específica es posible -y deseable-, se adapten los enunciados que integran el SERVQUAL sobre la base de las características específicas de la empresa donde se aplicará. **Fase 2.** Consiste en un cuestionario mediante el cual los clientes evalúan la importancia que tiene cada una de las cinco dimensiones de servicio. **Fase 3.** En esta fase se solicita a los clientes sus percepciones específicas respecto a la compañía que se desea estudiar. Básicamente, los enunciados son los mismos que en la fase 1, pero aplicados a la compañía en estudio (usando el nombre de la empresa de estudio y preguntando por la percepción del cliente sobre la misma).

#### **4.2.2 Los servicios en la banca tradicional y los servicios en la banca digital.**

Está claro que la banca ha experimentado muchos cambios a lo largo del tiempo, pero ahora estamos en un momento importante, en el que debemos detectar las oportunidades que nos trae la banca digital, tanto para los negocios como para los consumidores, asimismo el involucramiento de la banca tradicional ante las necesidades que presentan.

##### **4.2.2.1 El banco tradicional**

Cuenta con personal capacitado en agencias físicas, lo cual hace que las personas aún no digitalizadas o quienes prefieren la interacción persona a persona, se acerquen a las agencias a resolver dudas tiene la disposición de brindar diversidad de horarios en sus sucursales para atender las gestiones personalizadas, y si, además, cuentan con banca en línea, también pueden atender a través de esa vía.

El manejar efectivo es una de las ventajas del banco tradicional, ya que la industria aún maneja este tipo de moneda. Un banco tradicional, es una opción ideal para clientes que se inclinan por el uso de efectivo con frecuencia. (INV, 2019) .La banca tradicional está diseñada en atender las necesidades de los clientes de una forma más personalizada ya que la misma se realiza por medio de gestiones en agencias físicas y cumple con las características de resolver de una forma más rápida.

##### **4.2.2.1.1 Ventajas y desventajas de la banca tradicional**

### Ventajas

- a) La banca tradicional ofrece a sus clientes depósitos con mayor rentabilidad de la que anuncian. En general, las condiciones que tienen los productos son mucho más negociables.
- b) No es necesario usar aparatos tecnológicos ni informáticos, y además se consigue tener un trato mucho más cercano con el personal de la sucursal.

### Desventajas

- a) Las bancas tradicionales son de propiedad privada y tienen, por tanto, fines de lucro. Además, cuentan con muchos gastos, no solo los gastos generales como pueden ser los de alquiler y de servicios públicos, sino de sueldos a trabajadores, servicio de limpieza, etc.
- b) Las cuentas bancarias tradicionales no tienen tendencia a ofrecer la mejor oferta disponible cuando se trata de ahorro del dinero. Para realizar transacciones como la transferencia u otro tipo de gestión de una cuenta a través de la banca tradicional, solo se puede hacer acudiendo en persona y en horario de apertura de la sucursal.

#### **4.2.2.2 El banco digital**

Si necesitas apoyo del servicio al cliente, podrás hacerlo a través de correo, teléfono, chat o video llamada, sin necesidad de salir de casa o desde tu celular en cualquier lugar permite tener un mayor control financiero, ya que puedes darles seguimiento a tus movimientos.

##### 4.2.2.2.1 Ventajas y desventajas de la banca online

### Ventajas

- a) La banca online permite que el cliente pueda realizar todas sus operaciones desde un ordenador, móvil o Tablet, de manera rápida y fácil. Incluso, se puede realizar cualquier tipo de operación a cualquiera hora del día y de la semana, sin ningún tipo de restricción.
- b) Con la banca online, hay una mayor transparencia y menos letras pequeñas. En el momento en que se contrata los servicios de manera online, se obliga a que las condiciones y los contratos expuestos a través de la página web sean mucho más claros y concisos que en cualquier banco físico.

### Desventajas

- a) El peligro que presenta la banca online es que no es una entidad bancaria oficial. Además, hay una gran cantidad de estafadores fuera y dentro de Internet, que aprovechan del desconocimiento de las personas para llevarlos a otras páginas webs que no son oficiales de los bancos.
- b) También para poder acceder a las cuentas virtuales, es necesario contar con algún tipo de dispositivo móvil como portátil, Tablet o teléfono móvil.
- c) Con la banca online, no hay una interacción con el personal de la entidad, por ello, muchas personas son reacias a este tipo de banca.

Fajardo (2020) afirma: A pesar de la fuerza de la digitalización de la banca y las ventajas de tiempo y agilidad que ha demostrado tener para los usuarios, existe aún un sector de la población que prefiere los canales bancarios tradicionales, con oficinas físicas y medios presenciales de pago.

CEPAL señala:

Es necesario que las entidades financieras realicen estrategias para transmitir mayor solidez y confianza por los canales digitales, reflejar la seguridad en la experiencia del usuario y tener un lenguaje y trámites más sencillos con procesos de apertura de cuenta en tres pasos, sin tantos requisitos.

Los diferentes servicios que se ofrecen por medio de la banca se pueden obtener de diferentes maneras, es por ello que la banca digital y la tradicional deben innovar sus servicios y poder de esta forma cumplir y cubrir las necesidades de sus consumidores de servicios, es importante tomar en cuenta a quien dirige sus servicios para que tengan resultados provechosos en el comercio.

El uso de diferentes canales para entregar el mismo servicio no sólo tiene distintas implicaciones de costo para una organización, también afecta de forma drástica la naturaleza de la experiencia de servicio del cliente; los servicios bancarios, por ejemplo, se pueden entregar a distancia por medio de una computadora, un teléfono móvil, un sistema de respuesta por voz, un centro de atención telefónica y cajeros automáticos. También se entregan personalmente en una sucursal o, bien, en el caso de la banca privada, a través de una visita directa a la casa de un cliente adinerado. (Lovelock et al., 2009, p. 103)

Es de suma importancia considerar los servicios y en este caso la banca ya que los mismos pueden llegar a ser muy complejos a la hora de brindarlos a sus consumidores finales, es importante se

pueda diseñar su modelo de mercado con la finalidad de competir por una aceptación al rubro al cual está definido y ofrecer los servicios de acuerdo a sus necesidades.

Cobra (2002) afirma “los servicios bancarios son complejos al combinar aspectos tangibles (pagos, retiros, depósitos, la atención amable en caja) e intangibles (sensación de seguridad, capacidad de respuesta y responsabilidad de los funcionarios)”.

Es importante conocer que, en la rama de la banca financiera se comprenden varios servicios que es necesario conocer para el desarrollo de los mismos y como poder ofrecerlos por medio de la banca digital y por medio de la banca tradicional.

Adriano (2004) menciona “Los servicios financieros son aquellos que comprenden todo servicio de esa naturaleza, bien sea servicio de banca, seguros, valores, factoraje, arrendamiento financiero y finanzas; así como cualquier otro servicio conexo o auxiliar de un servicio financiero”.

La banca cada vez cumple un papel importante en la prestación de servicios y está en una constante evolución en la economía, del cual se desarrollan diferentes tipos de servicios y según la necesidad se ofrecen por medio de oficinas bancarias o en línea, el cual brinda soluciones estratégicas adecuadas a sus consumidores convirtiéndose que entidades importantes en el país. “el sistema bancario avanza en el camino imparable de convertirse en un sistema de prestación de servicios de información, sin limitación espacial” Valle (2000, p. 21).

Cabe mencionar que dentro de los servicios que se están evaluando se pretenden comparar los servicios de la banca tradicional con la banca digital, para ello se tiene una amplia identificación en los servicios que se ofrecen online ya que cada vez actúan con mayor demanda de clientela, ya que este servicio cumple de realizar diferentes transacciones de una manera rápida y segura es por ello que los mismos se encuentran en auge en la actualidad.

En el desarrollo de estos canales alternativos concurren dos fuerzas. Por un lado, la creciente demanda de la clientela de estos canales, motivada por la escasez de tiempo, la dificultad de los desplazamientos, la necesidad de una disponibilidad permanente de atención, la reducción de costes o la comodidad. Por otro lado, las distintas motivaciones, bien de carácter ofensivo o defensivo, de las entidades para impulsarlos, como la utilización de los mismos como

complemento a la red de oficinas tradicionales con el fin de alcanzar una mayor cuota de mercado, la imagen de entidad sofisticada y desarrollada tecnológicamente que intenta transmitir, o la disminución de los costes transaccionales, obligadas por la caída de márgenes. En este sentido, los canales de distribución alternativos permiten atender rápida y eficientemente las operaciones indiferenciadas por una vía de bajo coste y proporcionar una mayor calidad y disponibilidad del servicio. (Larrán et al., 2007, pp. 145-153).

Los agentes bancarios deben considerar sus servicios ofrecidos para el caso de la banca digital debe implementar grados de confiabilidad para que los consumidores finales puedan realizar sus diferentes transacciones de una manera efectiva, ya que pueden llegar a surgir inconvenientes en los cuales incurran insatisfacción del servicio utilizado.

Gerrard (2003) afirma: “En los entornos virtuales, incrementar la confianza de los consumidores es fundamental, ya que el riesgo asociado a posibles pérdidas derivadas de la transacción bancaria online es mayor que en los entornos tradicionales”.

#### 4.2.3 Las características de los Servicios

Las características de los Servicios que tienen en común la banca en línea y la banca tradicional son las siguientes:

*Tabla 4.3 Características de los servicios*

Característica	Concepto
<b>Calidad en el servicio</b>	Esta es una característica muy importante que se ha ido adaptando de acuerdo con las necesidades de los clientes de las entidades bancarias, aumentando cada vez más el nivel de calidad en los servicios.
<b>Nivel de satisfacción</b>	Esta característica viene de la mano de la calidad de servicio ya que es proporcional al nivel de satisfacción de los clientes, es decir, el bienestar resultante de la experiencia que ha tenido el usuario.

Característica	Concepto
<b>Estrategias centradas en los clientes</b>	Según el banco BBVA, la mejora continua de la experiencia de los clientes es indispensable para lograr una transformación digital.

Para aumentar los niveles de inclusión financiera, es necesario que los países de la región promuevan iniciativas que mejoren el acceso a los productos a través de una oferta adecuada, asequible y accesible; una demanda que garantice el uso adecuado de los productos financieros y una educación financiera que facilite y optimice el uso eficaz de estos instrumentos.

Castillo (2020) afirma: “La innovadora implementación de tecnología a los servicios financieros representa una serie de beneficios, tanto para aquellos que prestan los servicios financieros, como para los usuarios de estos servicios, entre los cuales se podría destacar”.

#### **4.2.3.1 Beneficios de promover la Inclusión Financiera**

Muchos usuarios tienen dificultades para hacer uso de los servicios financieros bajo el sistema tradicional o de ser considerados para adquirir productos financieros como una tarjeta de crédito o cuenta bancaria, por falta de historial crediticio y garantías, limitaciones geográficas, falta de educación financiera, falta de documentos de identidad, entre otros. Las innovadoras fuentes de información para evaluar el comportamiento crediticio, servicios financieros de fácil acceso por medio de dispositivos móviles, plataformas de pago con una robusta red comercial, entre otras soluciones, contribuyen a incrementar y facilitar las oportunidades a las personas para obtener y consumir los diferentes servicios financieros.

La inclusión financiera ha recibido una atención cada vez mayor por parte de formuladores de políticas públicas en las últimas dos décadas, ya que existe una creciente evidencia de su impacto positivo en diferentes variables económicas. (CAF, 2021)

#### **4.2.3.1.2 La facilitación en la formalización de negocios financieros**

Transformación en la manera de formalizar negocios financieros básicos como ser aperturas de cuenta, transferencias de dinero, depósitos, cobros de remesas, desembolso de préstamos, entre otros, permitiendo la formalización de estos de manera más eficiente mediante medios digitales,

sin necesidad de presencia física de los actores de la relación, siguiendo las disposiciones y normativa establecida.

Las formalidades de establecimiento y los procedimientos de cumplimiento en curso pueden racionalizarse mediante medidas de facilitación de la actividad empresarial y una mayor coordinación intra-gubernamental. (Gaarder & van, 2021)

#### 4.2.3.1.3 Un beneficio económico: menores costos por transacción

Mediante la innovación financiera se introducen modelos de negocio disruptivos, aprovechando las nuevas tecnologías que permiten reducir los costos que implican la ejecución de cada transacción de manera tradicional. De lo anterior deriva la importancia de apoyar iniciativas que promuevan la transformación del sector financiero en Honduras, en las que se le dé la oportunidad también, a los emprendedores que deseen ser parte de estos desarrollos.

Ramírez Gómez (2010) afirma:

Bajo este ámbito teórico se presenta la categoría de Costos de Transacción, como los costos que se generan en los flujos transaccionales, es decir, en la esfera de la circulación de los factores requeridos para el desarrollo de los procesos productivos, teniendo como escenario los mercados. (p. 45)

Tabla 4.4 *Características generales de los servicios financieros*

Característica	Concepto
<b>Intangibilidad</b>	Por su naturaleza el servicio es de cierta manera incomprensible, ya que no se puede percibir a través del tacto, olfato, u otro sentido. Y la única dependencia que tiene es de la experiencia personal de los clientes, que es donde la compañía tiene la oportunidad de brindar valor agregado.
<b>Inseparabilidad</b>	El servicio siempre está presente en la relación cliente-organización, y a través del trato personal o factor humano como medio idóneo se logra brindar un servicio.
<b>Heterogeneidad</b>	Ya que el factor humano es el medio idóneo, la variabilidad que hay en el trato personal que reciben los clientes, de empleado a empleado debe ser controlada y estandarizada continuamente por la organización.

Característica	Concepto
<b>Perecedero</b>	No hay producción masiva de servicio, no existe una producción en serie, el servicio depende de ese contacto personal organización-cliente, en donde el resultado es el valor agregado y nunca va a ser igual.

Tabla 4.5 *Características específicas de los servicios financieros*

Característica	Concepto
<b>El servicio financiero</b>	En primer lugar, la materia prima del servicio financiero es el dinero, por lo que el riesgo percibido tanto por el cliente como por la entidad bancaria es alto. La relación entre el cliente y la entidad no es una única venta puntual, pues la prestación del servicio financiero da lugar a una relación comercial caracterizada por una serie de sucesivas transacciones y contactos con el cliente. E
<b>Los clientes de los servicios financieros</b>	Una de las características más relevantes del sector es la doble posición tanto de la entidad como del cliente, pues ambas partes pueden ser tanto demandante como proveedores de fondo

Fuente: (Talleda, 2016)

Es importante tomar en consideración las características de los servicios que se ofrecen tanto para la banca tradicional como la banca digital y de esta manera cumplir con el objetivo principal de realizar un análisis y comparar sus servicios de ambas modalidades con la finalidad de contar con un mejor enfoque del análisis de los resultados.

#### **4.2.3.1.3 Características de la banca tradicional**

El objetivo es minimizar las comisiones de uso para tener más clientes, buscan ampliar la red comercial, para ello, el empleado buscará las debilidades del cliente para convencerlo de su contratación.

#### **4.2.3.1.4 Características de la banca online**

Fue introducida a mediados de los 90 y cambió la manera de realizar trámites bancarios. Desde la banca móvil a los cajeros automáticos. Hay tres tipos principales de banca electrónica:

automatizada, telefónica y en línea. Cada una es diferente, pero al final y al cabo todas funcionan de la misma manera. (Ecobeyba, 2019)

### **4.3 Conceptualización**

Con el propósito de dar a conocer de manera más detallada lo que implica cada variable establecida en este estudio, se presentan diversos conceptos de cada uno de estos, según diferentes autores.

#### **4.3.1 Elementos tangibles**

Son todas las instalaciones que la empresa tiene para brindar el servicio al cliente, también se considera al personal de servicio, al equipo gerencial y los materiales de comunicación. ((Jain & Gupta, 2004)

#### **4.3.2 Seguridad (garantía)**

Es un derecho fundamental que todas las empresas financieras que deben tener para generar una calidad de servicio positivo, generando confianza del cliente con los empleados de la organización al resolver sus problemas, como también servirá para diferenciarse de sus competencias. ((Jain & Gupta, 2004)

#### **4.3.3 Empatía**

Kozanda (2011) afirma:

Es una habilidad que se obtiene para entender las necesidades que el empleado en un momento dado debe de comprender para satisfacer las necesidades del cliente de una manera que las respuestas sean correctas y las reacciones emocionales sean propicias para la satisfacción de sus necesidades.

Trevithick (2006) afirma:

Es considerado también como amabilidad, ponerse en el papel del cliente es muy bueno, transmitirle la confianza para que desfogue su problema y ser partícipe de resolverlas, todo esto se lleva de la mano con la capacidad de sintonizar emociones con los demás. Esto influenciara positivamente con las relaciones sociales.

#### **4.3.4 Confiabilidad**

Es una cualidad que las empresas deben tener al entregar el servicio a los clientes de manera positiva que responda favorablemente a las necesidades y satisfaga de una manera concreta su información requerida. (Salazar, 2011)

Universidad de Valencia (2016) menciona:

Es un factor primordial que se debe otorgar al cliente al facilitarle una buena calidad de servicio. Es indispensable que el gerente de la empresa conozca cuales son las expectativas del cliente para poder resolver sus problemas con facilidad.

#### **4.3.5 Capacidad de respuesta**

Es la prioridad que tiene el cliente para resolver su problema a través del empleado y la organización en general, de manera óptima, eficiente, eficaz y rápida. Es una clave para asegurar a los clientes actuales, cumpliendo con la satisfacción y seguridad un cliente fijo dentro de la organización. (Jain & Gupta, 2004)

## V. METODOLOGÍA Y PROCESOS

### 5.1 Tabla de Congruencia Metodológica

Título de la investigación	Objetivo General de la investigación	Objetivos específicos de la investigación	Preguntas de la investigación
<b>Servicio al cliente en la banca tradicional y digital de Tegucigalpa</b>	Comparar el nivel de servicio al cliente de la banca tradicional y banca en Línea de los principales bancos de Tegucigalpa, mediante consideraciones: elementos tangibles, seguridad (garantía) empatía, confiabilidad y capacidad de respuesta; con la finalidad de realizar una comparación entre ambas modalidades de servicio al cliente y seleccionar una que se adapte a las necesidades de los clientes reales y potenciales.	1. Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a los aspectos tangibles.	1. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a los aspectos tangibles?
		2. Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la seguridad (garantía).	2. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la seguridad (garantía)?
		3. Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la empatía.	3. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la empatía?
		4. Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la confiabilidad.	4. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la confiabilidad?
		5. Comparar el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea de Tegucigalpa respecto a la capacidad de respuesta.	5. ¿Cómo se compara el nivel de servicio al cliente en la banca tradicional y la banca en línea respecto a la capacidad de respuesta?

## 5.1.1 Tabla de Operacionalización de Variables

<b>Variables Independientes</b>	<b>Definición Conceptual</b>	<b>Definición Operacional</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítem</b>
<b>Elementos tangibles</b>	(Jain & Gupta, 2004) afirman: Son todas las instalaciones que la empresa tiene para brindar el servicio al cliente, también se considera al personal de servicio, al equipo gerencial y los materiales de comunicación.	Elementos tangibles como: Infraestructura y comodidad mediante sucursales, cajeros automáticos y las terminales de punto de ventas. Apariencia de los colaboradores mediante su uniforme, gestos y palabras. Equipo electrónico moderno con computadoras, cámara fotográfica para aperturas de cuentas, firma electrónica y toma de turnos.	<b>Infraestructura y comodidad</b>	Cuestionario: Preguntas de 1.5 a 1.7
			<b>Apariencia del colaborador</b>	
			<b>Equipo electrónico moderno</b>	
<b>Seguridad(garantía)</b>	(Jain & Gupta, 2004) afirman: es un derecho fundamental que todas las empresas financieras que deben tener para generar una calidad de servicio positivo, generando confianza del cliente con los empleados de la organización al resolver sus problemas, como también servirá para diferenciarse de sus competencias.	Seguridad (garantía) como: Credenciales personales por medio de usuarios y claves únicas de acceso. Ubicación por medio de su afluencia de público en la zona, vías de acceso y facilidad de aparcamiento. Calidad de productos y servicios enfocados en las necesidades de los clientes	<b>Credenciales personales</b>	Cuestionario: Preguntas de 1.8 a 1.10
			<b>Ubicación</b>	
			<b>Calidad de los productos y servicios</b>	
<b>Empatía</b>	(Kozanda, 2011) afirma: es una habilidad que se obtiene para entender las necesidades que el empleado en un momento dado debe de comprender para satisfacer las necesidades del cliente de una manera que las respuestas sean correctas y las reacciones emocionales sean propicias para la satisfacción de sus necesidades.	Empatía por parte de la entidad bancaria tomando en cuenta capacidad de escucha, flexibilidad de horarios tomando en cuenta extensión de horarios y asertividad y agilidad.	<b>Capacidad de escucha</b>	Cuestionario: Preguntas de 1.11 a 1.13
			<b>Flexibilidad de horarios</b>	

Variables Independentes	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Ítem
	(Trevithick, 2006; Roche, 2004) mencionan: es considerado también como amabilidad, ponerse en el papel del cliente es muy bueno, transmitirle la confianza para que desfogue su problema y ser partícipe de resolverlas, todo esto se lleva de la mano con la capacidad de sintonizar emociones con los demás. Esto influenciará positivamente con las relaciones sociales.		Asertividad y agilidad	
Confiabilidad	(Salazar, 2011) mencionan: es una cualidad que las empresas deben tener al entregar el servicio a los clientes de manera positiva que responda favorablemente a las necesidades y satisfaga de una manera concreta su información requerida. (Universidad de Valencia, 2016) menciona: es un factor primordial que se debe otorgar al cliente al facilitarle una buena calidad de servicio. Es indispensable que el gerente de la empresa conozca cuales son las expectativas del cliente para poder resolver sus problemas con facilidad.	Confiabilidad que tenga eficacia en la gestión donde el tiempo promedio para realizar gestiones no sea mayor a 10 minutos. Solución de problemas mediante seguimiento de gestiones. Cumplimiento de compromisos mediante el manual de políticas.	Eficacia en la gestión.	Cuestionario: Preguntas de 1.14 a 1.16
			Solución de problemas	
			Cumplimiento de compromisos	
Capacidad de respuesta	(Jain & Gupta, 2004) mencionan: es la prioridad que tiene el cliente para resolver su problema a través del empleado y la organización en general, de manera óptima, eficiente, eficaz y rápida. Es una clave para asegurar a los clientes actuales, cumpliendo con la satisfacción y seguridad un cliente fijo dentro de la organización.	Capacidad de respuesta que tenga disponibilidad en línea 27/7 los 365 días del año, agilidad en tramites en documentación fácil de llenar y requisitos claros, orientación para realizar los cualquier gestión solicitada.	Disponibilidad	Cuestionario: Preguntas de 1.17 a 1.19
			Agilidad en tramites	
			Orientación	

## **5.2 Enfoque de la Investigación**

El presente estudio se desarrolla con un enfoque cuantitativo, analiza la realidad en su contexto natural, conceptos y comprensiones sobre los resultados de comparar el servicio al cliente de la banca digital o tradicional de Tegucigalpa.

Sampieri (2014) menciona: “Enfoque cuantitativo Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (p.4).

Se pretende realizar comparación de los niveles de servicio al cliente mediante variables como elementos tangibles, seguridad (garantía), empatía, confiabilidad y capacidad de respuesta.

## **5.3 Alcance de la Investigación**

Con el fin de realizar un estudio de la banca tradicional y digital en Tegucigalpa, la misma se ejecuta por medio de una investigación transaccional descriptivo ya que cumple con identificar adecuadamente la calidad de servicio tradicional o digital respecto a los elementos tangibles, seguridad/garantía, empatía, confidencialidad y la capacidad de respuesta.

Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan. Con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Hernández, 2014, pág. 92)

Hernández (2014) afirma: “En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir, o al menos visualizar, qué se medirá (qué conceptos, variables, componentes, etc.) y sobre qué o quiénes se recolectarán los datos (personas, grupos, comunidades, objetos, animales, hechos)” (p. 92).

## **5.4 Diseño de la Investigación**

La presente investigación corresponde al diseño no experimental transversal ya que obtiene una recolección de datos en un único momento y los mismos se miden a través de un control y validez, mismos fortalecen el estudio de análisis sobre la banca tradicional y digital en Tegucigalpa en el año 2022.

Hernández (2014) afirma “Investigación no experimental Estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos” (p. 152).

### **5.4.1 Población y Muestra**

Este se encuentra constituido por consumidores del servicio de la banca tradicional y digital en Tegucigalpa, presentado en el primer trimestre del presente año. Con el fin de presentar la muestra de la población a estudiar se establece el cálculo con la fórmula de muestreo aleatorio simple.

#### **5.4.1.1 Población**

La población a estudiar en la presente investigación son los consumidores de servicios de la banca tradicional y digital en Tegucigalpa.

Lepkowski (2008) informa: “Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p. 174).

Lepkowski (2008) detalla: “Población o universo Conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones” (p. 174).

### 5.4.1.2 Muestra

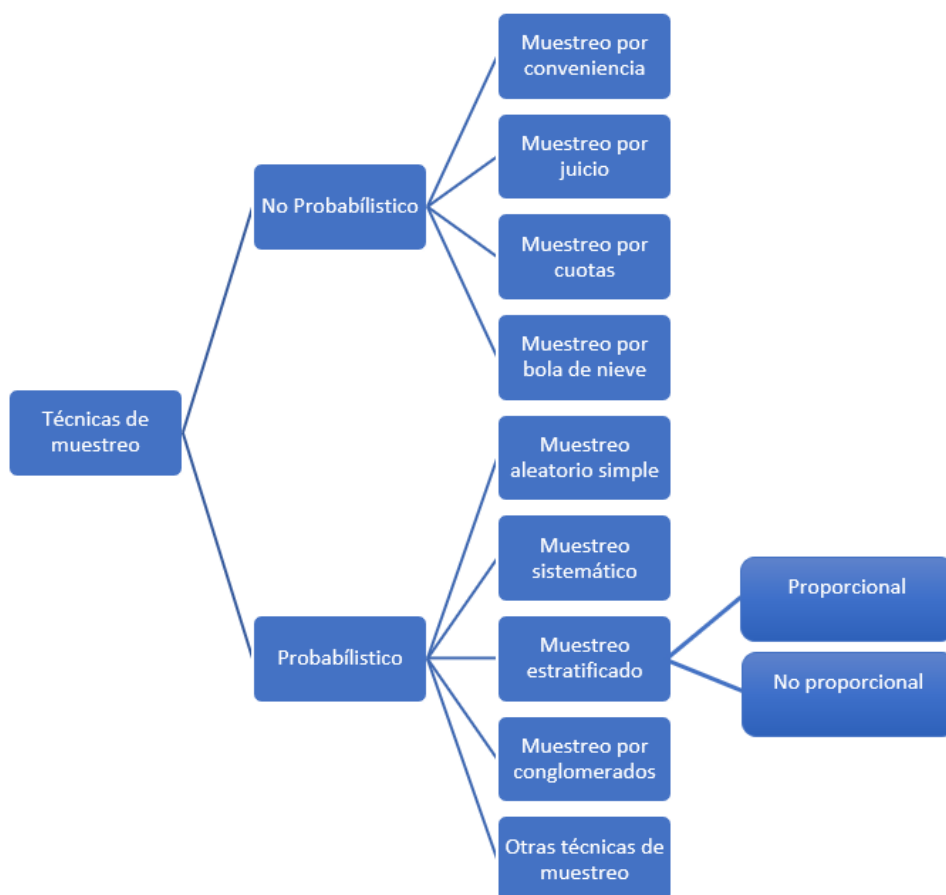


Figura 5.2: Clasificación de las técnicas de muestreo

Fuente: (Malhotra, 2008, pág. 340)

### 5.4.1.3 Marco Muestral

El marco muestral cumple identificando con precisión los elementos a tomar en cuenta en la recolección de muestras, tal como se menciona en el caso de estudio enfocado a los consumidores de servicio de la banca tradicional y digital en Tegucigalpa.

Hernández (2008) afirma: “Marco muestral Es un marco de referencia que nos permite identificar físicamente los elementos de la población, así como la posibilidad de enumerarlos y seleccionar las unidades muestrales” (p. 185).

### 5.4.2 Muestra

Para el presente estudio se aplica el método no probabilístico por conveniencia, este método parte de identificar y determinar los miembros de la población que tendrán la oportunidad de ser seleccionados para la recolección de datos, dicha técnica parte de obtener resultados de una forma más práctica y sencilla ya que es realizada de manera conveniente. Habiendo identificado se puede mencionar que esta técnica no probabilística por muestreo es de las más comunes debido a su rapidez, efectividad, garantía y disponibilidad de la misma.

Hernández (2008) afirma: “Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección orientado por las características de la investigación, más que por un criterio estadístico de generalización” (p.189).

Espinoza (2016) menciona que el muestreo no probabilístico por conveniencia: “Es la muestra que está disponible en el tiempo o periodo de investigación” (p.19).

Tabla 5.1 *Pasos del Proceso del Muestreo*

Pasos del Proceso de Muestreo
Determinar la población y los parámetros pertinentes
Escoger el Marco apropiado de Muestreo
Escoger entre el muestreo probabilístico y el muestro no probabilístico
Escoger un Método de Muestreo
Escoger el tamaño necesario de la Muestra
Seleccionar la manera de reunir la información
Validar la Muestra
Analizar los datos y presentar los resultados

Fuente: (Weiers, 1994, pág. 101)

La fórmula a utilizar es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 PQ}{e^2} \text{ para poblaciones infinitas (iguales o mayores a 30,000)}$$

Donde

Tabla 5.1 *Cálculo de la muestra*

Simbología	Detalle de Muestra
n	Muestra
Z	Nivel de Confianza 90%
P	proporción de la población que cumple con las características deseadas.
Q	proporción de la población que no cumple con las características deseadas.7.5%

Tabla 5.1 *Cálculo de muestra de consumidores de banca tradicional, Tegucigalpa*

Cálculo de Muestra	
Z = 1.645	$n = \frac{Z^2 \cdot PQ}{e^2}$ $n = \frac{1.645^2(0.5)(0.5)}{(0.75\%)^2} = \frac{0.6765}{0.0001} = 12026.7778$ $n = 121$
P = 0.50	
Q = 0.50	
e = 0.75%	

Tabla 5.2 *Cálculo de muestra de consumidores de banca digital, Tegucigalpa*

Cálculo de Muestra	
Z = 1.645	$n = \frac{Z^2 \cdot PQ}{e^2}$ $n = \frac{1.645^2(0.5)(0.5)}{(0.75\%)^2} = \frac{0.6765}{0.0001} = 12026.7778$ $n = 121$
P = 0.50	
Q = 0.50	
e = 0.75%	

Esto significa que se debe encuestar **121** clientes de la banca digital y **121** clientes de la banca tradicional, Tegucigalpa es el resultado del cálculo de la muestra quienes estarían dispuestos a brindar la información que se requiere para realizar el estudio y obtener un análisis de datos más preciso.

## **5.5 Unidad de Análisis**

### **5.5.1 Unidad de Análisis**

“La unidad de análisis indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición” (Sampieri, 2014, p.183).

Basado en lo anterior, la investigación del presente Proyecto de Graduación de los estudiantes de licenciatura en Administración de Empresas del Centro Universitario CEUTEC se realiza a los usuarios de la banca tradicional y banca en línea de las entidades bancarias en la ciudad de Tegucigalpa.

### **5.5.2 Unidad de Respuesta**

El criterio que se plantea para la unidad de respuesta del proyecto es la percepción de los usuarios en cuanto a los servicios brindados por la banca tradicional y la banca en línea para su comparación.

## **5.6 Técnicas e Instrumentos**

### **5.6.1 Técnicas**

Para la recolección de información y datos de la presente tesis se utilizó la técnica de obtención de datos tipo encuesta en línea aplicada a los usuarios de la banca en línea y banca tradicional de la ciudad de Tegucigalpa con el fin de recopilar, analizar y comparar los resultados.

### **5.6.2 Cuestionario**

El instrumento tipo cuestionario se emplea a través de un formulario en línea dirigido a los usuarios de la banca en línea y banca tradicional de la ciudad de Tegucigalpa.

El cuestionario se divide en dos partes, siendo la primera parte la recolección de datos demográficos de los encuestados y la segunda parte se conforma con las preguntas que han sido redactadas en base a las variables independientes, las cuales se han diseñado de la siguiente manera:

Preguntas de selección única

Preguntas cerradas

Escala de Likert

## **5.7 Fuentes de Información**

Para el proceso de investigación es importante obtener información de calidad que respalde y de validez a nuestro proyecto, por tanto, apoyarse en fuentes fidedignas y de calidad es vital para lograr los objetivos establecidos.

### **5.7.1 Fuente Primaria**

“La información primaria nos proporciona documentos originales que tienen relación directa con el tema o el problema planteado” (Cerde, 1993, p. 333).

La fuente primaria de información del presente proyecto de graduación proviene de la encuesta realizada a los usuarios de la banca en línea y banca tradicional para comparar el nivel de servicio percibido.

Son todas aquellas de las cuales obtenemos la información de primera mano, para efectos del presente proyecto utilizamos fuentes primarias tales como: libros, tesis, documentos y artículos.

### **5.7.2 Fuente Secundaria**

“La información secundaria nos aporta información sobre cómo y dónde hallar fuentes primarias” (Cerde, 1993, p.334).

Apoyado en lo anterior, las fuentes secundarias utilizadas en la presente tesis se pueden encontrar en las referencias bibliográficas que se generaron en base a las lecturas sobre los temas relacionados con los objetivos de la investigación.

## 5.8 Cronograma de Trabajo

N.	Nombre de la actividad	Lugar	Descripción	Semana	L	M	M	J	V	S
1	Primera reunión de Proyecto de Graduación	Virtual	Diagrama de Variables del Tema de Proyecto de Graduación.	1						
			Preguntas de Investigación.							
			Objetivo General y Objetivos Específicos.							
2	Planteamiento	Virtual	Planteamiento del Problema y objetivos.	2						
3	Marco Teórico	Virtual	Consolidar capítulo de Planteamiento del problema; Objetivos y Marco Teórico	3						
4	Versión completa de avance 1 y 2	Virtual	Consolidar Capítulo de planteamiento del problema, objetivos, marco teórico y metodología de la investigación.	4						
5	Levantamiento de datos	Virtual	Evidencia de levantamiento de datos	5						
6	Levantamiento de datos	Virtual	Evidencia de levantamiento de datos	6						
7	Avance 2	Virtual	Completar cap. 2, 3, 4, 5 y 6	7						
8	Avance 2	Virtual	Versión completa cap. 2, 3, 4, 5, 6, 7 y 8	8						
9	Finalización	Virtual	Curso Alfabetización Digital	9						
			Autoevaluación							
			Informe Final							
10	Presentación de proyecto	Presencial	Presentación del proyecto	10						
			Nota del asesor							

## VI RESULTADOS Y ANÁLISIS

Los resultados que se describen a continuación se plantean con la finalidad de mostrar los valores obtenidos por medio de la encuesta aplicada. Con el objetivo primordial de comparar el nivel de servicio de la banca en línea y la banca tradicional en la ciudad de Tegucigalpa, para dicho objetivo se encuestó a 242 personas, quienes proporcionaron la información necesaria para comparar los niveles de servicio de ambas modalidades de la banca. Por medio de los siguientes gráficos se muestran los resultados de las encuestas aplicadas a 121 personas usuarios de la banca en línea y 121 personas usuarios de la banca tradicional, en la ciudad de Tegucigalpa.

### 6.1 Datos personales de los usuarios de la banca de Tegucigalpa

#### 6.1.1 Edad

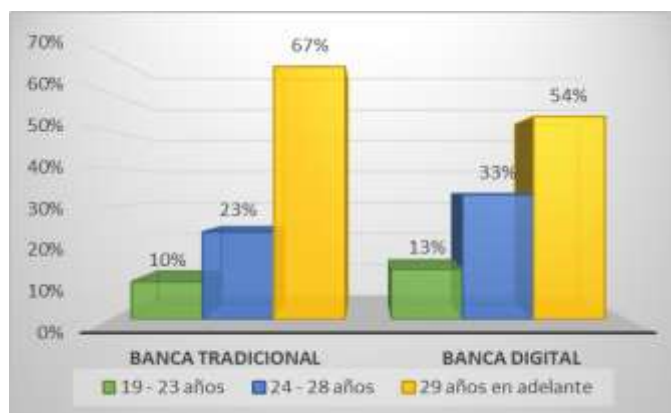


Gráfico 6.1: Edad.

Analizando los datos demográficos de las personas encuestadas se puede observar que el 67% de los usuarios para la banca tradicional tienen edad de 29 años en adelante, y los encuestados de la banca digital se encuentran en 54% en el mismo rango de edad. Podemos observar de acuerdo a los resultados obtenidos que la mayor parte de los usuarios de la banca en sus dos modalidades son personas jóvenes adultos mayores de 29 años, siendo los jóvenes de 19 – 23 años usuarios minoritarios.

### 6.1.2 Género

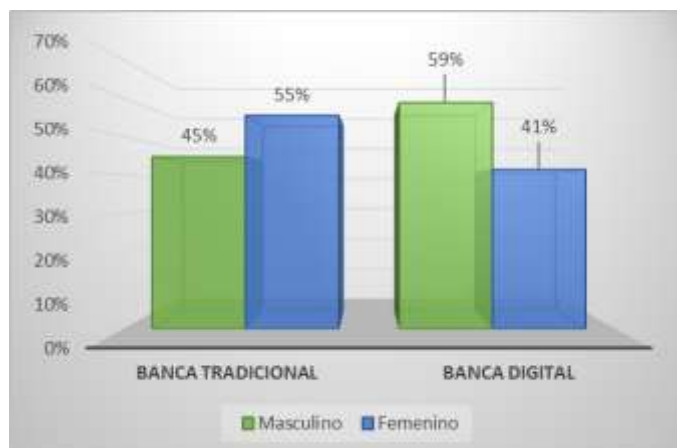


Gráfico 6.2: Género.

Al analizar los datos podemos observar que la mayoría de usuarios de la banca tradicional son de género femenino con un 55% a diferencia para la banca digital que, predomina el género masculino con 59%, siendo este una medida útil para comparar y obtener un mejor análisis de cómo se caracterizan ambas modalidades en los usuarios de la ciudad de Tegucigalpa.

### 6.1.3 Nivel de Estudio

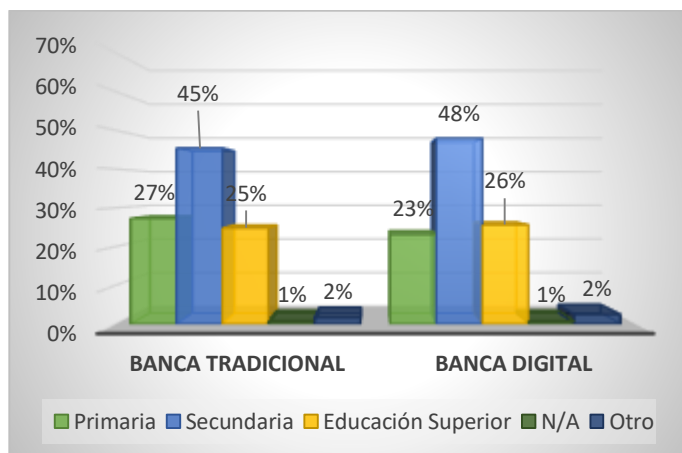


Gráfico 6.3: Nivel de estudio.

En general los usuarios tanto de la banca digital como los usuarios de la banca tradicional, la mayoría de sus usuarios tienen un nivel de estudio de educación secundaria con un 45% para la banca tradicional y un 48% para la banca digital. Esto indica que la mayoría de los usuarios de ambas modalidades son personas con estudios de educación media y superior.

## 6.2 Elementos Tangibles

### 6.2.1 ¿Considera que la Infraestructura y comodidad es un factor importante a tomar en cuenta en los servicios que ofrece la banca?



Gráfico 6.4: Infraestructura y comodidad.

Según respuesta de los usuarios a la pregunta anterior, la cual busca comparar la infraestructura y comodidad como factor de servicio para los usuarios de ambas modalidades, las respuestas reflejan que el 65% de los usuarios de la banca tradicional consideran que la infraestructura y comodidad es un factor importante para tomar en cuenta en los servicios que ofrece la banca y apenas un 2% considera que no es un factor considerable. En cuanto a la banca digital en comparación con la banca tradicional, se muestra que, en menor porcentaje, 58% de usuarios de la banca digital consideran la infraestructura y comodidad como un factor valioso a tomar en cuenta en los servicios que ofrece la banca.

### 6.2.2 ¿Considera que la Apariencia del colaborador influye de forma positiva al utilizar los servicios de la banca?

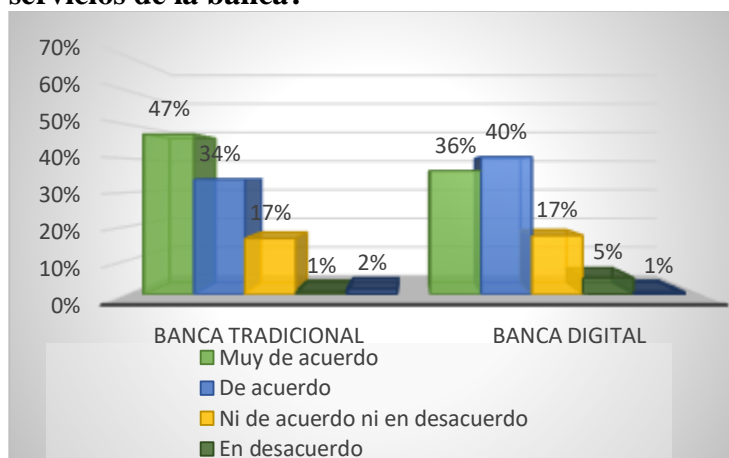


Gráfico 6.5: Apariencia del colaborador.

Los resultados muestran que el 47% de los usuarios de la banca tradicional están muy de acuerdo en la consideración que, la apariencia del colaborador influye de manera positiva en los servicios que presta la banca en comparación con un porcentaje menor, solo el 36% de los usuarios de la banca digital consideran la imagen del colaborador, asimismo se logra notar con el análisis que, los valores mostrados identifican en su mayoría considerar la apariencia del colaborador ya que este es un factor importante en la prestación de los servicios.

### 6.2.3 ¿Considera usted que la banca invierte en Equipo electrónico moderno para satisfacer las necesidades de los usuarios?

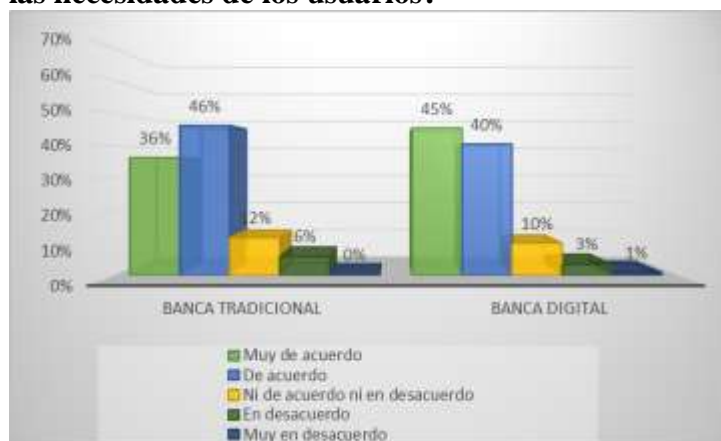


Gráfico 6.6: Equipo electrónico moderno.

De acuerdo con los resultados, los usuarios de la banca tradicional están “muy de acuerdo” 36% en que la banca invierte en equipo electrónico moderno para satisfacer las necesidades los usuarios,

asimismo, los usuarios de la banca digital coinciden con un porcentaje de 45% en el cual los resultados indican que como usuarios de la banca están “muy de acuerdo” con esta consideración, cabe mencionar que los resultados obtenidos muestran una satisfacción alta de acuerdo al equipo electrónico el cual es un factor necesario para llevar a cabo el servicio.

### 6.3 Seguridad (Garantía)

#### 6.3.1 ¿Considera que hacer uso de las Credenciales personales brinda seguridad ante los servicios que presta la banca?

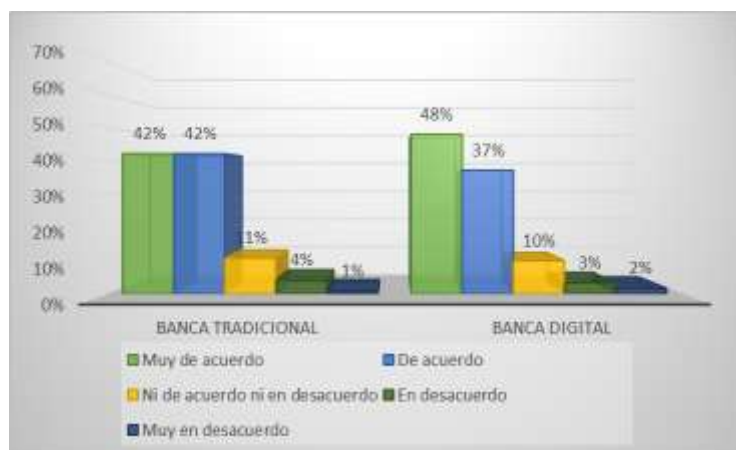


Gráfico 6.7: Uso de credenciales personales.

De los usuarios de la banca digital se observa que el 48% considera que hacer uso de las credenciales personales brinda seguridad ante los servicios que presta la banca, mientras que un porcentaje menor de usuarios de la banca tradicional 42% consideran lo mismo, según resultados los usuarios de la banca notan que es fundamental el uso de las credenciales personales ya que brinda seguridad en el uso de los servicios.

#### 6.3.2 ¿La Ubicación segura del local cree usted que brinda aporte de forma positiva?



Gráfico 6.8: Ubicación del local.

El 51% de los usuarios de la banca digital y el 65% de la banca tradicional consideran que la ubicación segura del local les brinda aporte de manera positiva a su experiencia de servicio. Comparando la modalidad de servicio observamos que la banca tradicional tiene mayor porcentaje por que el usuario utiliza las instalaciones del local para realizar sus gestiones, sin embargo, es importante para los usuarios de la banca digital por el uso de herramientas electrónicas como ser cajeros automáticos.

### 6.3.3 ¿Considera que La Calidad de los productos y servicios son los apropiados?

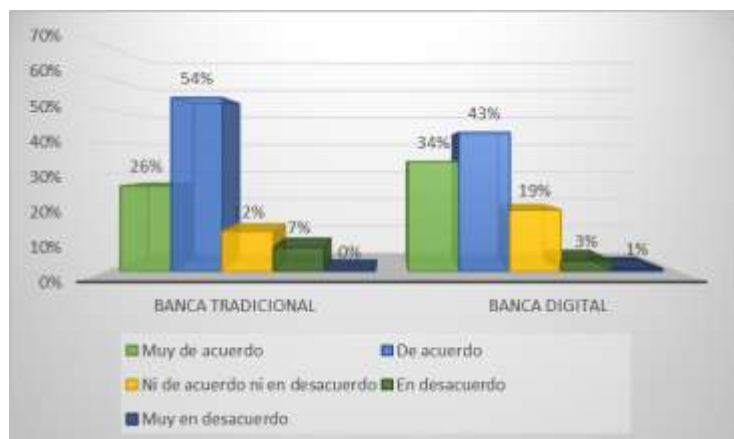


Gráfico 6.9: Calidad de productos y servicios.

El 54% de los usuarios de la banca tradicional y el 43% de usuarios de la banca digital manifiestan que están de acuerdo en que la calidad de los productos y servicios proporcionados por la banca son apropiados, es necesario considerar dicho factor ya que la banca parte de brindar servicios y se debe pretender obtener resultados mayores en el ítem de “Muy de acuerdo” con el fin de brindar calidad en cuanto a los productos y servicios y de esta forma cubrir y cumplir con las necesidades que puedan surgir en los usuarios de la banca en Tegucigalpa.

## 6.4 Empatía

### 6.4.1 ¿Considera que los colaboradores deben contar con Capacidad de escucha?

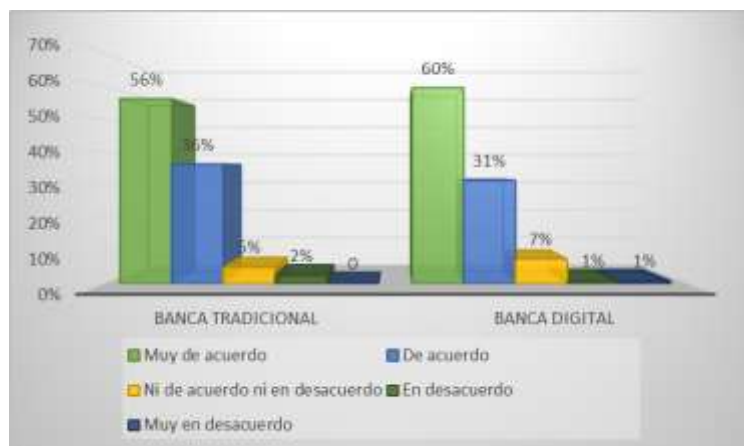


Gráfico 6.10: Capacidad de escucha.

De acuerdo con los encuestados de la banca tradicional el 56% están “muy de acuerdo” y en la banca digital representa un 60% esto nos indica que la mayoría de los usuarios consideran que los colaboradores deben de contar con capacidad de escucha en ambas modalidades de servicio, con mayor porcentaje en el usuario de banca digital debido al tipo de comunicación a través de medios electrónicos.

#### 6.4.2 ¿Considera importante que cuenten con Flexibilidad de horarios para la resolución a los problemas de los usuarios?

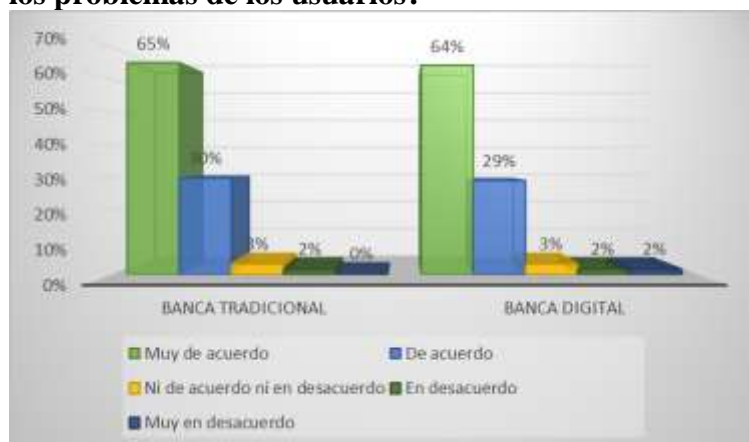


Gráfico 6.11: Flexibilidad de horarios.

Según los resultados de la encuesta, los usuarios de la banca tradicional el 65% están “muy de acuerdo” y los usuarios de la banca digital representan un 64%, estos porcentajes indican que la mayoría de los usuarios consideran importante la flexibilidad de horarios para la resolución de problemas en ambas modalidades de servicio, los valores presentados obtienen un mayor porcentaje en estar Muy de acuerdo y de acuerdo y es que este factor es crucial al momento de

brindar los servicios, ya que en ambas modalidades se brindan diferentes tipos de consultas por los usuarios y es necesario atenderlas y satisfacer de esta manera sus necesidades.

### 6.4.3 ¿Los colaboradores prestan asertividad y agilidad a sus solicitudes de los servicios de la banca?



Gráfico 6.12: Asertividad y Agilidad.

De los encuestados de la banca tradicional están de acuerdo en un 49% y la banca digital en un 44% muy de acuerdo, lo que podemos interpretar es que la mayoría de los usuarios consideran que los colaboradores son asertivos y ágiles a la hora de atender las solicitudes, en representación de los resultados obtenidos se logra notar que los usuarios de ambas modalidades están muy satisfechos en cuanto a asertividad y agilidad de los colaboradores siendo este un factor importante para el rubro ya que capta el propósito de servir y cubrir las solicitudes presentadas por los usuarios.

## 6.5 Confiabilidad

### 6.5.1 ¿Considera que es necesario cumplir con una Eficacia en la gestión de los servicios de la banca?

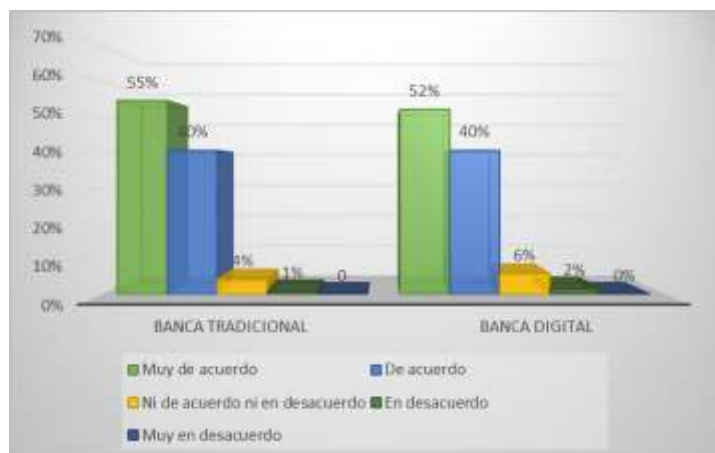


Gráfico 6.13: Eficacia en la gestión.

Según los encuestados, los usuarios de la banca tradicional el 55% están “muy de acuerdo” y los usuarios de la banca digital “muy de acuerdo” en un 52%, lo que indica que la gran mayoría de usuarios de la banca en Tegucigalpa en ambas modalidades consideran que es necesario cumplir con eficacia todas las gestiones, cabe mencionar que contar con eficacia muestra un interés alto por los usuarios de la banca en este caso como se logra observar en ambas modalidades y los mismos puedan realizar sus gestiones de manera confiable.

### 6.5.2 ¿Considera que la solución de problemas es un factor importante en la prestación de servicios que recibe?

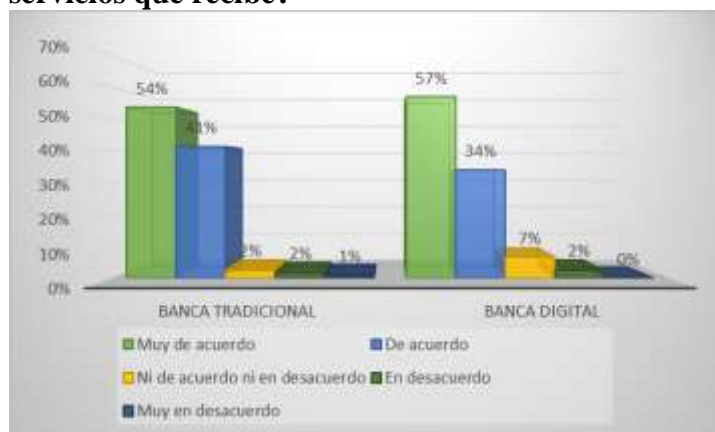


Gráfico 6.14: Solución de problemas.

Se puede analizar que un porcentaje mayoritario está “muy de acuerdo” con que la solución de problemas es un factor importante en la prestación de servicios que recibe, esto con porcentajes del 54% en la banca tradicional y 57% de la banca digital, como se logra observar según resultados, los usuarios necesitan contar con una solución a los problemas que se puedan presentar ya que

siendo un rubro que presta servicios debe atender las necesidades de sus clientes y cumpliendo de esta forma con calidad de servicio.

### 6.5.3 ¿Considera que la banca debe establecer políticas para el Cumplimiento de compromisos?



Gráfico 6.15: Establecimiento de políticas.

En base a los resultados se comprende que el 51% de los usuarios de la banca tradicional están muy de acuerdo y en un 57% que representa la banca digital, consideran el establecimiento de políticas para el cumplimiento de compromisos como un factor importante en los servicios que brinda la banca digital y la banca tradicional, cabe mencionar que al tener políticas establecidas brinda mayor confiabilidad con el uso de los servicios que presta la banca.

## 6.6 Capacidad de Respuesta

### 6.6.1 ¿Los colaboradores de la banca brindan Disponibilidad al momento de atender sus consultas de los servicios?

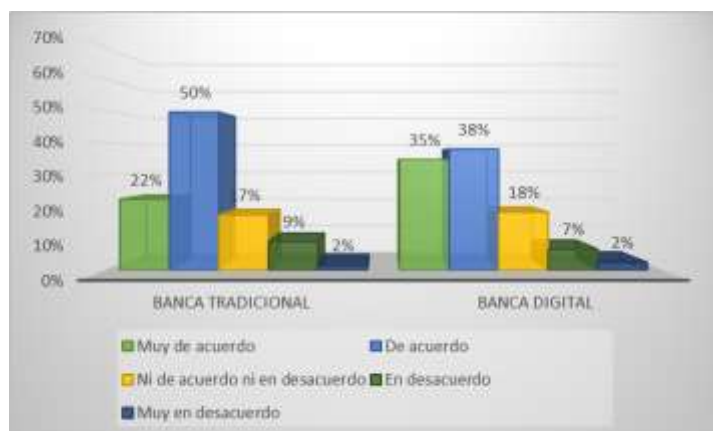


Gráfico 6.16: Disponibilidad de atención.

De acuerdo a la pregunta anterior el 50% de los usuarios de la banca tradicional están de acuerdo que los colaboradores de la banca brinden disponibilidad en la resolución de consultas, mientras que en la banca digital lo representa un 38%, con dicho resultado se puede analizar que la banca digital debe prestar atención y crear mejoras competitivas para atender de manera adecuada las gestiones y contar con disponibilidad de atención en horarios establecidos que puedan satisfacer las necesidades de los usuarios.

### 6.6.2 ¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar Agilidad en tramites?

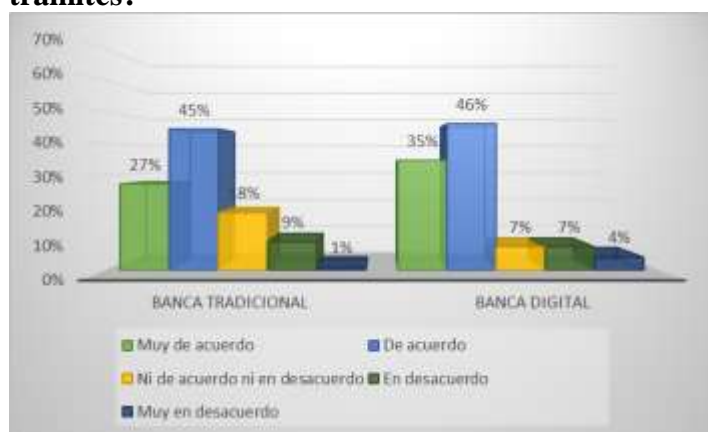


Gráfico 6.17: Agilidad en trámites.

Según análisis del gráfico se logra comprender que el 45% de los usuarios de la banca tradicional están de acuerdo que los colaboradores están comprometidos en brindar agilidad a los trámites, en comparación a la banca digital que lo representan en un 46% donde se puede concluir que esta variable mantiene un equilibrio ante ambas modalidades, los colaboradores son un recurso fundamental en la prestación del servicio y deben estar comprometidos ante los usuarios de brindarles atención de calidad.

### 6.6.3 ¿Los colaboradores están capacitados para atender a los usuarios brindando una Orientación adecuada?

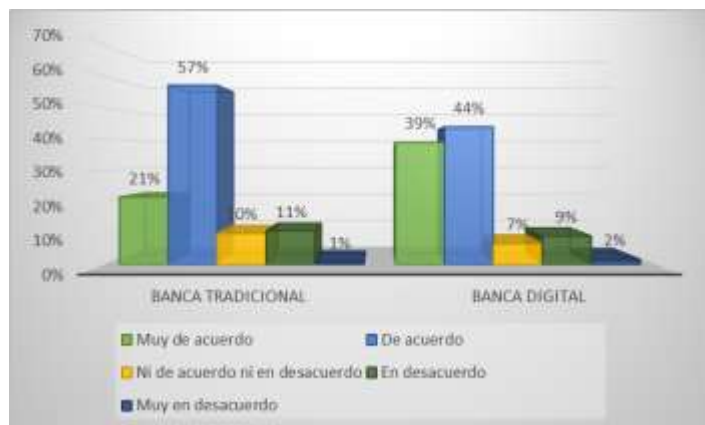


Gráfico 6.18: Orientación adecuada.

Según los encuestados, los usuarios de la banca tradicional el 21% están “muy de acuerdo” y el 57% están “de acuerdo” que sumados representan el 78%, y los usuarios de la banca digital “muy de acuerdo” 39% y “de acuerdo” 44%, que sumados representan el 83%, observamos que en mayor porcentaje los usuarios de la banca digital consideran que los colaboradores están capacitados para atender a los usuarios brindando una orientación adecuada.

## VII. CONCLUSIONES

**Elementos Tangibles:** Según los resultados obtenidos en base a los elementos tangibles se observa que, los usuarios de la banca tradicional consideran que en esta modalidad existen factores importantes como ser la infraestructura y comodidad en sus instalaciones para atención, cabe destacar que también aspectos como la apariencia de los colaboradores y el valor de la imagen de la empresa como elementos significativos en el servicio que reciben. Para la banca digital los elementos tangibles son tan importantes como para la banca tradicional en el aspecto de infraestructura y calidad de servicio. Ya que cualquier inconveniente utilizando la modalidad digital tendrá que ser resuelta en modalidad tradicional.

**Seguridad Garantía:** Según los resultados obtenidos en base a Seguridad (Garantía) la mayoría de los usuarios de la banca tradicional y digital consideran que el uso de credenciales personales brinda seguridad y respaldo en los usos de servicios que presenta la banca, cabe destacar que en los últimos años la banca ha incluido en su presupuesto anual medidas para proteger la identidad de los usuarios. Con respecto a la ubicación los usuarios de la banca tradicional son los más preocupados porque este aspecto cumpla con sus necesidades, sin embargo, para los usuarios de la banca digital están mejor supervisados los aspectos de seguridad ya que cuentan con software integrado donde se almacena información privada de los usuarios.

**Empatía:** Según los resultados obtenidos en base a la Empatía, podemos concluir que en general los usuarios tanto de la banca tradicional y la banca digital están muy de acuerdo en que los colaboradores deben contar con capacidad de escucha para ofrecer los productos y servicios de manera personalizada a cada cliente y que cumpla con las expectativas de estos, atención asertiva de sus solicitudes donde se cumplan con los requisitos completos para evitar errores, tomando en cuenta que la banca digital está en constante monitoreo evaluando la calidad de servicio al cliente que brinda pero no se tiene contacto directo con el cliente es importante contar con las

instrucciones claras y concisas para hacer uso de cada canal para llevar a cabo las transacciones bancarias que desee realizar el cliente de manera efectiva.

**Confiabilidad:** Se puede concluir que los usuarios de ambas modalidades están de acuerdo en que la banca debe estar orientada a la eficacia en cada solicitud de un producto o servicio y es importante que cumplan con las políticas y compromisos de cada institución para brindar con la confiabilidad con que debe contar la banca por el tipo de información que tiene de cada cliente. De acuerdo con los resultados, los usuarios en su mayoría consideran que el servicio brindado satisface y responde favorablemente a las necesidades requeridas.

**Capacidad de respuesta:** Comparando los resultados obtenidos podemos concluir que los usuarios de la banca tradicional están más conformes que los usuarios de la banca digital respecto a la disponibilidad de atención de consultas y transacciones bancarias, la orientación para dar seguimiento a cada solicitud que reciben y en la agilidad en trámites que requieren, considerando que la atención recibida es personal y presencial se puede interpretar como más óptima, eficiente, eficaz y rápida con respecto a la banca digital.

## VIII. RECOMENDACIONES

Seguido de realizar el análisis de datos por medio de las encuestas realizadas a usuarios de la banca tradicional y digital en la ciudad de Tegucigalpa, a fin de comparar el servicio al cliente que se brinda entre ambas modalidades por medio de las siguientes variables: Elementos tangibles, Seguridad (Garantía), Empatía, Confiabilidad y Capacidad de respuesta, se recomienda lo siguiente:

Se recomienda puedan implementar una mejor inversión de infraestructura y equipo electrónico para los elementos tangibles en los servicios de la banca digital, con la finalidad que los mismos puedan realizarse de forma más efectiva, , en el cual se obtendría mejores beneficios para los usuarios y creando de esta forma una mejor utilización y uso a los servicios que se ofrecen por medio de dicha modalidad, creando así formas fáciles y rápidas en la obtención de resultados y aceptación en el mercado.

Analizando los indicadores para seguridad y garantía es recomendable para ambas modalidades implementar procesos efectivos con el uso correcto de las credenciales personales, ya que de esta forma se cumple con brindar una mejor seguridad en el uso de los servicios de la banca digital y tradicional, respecto al indicador de calidad de productos y servicio, la tendencia es mayor en la banca tradicional, lo cual se recomienda que, en la banca digital puedan contar con programas específicos donde brinden información adecuada de los servicios que se ofrecen por medio de la misma y los beneficios obtenidos.

Se recomienda que se puedan incentivar a los colaboradores para obtener mejores resultados en la capacidad de escucha en la banca tradicional, ya que la misma se brinda cara a cara con los usuarios y de esta manera el enfoque del servicio recibido estaría contando con una mejor aceptación en el mercado, en este caso para los usuarios de la ciudad de Tegucigalpa.

Se recomienda a los funcionarios de la banca contar con mejores procesos y actualizarlos según necesidad, para obtener mejores resultados y ser más eficaces en las gestiones que se solicitan por medio de los usuarios y con el mismo podrán tener mejores soluciones a los problemas que puedan

presentarse ya que al contar con dichos procesos tendrán la opción de brindar soluciones rápidas y efectivas a los usuarios de ambas modalidades.

Se recomienda contar con un plan de capacitación para los colaboradores de la banca tradicional con el fin de obtener conocimientos suficientes y/o necesarios para despejar dudas u orientar a los clientes para hacer de ello más eficientes en los tramites y hacer más efectivo el servicio, mientras que para la banca digital se recomienda contar con una base de datos actualizada de los servicios y/o productos con el fin que el usuario final pueda contar con autoservicio y poder resolver de forma efectiva sus trámites en línea.

PORCENTAJES COMPARATIVO SOBRE PREGUNTAS DE CUESTIONARIO APLICADO  
A LA BANCA TRADICIONAL Y DIGITAL DE TEGUCIGALPA

VARIABLES	CANTIDAD	PREGUNTAS	INDICADOR	PORCENTAJES		ESCALA LIKERT
				Banca Tradicional	Banca Digital	
Elementos Tangibles	1	¿Considera que la Infraestructura y comodidad es un factor importante a tomar en cuenta en los servicios que ofrece la banca?	<b>Infraestructura y comodidad</b>	65%	58%	Muy de acuerdo
	2	¿Considera que la Apariencia del colaborador influye de forma positiva al utilizar los servicios de la banca?	<b>Apariencia del colaborador</b>	47%	36%	Muy de acuerdo
	3	¿Considera usted que la banca invierte en Equipo electrónico moderno para satisfacer las necesidades de los usuarios?	<b>Equipo electrónico moderno</b>	46%	40%	De acuerdo
Seguridad (Garantía)	4	¿Considera que hacer uso de las Credenciales personales brinda seguridad ante los servicios que presta la banca?	<b>Credenciales Personales</b>	42%	48%	Muy de acuerdo
	5	¿La Ubicación segura del local cree usted que brinda aporte de forma positiva?	<b>Ubicación</b>	65%	51%	Muy de acuerdo
	6	¿Considera que La Calidad de los productos y servicios son los apropiados?	<b>Calidad de los productos y servicios</b>	54%	43%	De acuerdo
Empatía	7	¿Considera que los colaboradores deben contar con Capacidad de escucha?	<b>Capacidad de escucha</b>	56%	60%	Muy de acuerdo
	8	¿Considera importante que cuenten con Flexibilidad de horarios para la resolución a los problemas de los usuarios?	<b>Flexibilidad de horarios</b>	65%	64%	Muy de acuerdo

VARIABLES	CANTIDAD	PREGUNTAS	INDICADOR	PORCENTAJES		ESCALA LIKERT
				Banca Tradicional	Banca Digital	
	9	¿Los colaboradores prestan Asertividad y agilidad a sus solicitudes de los servicios?	<b>Asertividad y agilidad</b>	49%	30%	De acuerdo
Confiabilidad	10	¿Considera que es necesario cumplir con una Eficacia en la gestión de los servicios de la banca?	<b>Eficacia en la gestión</b>	55%	52%	Muy de acuerdo
	11	¿Considera que la solución de problemas es un factor importante en la prestación de servicios que recibe?	<b>Solución de problemas</b>	54%	57%	Muy de acuerdo
	12	¿Considera que la banca debe establecer políticas para el Cumplimiento de compromisos?	<b>Cumplimientos de compromisos</b>	51%	57%	Muy de acuerdo
Capacidad de respuesta	13	¿Los colaboradores de la banca brindan Disponibilidad al momento de atender sus consultas de los servicios?	<b>Disponibilidad</b>	50%	38%	De acuerdo
	14	¿Considera que los colaboradores están comprometidos en brindar Agilidad en trámites?	<b>Agilidad en tramites</b>	45%	46%	De acuerdo
	15	¿Los colaboradores están capacitados para atender a los usuarios brindando una Orientación adecuada?	<b>Orientación</b>	57%	44%	De acuerdo

## BIBLIOGRAFÍA

Banca digital vrs banca tradicional: Diferencias y oportunidades. (s. f.). Recuperado 27 de febrero de 2022, obtenido de <https://www.inv.com.gt/index.php?action=bancaDigital>

Cerda, H. (1993). Los elementos de la investigación. ABYA YALA.

El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio. (s. f.). Recuperado 27 de febrero de 2022, obtenido de <https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v4.n4.2020.284>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. McGraw-Hill.

Kozanda, D. M. (2011). *Hacia un análisis cuantitativo contrastivo del uso de las manifestaciones de cortesía lingüística 'tú' y 'usted' en entrevistas de medios de comunicación de la combinación lingüística alemán y español (eBook)*. Hamburg: Diplomatica Verlag.

Lovelock, C., & Wirt, J. (2009). *Marketing de servicios*. México: Pearson Educación

Malhotra, N. (2008). Investigación de mercados (Quinta edición). Pearson.

Modelización de la confianza y seguridad en la adopción de servicios de banca por internet en Canadá banca por internet, modelo de aceptación de la tecnología (TAM), confianza, seguridad, Canadá/modeling trust and security in consumer adoption of online banking in Canadá online banking, technology acceptance model (TAM), trust, security, Canadá - ProQuest. (s. f.). Recuperado 27 de febrero de 2022, obtenido de <https://www.proquest.com/docview/1462485767?pq-origsite=gscholar&fromopenview=true>

Nishizawa, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto.

Palomo, R., Fernández, Y., & Gutiérrez, M. (2018). Banca cooperativa y transformación digital: Hacia un nuevo modelo de relación con sus socios y clientes. REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos, 129, 161-182. Obtenido de <https://doi.org/10.5209/REVE.62490>

Porter, M. E. (2008). Harvard Business Review

Promueven Innovación y Transformación Digital Financiera para Honduras. (2019, octubre 23). Comisión Nacional de Bancos y Seguros. Obtenido de <https://www.cnbs.gob.hn/blog/2019/10/23/promueven-innovacion-y-transformacion-digital-financiera-para-honduras/>

Rojas, L. (2008). El Acceso a los Servicios Bancarios en América Latina

Ubilla, M. A. B., Barreno, E. R. Z., Freire, F. O., & Sánchez, M. T. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. Revista Empresarial, 13(2), 1-15. Obtenido de <https://doi.org/10.23878/empr.v13i2.159>

Wigodski, J. (2003). ¿Qué es Servqual? Medwave. Obtenido de <https://doi.org/10.5867/medwave.2003.10.2763>

## ANEXO 1

### Cuestionario de Investigación



Somos estudiantes de la carrera de Administración de Empresas del Centro Universitarios Tecnológico (Ceutec), con el fin de realizar un estudio de investigación sobre la banca tradicional y digital, en la ciudad de Tegucigalpa. Es de suma importancia su apoyo con la objetividad de su respuesta y obtener resultados confiables ante el estudio.

El cuestionario consta de dos partes: la primera parte está relacionada con sus datos personales y la segunda se refiere a una serie de variables que involucran a la banca tradicional y digital.

Finalmente se expresa nuestro agradecimiento por su apoyo en responder el presente cuestionario.

Instrucciones: Seleccionar la respuesta a la que más se adecua, no deje de responder ninguna de las preguntas

#### Primera Parte

<b>Datos Personales</b>	1.1 Edad	1.3 Nivel de Estudio
	19 - 23 años	Primaria
	24 - 28 años	Secundaria
	29 años en adelante	Educación Superior
		N/A
	1.2 Género	Otro
	Masculino Femenino	

<b>Elementos Tangibles</b>	1.4 ¿Considera que la Infraestructura y comodidad es un factor importante a tomar en cuenta en los servicios que ofrece la banca?	1.6 ¿Considera usted que la banca invierte en Equipo electrónico moderno para satisfacer las necesidades de los usuarios?
	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
	De acuerdo	De acuerdo
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	En desacuerdo	En desacuerdo
	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo
	1.5 ¿Considera que la Apariencia del colaborador influye de forma positiva al utilizar los servicios de la banca?	
	Muy de acuerdo	
	De acuerdo	
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
<b>Seguridad (Garantía)</b>	1.7 ¿Considera que hacer uso de las Credenciales personales brinda seguridad ante los servicios que presta la banca?	1.9 ¿Considera que La Calidad de los productos y servicios son los apropiados?
	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
	De acuerdo	De acuerdo
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	En desacuerdo	En desacuerdo
	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo
	1.8 ¿La Ubicación segura del local cree usted que brinda aporte de forma positiva?	
	Muy de acuerdo	
	De acuerdo	
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		

<b>Empatía</b>	1.10 ¿Considera que los colaboradores deben contar con Capacidad de escucha?	1.12 ¿Los colaboradores prestan Asertividad y agilidad a sus solicitudes de los servicios de la banca tradicional y digital?
	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
	De acuerdo	De acuerdo
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	En desacuerdo	En desacuerdo
	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo
	1.11 ¿Considera importante que cuenten con Flexibilidad de horarios para la resolución a los problemas de los usuarios?	
	Muy de acuerdo	
	De acuerdo	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		
<b>Confiabilidad</b>	1.13 ¿Considera que es necesario cumplir con una Eficacia en la gestión de los servicios de la banca?	1.15 ¿Considera que la banca debe establecer políticas para el Cumplimiento de compromisos?
	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
	De acuerdo	De acuerdo
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	En desacuerdo	En desacuerdo
	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo
	1.14 ¿Considera que la solución de problemas es un factor importante en la prestación de servicios que recibe?	
	Muy de acuerdo	
	De acuerdo	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo		
En desacuerdo		
Muy en desacuerdo		

<b>Capacidad de Respuesta</b>	1.16 ¿Los colaboradores de la banca brindan Disponibilidad al momento de atender sus consultas de los servicios?	1.18 ¿Los colaboradores están capacitados para atender a los usuarios brindando una Orientación adecuada?
	Muy de acuerdo	Muy de acuerdo
	De acuerdo	De acuerdo
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
	En desacuerdo	En desacuerdo
	Muy en desacuerdo	Muy en desacuerdo
	1.17 ¿Considera que los colaborados están comprometidos en brindar Agilidad en tramites?	
	Muy de acuerdo	
	De acuerdo	
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	
	En desacuerdo	
	Muy en desacuerdo	