



**CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO
CEUTEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**DIAGNÓSTICO EXPLORATORIO SOBRE EL NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BANCA EN LÍNEA EN LA
NUEVA NORMALIDAD**

SUSTENTADO POR:

FREDY EDGARDO ALVARENGA, 31741488

MARVIN ANTONIO CACHO ARZÚ, 31411148

RUTH SARAHI LAZO DAVILA, 31411678

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

**TEGUCIGALPA M.D.C., FRANCISCO MORAZÁN,
HONDURAS, C.A.**

19 DE OCTUBRE DEL 2020

CENTRO UNIVERSITARIO TECNOLÓGICO

CEUTEC

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

DINA ELIZABETH VENTURA DÍAZ

DIRECTORA ACADÉMICA CEUTEC

IRIS GABRIELA GONZALES ORTEGA

TEGUCIGALPA, M. D. C.

HONDURAS, C.A.

19 DE OCTUBRE DEL 2020

**“DIAGNÓSTICO EXPLORATORIO SOBRE EL NIVEL DE
SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA BANCA EN LÍNEA EN LA
NUEVA NORMALIDAD”**

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

LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ASESOR:

JOSUÉ ABEL RAMOS RAMOS

TERNA EXAMINADORA

CAROL TURCIOS

JOSÉ TRÁNCITO MEJÍA

JOSUÉ ROMERO

TEGUCIGALPA, M. D. C.

HONDURAS, C.A.

19 DE OCTUBRE DEL 2020

DEDICATORIA

A Dios por permitirme llegar a conseguir este logro, sin él nada de esto sería posible, a mi amada madre que fue la persona que me acompañó desde mi primer día de clases, ha sido el apoyo más grande en mi vida y hoy quiero honrarle, a mi familia que ha estado conmigo siempre, a mis amigos que me han ayudado cuando más lo he necesitado, a cada docente que me ha enseñado y me han motivado para llegar a ser un profesional competitivo, a tío Mauro porque siempre quiso que consiguiéramos cosas grandes en mi familia, hasta el cielo esta dedicatoria.

FREDY EDGARDO ALVARENGA

Principalmente a mi madre Esmá Alejandra Arzú Ávila, que fue un pilar esencial para motivarme a seguir estudiando y salir adelante, a Dios por darme la sabiduría necesaria para poder llegar hasta esta instancia, ya que sin él nada hubiera sido posible; también a mis demás familiares y amigos que me apoyaron durante todo este proceso, generándome la fuerza necesaria para que no me desmotivara en el camino, por los consejos que me brindaron todas esas personas que son muy importante en mi vida y la infinita confianza que depositaron en mí, siempre la tendré presente.

MARVIN ANTONIO CACHO ARZÚ

Dedico todos mis logros a mi Padre Celestial que nunca me abandonó y me permitió llegar hasta aquí, a mi esposo Iván Mendoza por ser mi principal apoyo en este tiempo tan sacrificado para nuestra familia, a mis hijos Daniela y David que son mi vida entera, a mi hermano José Ramón a quien admiro mucho, a mi hermana María Ester por confiar en mí y también por no dejarse vencer, a mi tía Vickie que siempre ha creído en mí impulsándome a ser mejor cada día; y a mi madre María Luisa que con su ejemplo y tenacidad me dio un modelo a seguir, a no rendirme, tener carácter y determinación.

RUTH SARAHI LAZO DAVILA

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios porque me ha permitido culminar con éxito este logro tan importante en mi vida, sin duda que su gracia y su favor no me han dejado solo en ningún momento, agradezco a mi mamá porque cada mañana me animaba a luchar por este sueño tan anhelado para mí y mucho más para ella, hoy puedo decir que lo hemos logrado juntos, a mis amigos Heidy, Greicy, Lizeth, Mayra y Emanuel que siempre han estado conmigo, a Ruth Lazo por toda la enseñanza, paciencia y el apoyo brindado y finalmente a nuestro Asesor Josué Ramos por guiarnos y motivarnos a siempre hacer las cosas de la mejor manera.

FREDY EDGARDO ALVARENGA

Agradezco primeramente a Dios por ser la luz y el camino en este proceso tan difícil que pasé para lograr culminar mis estudios, ya que a pesar de todas las malas decisiones que tomé en la vida, él estuvo allí; siendo mi guía e impulsándome a ser mejor y gracias a eso estoy aquí.

A mis familiares y amigos cercanos que siempre estuvieron presente, a mis compañeros Fredy Alvarenga y Ruth Lazo, porque no fue nada fácil, pero juntos logramos salir adelante en este proyecto y gracias al apoyo que siempre me brindaron me inspiraron a seguir creciendo profesionalmente.

MARVIN ANTONIO CACHO ARZÚ

Infinitamente agradezco a Dios por permitirme avanzar en mi camino, a él sea toda la gloria y la honra, por multiplicar mis fuerzas, por bendecir mi vida con trabajo, familia, ángeles, salud y no soltarme de su mano brindándome la sabiduría necesaria para culminar esta carrera, recorriendo a mi lado en este duro trayecto, pero con él todo es posible.

A mi jefe por brindarme oportunidades de crecimiento profesional y personal, a Fredy por ser mi parachoques, a Gloria, Lizen, Harold, Isa, Fany, Darsy por ayudarme a avanzar son excepcionales ángeles y amigos, gracias por creer incondicionalmente en mí, los amo.

RUTH SARAHI LAZO DAVILA

RESUMEN EJECUTIVO

Con la disrupción de la Era Digital, los Bancos del Sistema Financiero de Honduras han implementado tecnología de vanguardia para innovar y mejorar la experiencia en la atención de sus clientes a lo largo de estos años, desarrollando plataformas electrónicas dinámicas para que sus Usuarios Financieros sean parte de los beneficios que otorga la evolución y automatización de los procesos Bancarios.

Mediante el Decreto PCM 021-2020 se establecen las restricciones al derecho de libre circulación de personas en Honduras, por lo que, el Servicio Bancario en Línea ha sido un mecanismo clave a raíz de las limitaciones en la movilidad que surgieron en la nueva normalidad, obligando a los Bancos a mejorar e integrar servicios Bancarios por medio de sus canales de comunicación que ofrecían a sus clientes, convirtiéndose así, en una oportunidad para reinventarse y renovar la relación con sus usuarios, cumpliendo con sus expectativas y también mejorar su posicionamiento en el mercado financiero para generar mayor rentabilidad.

Las nuevas regulaciones sobre el distanciamiento social ocasionada por la Crisis Sanitaria Nacional de la Pandemia de la COVID-19 ha impulsado grandes cambios significativos en este Sistema Financiero, incluyendo a los Usuarios Financieros mejorando su experiencia en el uso de la tecnología a través de los dispositivos electrónicos, por lo que, este nuevo panorama impulsa a los Bancos a fortalecer sus plataformas digitales, las cuales deben ofrecer seguridad transaccional.

Este Proyecto de Investigación se elaboró con el propósito de conocer la percepción de los clientes financieros sobre la satisfacción en el uso de los nuevos servicios en línea que han integrado el Sistema Bancario en esta nueva normalidad, tomando como objeto de estudio a Usuarios Financieros de la Ciudad de Tegucigalpa, M. D. C.

Para el análisis de los datos y la información recopilada se utilizó un Enfoque Mixto, haciendo uso de la técnica de la encuesta, aplicada con el fin de revelar el nivel de satisfacción de los usuarios basado en las nuevas necesidades que afrontan y como su Banco ha evolucionado en cumplir con la variedad de necesidades que requerían sus clientes por medio de la inclusión de servicios electrónicos.

Palabras Claves: Usuario Financiero, Banca en Línea, Percepción, Satisfacción.

ABSTRACT

With the disruption of the Digital Era, the Banks of the Financial System of Honduras have implemented cutting-edge technology to innovate and improve the experience in serving their clients throughout these years, developing dynamic electronic platforms for their financial users be part of the benefits provided by the evolution and automation of banking processes.

Through Presidential Decree PCM 021-2020, restrictions on the right of free movement of people in Honduras are established, therefore, the Online Banking Service has been a key mechanism due to the limitations in mobility that arose in the new normality, forcing Banks to improve and integrate banking services through their communication channels offered to their customers, thus becoming an opportunity to reinvent themselves and renew the relationship with their users, meeting their expectations and also improving their positioning in the financial market to generate greater profitability.

The new regulations on social distancing caused by the National Health Crisis of the COVID-19 Pandemic has driven great significant changes in this Financial System, including Financial Users improving their experience in the use of technology through electronic devices, therefore, this new scenario encourages Banks to strengthen their digital platforms, which must offer transactional security.

This Research Project was developed with the purpose of knowing the perception of the financial clients and their satisfaction based in the use of the new online services that have integrated the Banking System into this new normality, taking as object of study the Financial Users of the City of Tegucigalpa, M.D.C.

For the analysis of the data and the information collected, a Mixed Approach was used, employing the survey technique, applied in order to reveal the level of user satisfaction based on the new needs they face and how their bank has evolved to meet the variety of needs required by its customers through the inclusion of electronic services.

Key Words: Financial User, Online Banking, Perception, Satisfaction.

ÍNDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
2.1. Antecedentes del Problema	2
2.2. Enunciado del Problema.....	3
2.3. Formulación del Problema	4
2.4. Delimitación de la Investigación	4
2.5. Preguntas de Investigación.....	4
2.6. Declaración de Variables.....	5
2.6.1. Servicio Al Cliente.....	5
2.6.2. Tecnología	6
2.6.3. Innovación	7
2.6.4. Usuarios	7
2.6.5. Seguridad y Confianza.....	8
2.7. Justificación de la Investigación.....	9
III. OBJETIVOS	10
3.1. Objetivo General	10
3.2. Objetivos Específicos	10
IV. MARCO TEÓRICO.....	11
4.1. Análisis de la Situación Actual	11
4.1.1. Factores Competitividad Empresarial.....	11
4.2.1. Análisis del Macroentorno (PESTEL)	12
4.2.1.1. Factor Político.....	12
4.2.1.2. Factor Económico	13

4.2.1.3. Factor Social	14
4.2.1.4. Factor Tecnológico	14
4.2.1.5. Factor Ecológico	15
4.2.1.6. Factor Legal	17
4.3.1. Análisis del Microentorno (5 Fuerzas de Porter)	18
4.3.1.1. Amenaza de Nuevos Competidores.....	19
4.3.1.2. Poder de Negociación de los Proveedores.....	20
4.3.1.3. Poder de Negociación de los Clientes.....	21
4.3.1.4. Amenaza de Productos Sustitutos.....	22
4.3.1.5. Rivalidad entre Competidores	23
4.4.1. Situación Interna.....	26
4.5.1 Teorías de Sustento.	26
4.5.1.1 Optimización de Procesos a través de la Tecnología.....	27
4.5.1.2. Nuevas Regulaciones.....	27
4.5.1.3. Impulsores de Cambio	28
4.5.1.3.1. La Crisis Provocada por la COVID-19	28
4.5.1.3.2. Sistemas de Servicio al Cliente	28
4.5.1.3.3. Globalización Creciente	29
4.5.1.3.4 Alianzas Estratégicas.....	30
4.5.1.3.5. Cambio de Percepciones y Estilos de Vida de la Sociedad.....	30
V. METODOLOGÍA	31
5.1. Congruencia Metodológica	32
5.2. Definición Operacional de las Variables	33
5.3. Enfoque de la Investigación	34

5.4. Alcance de la Investigación.....	35
5.5 Diseño de la Investigación	35
5.5.1. Población	35
5.5.2. Tipos de Muestreo	36
5.5.3. Muestra	36
5.5.4. Unidad de Análisis.....	37
5.5.5. Unidad de Respuesta.....	37
5.6 Técnicas e Instrumentos	37
5.6.1. Instrumentos.....	37
5.6.2. Administración del Instrumento	38
5.6.3. Cuestionario	38
5.7. Fuentes de Información	38
5.7.1. Fuentes Primarias.....	38
5.7.2. Fuentes Secundarias.....	39
5.8 Cronograma de Actividades	39
VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	40
6.1 Variables.....	50
6.1.1. Datos Socioeconómicos.....	50
6.1.1.1. Resumen Variable Socioeconómico de los Usuarios Financieros	54
6.1.2. Variable Usuario	55
6.1.2.1. Resumen Variable Usuario.....	60
6.1.3 Variable Tecnología.....	61
6.1.3.1. Resumen Variable Tecnología	65
6.1.4. Variable Servicio al Cliente.....	66

6.1.4.1. Resumen Variable Servicio al Cliente.....	69
6.1.5. Variable Seguridad y Confianza.....	70
6.1.5.1 Resumen Variable Seguridad y Confianza.....	72
6.1.6. Variable Innovación.....	73
6.1.6.1 Resumen Variable Innovación	76
6.2. Resultados Cruce de Variables	77
6.2.1. Resultados Objetivo General.....	79
6.2.1.1. Resultado de Análisis Objetivo Específico 1	80
6.2.1.2. Resultado de Análisis Objetivo Específico 2	82
6.2.1.3. Resultado de Análisis Objetivo Específico 3	85
6.2.1.4. Resultado de Análisis Objetivo Específico 4	87
VII. CONCLUSIONES.....	93
VIII. RECOMENDACIONES	94
IX. BIBLIOGRAFÍA.....	95
X. ANEXOS	106
10.1. Encuesta.....	106
Variable Socioeconómica	106
Variable Usuario	107
Variable Tecnología.....	110
Variable Servicio al Cliente.....	111
Variable Seguridad y Confianza.....	112
Variable Innovación.....	113

Índice de Figuras

Figura 1-	2.1 Diagrama Sagital de Variables	5
Figura 2-	4.1 Marco PESTEL.....	12
Figura 3-	4.2 Diagrama Factor Ecológico “Cero Papel”	16
Figura 4-	4.3 Diagrama de Entidades Supervisadas por la CNBS y el BCH.....	17
Figura 5-	4.4 Diagrama de las Cinco Fuerzas de Porter.....	19
Figura 6-	4.5 Diagrama de Competencias de Cinco Fuerzas	25
Figura 7-	5.1 Diagrama Metodología Exploratoria	31
Figura 8-	6.1 Plataforma Móvil (App) según su Sistema Operativo.....	41

Índice de Ecuación

Ecuación 1-	5.1 Cálculo de la Muestra.....	36
-------------	--------------------------------	----

Índice de Tablas

Tabla 1-	4.1 Posición del Sistema de Bancos en Honduras	24
Tabla 2-	5.1 Congruencia Metodológica.....	32
Tabla 3-	5.2 Operacionalización de las Variables	33
Tabla 4-	5.3 Estimación del Número de Usuarios.....	37
Tabla 5-	5.4 Cronograma de Actividades.....	39
Tabla 6-	6.1 Benchmarking Competitivo Bancos Comerciales de Honduras	43
Tabla 7-	6.2 Quejas Recurrentes por medio de la App.....	44
Tabla 8-	6.3 Lista de Éxito "Apps Móviles Financieras"	48
Tabla 9-	6.4 Extracto Variable Socioeconómico.....	54
Tabla 10-	6.5 Extracto Variable Usuario.....	60
Tabla 11-	6.6 Extracto Variable Tecnología	65
Tabla 12-	6.7 Resumen Variable Servicio al Cliente	69
Tabla 13-	6.8 Extracto Variable Seguridad y Confianza.....	72
Tabla 14-	6.9 Resumen Variable Innovación.....	76
Tabla 15-	6.10 Posicionamiento Bancario según la Percepción del Usuario Financiero	89

Índice de Gráficos de la Encuesta

Gráfico 1-	6.1 Valoración de los Usuarios Financieros en Línea Versión Móvil	46
Gráfico 2-	6.2 Rango de Edad	50
Gráfico 3-	6.3 Género.....	51
Gráfico 4-	6.4 Nivel Académico Actual.....	51
Gráfico 5-	6.5 Estado Civil.....	52
Gráfico 6-	6.6 Estatus Laboral	52
Gráfico 7-	6.7 Rango Ingreso Mensual	53
Gráfico 8-	6.8 Población correspondiente a Usuarios de Banca en Línea	55
Gráfico 9-	6.9 Histórico Usuario Activo de la Banca en Línea.....	55
Gráfico 10-	6.10 Acceso Banca en Línea de los Usuarios	56
Gráfico 11-	6.11 Bancos de Acceso de los Usuarios a la Banca en Línea	57
Gráfico 12-	6.12 Preferencia Bancaria del Usuario Financiero en Línea.....	58
Gráfico 13-	6.13 Frecuencia de Uso en la Banca en Línea Antes de la Pandemia	59
Gráfico 14-	6.14 Dispositivos de Acceso para el Uso de la Banca en Línea	61
Gráfico 15-	6.15 Frecuencia de Conexión de los Usuarios de la Banca en Línea.	61
Gráfico 16-	6.16 Percepción del Usuario Sobre la Asesoría que su Banco en Línea le brinda.	62
Gráfico 17-	6.17 Percepción del Usuario sobre la Sustitución de las Agencias Presenciales vrs. Virtuales por medio de la Tecnología.....	63
Gráfico 18-	6.18 Percepción del Usuario sobre el Servicio Presencial.	64

Gráfico 19-	6.19 Valoración del Usuario sobre el Servicio de la Banca en Línea.....	66
Gráfico 20-	6.20 Valoración del Usuario sobre el Tiempo de Respuesta de la Banca en Línea.....	66
Gráfico 21-	6.21 Aspecto Relevante para el Usuario en el uso de la Banca en Línea..	67
Gráfico 22-	6.22 Pagos Frecuentes por medio de la Banca en Línea.....	68
Gráfico 23-	6.23 Gestiones Frecuentes por medio de la Banca en Línea.	68
Gráfico 24-	6.24 Valoración del Usuario sobre la Seguridad que ofrece la Banca en Línea.	70
Gráfico 25-	6.25 Aspecto de Preferencia para el Usuario en el Uso de la Banca en Línea.	70
Gráfico 26-	6.26 Percepción del Usuario al brindar Datos Personales en la Banca Electrónica.....	71
Gráfico 27-	6.27 Valoración del Usuario en Innovación y Satisfacción de Necesidades.	73
Gráfico 28-	6.28 Frecuencia de Uso en la Banca en Línea Durante la Pandemia.....	74
Gráfico 29-	6.29 Valoración de los Usuarios sobre Mejoras de Atención en la Banca en Línea.....	74
Gráfico 30-	6.30 Consideración de Servicios que debe implementar la Banca en Línea.	75
Gráfico 31-	6.31 Comparativo de Frecuencia de Uso de la Banca en Línea	77
Gráfico 32-	6.32 Usuarios de la Banca en Línea por Rango de Edad y Género.	78
Gráfico 33-	6.33 Percepción de los Usuarios sobre la Calidad e Innovación implementada por el Banco de su Preferencia.	79

Gráfico 34-	6.34 Percepción del Usuario Financiero sobre la Seguridad Transaccional que le brinda el Banco de su Preferencia.....	80
Gráfico 35-	6.35 Criterio del Usuario Financiero por Institución Financiera y Género requiriendo mejoras en el servicio que recibe.	81
Gráfico 36-	6.36 Valoración del Usuario Financiero sobre la Calidad que recibe por Institución Bancaria.	82
Gráfico 37-	6.37 Herramientas de Asesoría que Ofrece la Institución Bancaria para los Usuarios Financieros.	83
Gráfico 38-	6.38 Valoración sobre el servicio recibido según el Banco de Preferencia y Género de los Usuarios Financieros en tiempos de restricción de la movilidad.	84
Gráfico 39-	6.39 Usuario Financiero de la Banca en Línea por Rango de Ingreso.....	85
Gráfico 40-	6.40 Usuarios en Línea según Rango de Ingreso y Nivel Académico.....	86
Gráfico 41-	6.41 Aspectos Relevantes de la Banca en Línea por los Usuarios Financieros según su Rango de Ingresos.	87
Gráfico 42-	6.42 Criterio de los Usuarios Financieros por Género, sobre los Aspectos Relevantes de las Instituciones Financiera (Aspectos Relevantes).	88

GLOSARIO

AHIBA	Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias.
AFI	Alliance for Financial Inclusion
AMI	Americas Market Intelligence.
ATM	Automated Teller Machine (Cajero Automático).
ASEMTECH	Asociación de Empresas Tecnológicas de Honduras.
BAC	Banco de América Central.
BANCATLAN	Banco Atlántida.
BANHPROVI	Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda.
BANCOCCI	Banco de Occidente
BANHCAFE	Banco Hondureño del Café.
BANPAIS	Banco del País
BANRURAL	Banco de Desarrollo Rural.
BANTRAB	Banco de los Trabajadores.
BCH	Banco Central de Honduras.
BID	Banco Interamericano de Desarrollo.
BM	Banco Mundial
BL	Banca en Línea
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CEPROBAN	Centro de Procesamiento InterBancario

CFIT	Comité FinTech e Innovaciones Tecnológicas.
CNBS	Comisión Nacional de Banca y Seguros.
COVID-19	Corona Virus Disease 2019
ESR	Empresa Socialmente Responsable
FICENSA	Banco Financiera Centroamericana
FICOHSA	Banco Financiera Comercial Hondureña
FINTECH	Financial Technologies.
IIES	Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales.
INE	Instituto Nacional de Estadística.
MFSWG	Mobile Financial Services Working Group
NIIF	Normas Internacionales de Información Financiera
OMS	Organización Mundial de la Salud.
OPS	Organización Panamericana de la Salud.
UNAH	Universidad Nacional Autónoma de Honduras

I. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene el fin de realizar un diagnóstico exploratorio sobre el nivel de satisfacción de los usuarios de la Banca en Línea, en la ciudad de Tegucigalpa, en tiempos de nueva normalidad, debido a las limitaciones en la movilidad de los Usuarios Financieros, por lo que la demanda transaccional virtual aumentó notablemente, permitiendo realizar todo tipo de transacciones para beneficio de sus clientes, promoviendo las medidas de emergencia sanitaria generada por la Pandemia de la COVID-19. (AHIBA, 2020).

La Banca en Línea se ha convertido en una de las herramientas vitales con mayor frecuencia de uso, ya que facilita muchos procesos Bancarios y brinda la libertad de acceder a los fondos para realizar transacciones comerciales en cualquier momento, por ejemplo: realizar pagos de servicios públicos, depósitos en cuentas a terceros, verificar inmediatamente el saldo disponible sin necesidad de movilizarse hasta un ATM, acciones en el pasado no eran posibles con tanta facilidad.

Según Diario La Prensa la afiliación de usuarios de esta nueva alternativa de servicio se ha ido incrementando, por las facilidades que proporciona y con base a eso, los Bancos han adquirido mayor poder, lo cual les obliga a rediseñar su plataforma para ser más accesible y amigable para sus usuarios.

El enfoque de la investigación es mixto (Implementando el uso de datos numéricos, así como teóricos), implicando el apoyo en herramientas estadísticas que permitirán la recolección de datos por medio de encuestas, las cuales se tabularán para determinar las medidas descriptivas de trascendencia, lo mismo que la realización de consultas de opinión sobre la calidad del servicio recibido en forma virtual.

Esta investigación describe un tema de interés para los autores, los que esperan contribuir a que las Instituciones Bancarias ratifiquen sus fortalezas, pero al mismo tiempo analicen las posibles limitaciones en los servicios que brindan en línea, de esta manera se espera la generación de alternativas y/o soluciones que permitan la mejora continua (en calidad y oportunidad) en la percepción y satisfacción del usuario en el uso de las plataformas virtuales, por ser esta una herramienta de servicio estratégico y un canal de servicio disponible las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Antecedentes del Problema

Las entidades Bancarias de Honduras han experimentado de primera mano la revolución tecnológica, lo cual demanda la constante evolución para ofrecer a sus usuarios la oportunidad de servicios inclusivos, por medio de amplias alternativas permitiendo: ahorro de tiempo, reducir riesgo de contagio, maximizar el uso del tiempo productivo del usuario, evita incurrir en costos de movilización y logrando efectuar diversas transacciones rápidamente en el menor tiempo posible.

Según la Comisión Nacional de Banca y Seguros (CNBS) la transformación digital genera un entorno competitivo, ya que cada entidad Bancaria debe ofrecer servicios seguros, con valor agregado para generar en sus clientes fidelización y sentido de pertenencia, facilidades de acceso, transacciones a menor costo por aplicación, mayores beneficios, cumpliendo a cabalidad con lo establecido bajo las normativas financieras regulatorias sobre seguridad y respaldo transaccional.

La Asociación de Empresas Tecnológicas de Honduras (ASEMTECH) manifiesta que los Usuarios Financieros optan por el uso de la Banca en Línea en Honduras, la cual ha crecido hasta llegar a representar el 70% de las transacciones Bancarias a nivel nacional, la preferencia surge por las comodidades que esta herramienta transaccional ofrece, entre ellas, condiciones eficientes, rápidas y confiables. Hoy en día la tecnología ha permitido al sistema Bancario poder satisfacer la necesidad del cliente con nuevas opciones, siendo viable poder realizar trámites desde la comodidad del hogar o trabajo a través de un dispositivo móvil. (Antúnez, La Prensa, 2018).

Mediante las diferentes aplicaciones que han llegado a facilitar la vida del usuario, la Banca ha experimentado importantes cambios en su forma de brindar el servicio a sus clientes; estos cambios han sido derivados por los impulsores de cambio, que han impactado abruptamente y de manera notable en la nueva normalidad.

De acuerdo a las indagaciones realizadas, en Honduras no existe una investigación que revele el grado de satisfacción de los usuarios de la Banca electrónica bajo las condiciones que impone esta nueva normalidad, la que apoya las políticas de distanciamiento social para evitar la aglomeración de personas y prevenir la propagación de la COVID-19.

2.2. Enunciado del Problema

Una de las principales limitantes de los Usuarios de Servicios Financieros, es la falta de tiempo personal para poder efectuar sus gestiones bancarias en forma presencial, en la actualidad se ha agravado, debido a las restricciones a la movilización de las personas a raíz de los efectos provocados por la Pandemia de la COVID-19 y la implementación de estrictos protocolos de seguridad sanitaria impuestas por las autoridades con el fin de contener la rápida expansión de esta infección que atenta contra la vida humana. (Diario La Tribuna, 2020).

Según la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA) la Banca en Línea ha sido implementada por las Instituciones financieras para responder a la creciente necesidad y demanda de sus usuarios, permitiendo el uso acelerado de los servicios electrónicos, sin embargo, nuevos e inesperados retos se han tenido que afrontar en los últimos meses para responder en forma eficaz e inmediata a las limitaciones en la movilidad de las personas.

Esta crisis reafirmó la importancia de los servicios que ofrece cada institución Bancaria desde su aplicación virtual, por lo que se vieron obligados a demostrar una mayor capacidad de respuesta y mejoras tecnológicas, ofreciendo soluciones ante el progresivo aumento de las necesidades de sus usuarios, rediseñando las funciones virtuales para mejorar las gestiones, brindando una experiencia que se acopla a la situación en la que estamos viviendo, contribuyendo de esta forma a que los clientes minimicen el riesgo de contagio. (Diario El Herald, 2020).

La Organización Mundial de la Salud (OMS) orienta a los Gobiernos e Instituciones a replantear las medidas de control y prevención contra la crisis sanitaria mundial, la tecnología ha sido un potencial aliado por su gran ayuda como medio de contención para la propagación del virus, por lo que es fundamental contar con plataformas que otorguen eficientes experiencias operacionales brindando seguridad al usuario de la Banca electrónica en esta nueva normalidad.

Mediante un estudio de mercado realizado por Americas Market Intelligence (AMI) reflejó la preferencia de uso que tienen los usuarios Bancarios por los servicios electrónicos financieros, ya que tienen una ininterrumpida atención, por la flexibilidad de horario y que gracias a la constante evolución en sus plataformas son cada vez más ágiles, dinámicos, promoviendo a través de las mejores prácticas confianza y satisfacción del usuario.

2.3. Formulación del Problema

En el presente año 2020, la Banca en Honduras se vio en la obligación de realizar cambios en su manera tradicional de prestar el servicio al cliente, debido a los cambios impositivos que generó la Pandemia de la COVID-19, derivando un crecimiento explosivo de los Usuarios Financieros de la Banca en Línea, la situación exigía a las Instituciones Bancarias a reacondicionar las plataformas virtuales para satisfacer las necesidades de sus clientes, integrando nuevos servicios, así como acatar el cumplimiento de nuevas políticas, normativas y medidas preventivas de contagio del virus.

Mediante la presente investigación, se pretende conocer cuál es el nivel de satisfacción que el usuario tiene sobre servicio recibido por parte de las entidades Bancarias a través de las plataformas virtuales en esta nueva normalidad.

2.4. Delimitación de la Investigación

Para el desarrollo de esta investigación “Diagnóstico Exploratorio sobre el Nivel de Satisfacción de los Usuarios de la Banca en Línea en esta Nueva Normalidad” los autores consideraron los siguientes aspectos:

- 1) Criterio Geográfico: En la ciudad de Tegucigalpa, M. D. C. Honduras.
- 2) Criterio Temporal: Tercer trimestre del año 2020.

2.5. Preguntas de Investigación

- 1) ¿Los usuarios de la Banca en Línea en la ciudad de Tegucigalpa consideran que reciben un servicio eficiente sobre las transacciones financieras que realizan en la nueva normalidad?
- 2) ¿Cuáles son los aspectos relevantes que toman en cuenta los Usuarios Financieros al utilizar la Banca en Línea en la nueva normalidad en la ciudad de Tegucigalpa?
- 3) ¿Con qué frecuencia realizan sus transacciones electrónicas los usuarios de la Banca en Línea a consecuencia de la Pandemia en Tegucigalpa?
- 4) ¿Qué características consideran esenciales y que son de beneficio para los Usuarios Financieros de la Banca electrónica en Tegucigalpa ante los efectos de la Pandemia?

2.6. Declaración de Variables

(Revista Alergia México, 2019) “Las variables en un estudio de investigación constituyen todo aquello que se mide, la información que se colecta o los datos que se recaban con la finalidad de responder las preguntas de investigación, las cuales se especifican en los objetivos”.

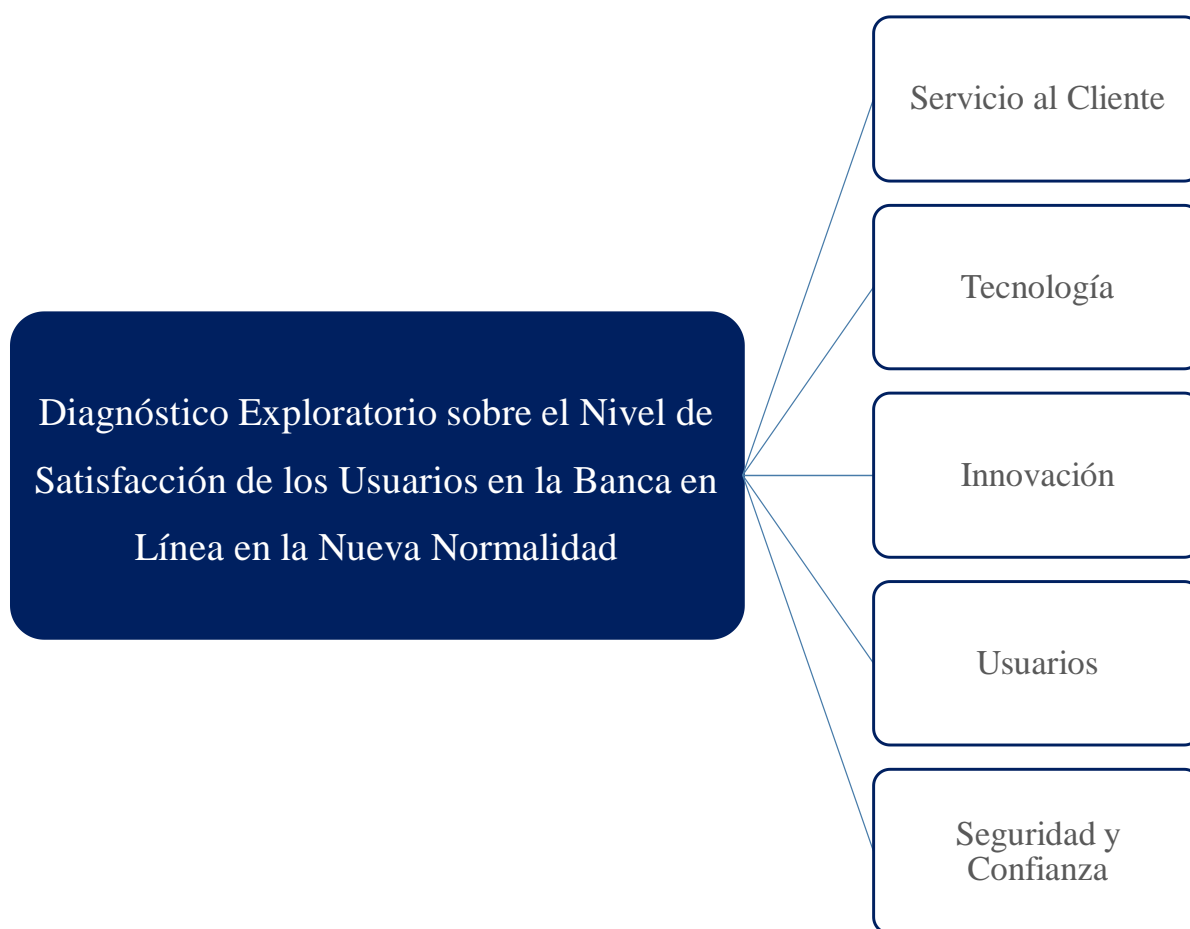


Figura 1- 2.1 Diagrama Sagital de Variables

Fuente: Autoría Propia

2.6.1. Servicio Al Cliente

(Couso, Servicio al cliente, 2005) menciona que: “El servicio al cliente no es una decisión optativa sino un elemento imprescindible para la existencia de la empresa y constituye el centro de interés fundamental y la clave de su éxito o fracaso” (p.2).

Hoy en día vivimos en un mundo en donde el cliente está rodeado de muchos competidores que pueden satisfacer su misma necesidad, es por ello que gracias a esta diversidad de opciones que se presentan ante el usuario, se genera un nivel de competencia mayor, que literalmente obliga a las organizaciones a poder brindar un servicio de calidad en el cual se le transmita al cliente que él es el factor más importante para la empresa.

(García, 2016) indica como las organizaciones necesitan comprender cómo ofrecer un servicio a la altura de sus requerimientos. Son muchos los usuarios que toman sus decisiones, considerando aquellas empresas que le brindan más ventajas, en cuanto al precio pagado, inclinándose por las que ofrecen servicios superiores al cliente, en tal sentido que el servicio al cliente representa uno de los puntos pilares para la organización, ya que está en juego la posición de la empresa en el mercado, siendo así el servicio al cliente el camino para que la empresa llegue conquistar a sus clientes y de esta manera poder lograr una satisfacción ante los ojos del usuario.

“Los servicios se venden y luego son prestados en la misma medida en que son consumidos. De este modo, el cliente hace la valoración en el momento de su consumo” (Universidad Privada Dr. Rafael Belloso, 2016, pág. 8).

2.6.2. Tecnología

(Zamora, 2013) afirma que, las nuevas tecnologías y las inmensas posibilidades que ofrece la web, facilitan una comunicación bidireccional, en la que los clientes tienen más que nunca la posibilidad de expresarse de forma directa con la empresa durante todo el proceso en el que interactúa con ella. Esto significa que estamos proporcionando poder de decisión a clientes y empleados, e implica una automatización de los procesos de negocio y un aumento de la competitividad.

La Banca no es la excepción y es uno de los principales impulsores del cambio, ya que se han visto en la obligación de brindar soluciones inmediatas a las necesidades de los clientes a través de los diferentes campos digitales, creando así procesos apoyados en la tecnología que eficiente y fortalezca su filosofía de servicio al cliente, y que esto les permita alcanzar una verdadera diferenciación con la competencia.

(Larran & Reyes, 2007) menciona que: “Es por lo que las entidades financieras se van caracterizando progresivamente por apoyar sus servicios cada vez menos en soportes físicos, realizar fuertes inversiones en nuevas tecnologías, y desarrollar canales de distribución alternativos a la red de oficinas”.

2.6.3. Innovación

(Gonzales, 2011) menciona que: los Bancos tienen que responder a nuevas demandas de sus clientes y de la sociedad, tienen que hacerlo en un entorno adverso, en términos de reputación, también de rentabilidad y de crecimiento del negocio Bancario tradicional; esto exige una transformación radical con una revisión profunda de la forma en que se relacionan con sus clientes y un salto cualitativo de su eficiencia. (p.7)

Según Cobis, la innovación digital bancaria dejó de ser una opción; ahora, el cliente demanda un alto nivel de interacción en las plataformas digitales que permite realizar en pocos pasos transacciones, con sencillos filtros de reconocimiento del usuario y servicio.

Las Instituciones Bancarias en la nueva normalidad han innovado e invertido en los últimos años sus plataformas digitales, sin dejar de brindar un servicio bancario tradicional, facilitando así las gestiones o solicitudes que requieran sus usuarios naturales, para poder satisfacer y atender a sus clientes sin necesidad de trasladarse a una agencia Bancaria.

2.6.4. Usuarios

Para todos los Usuarios Financieros de la Banca en Línea es un medio de salida oportuno ante las diferentes necesidades de pagos o transacciones, el objetivo de esto es que el cliente pueda controlar sus finanzas usando un ordenador, un dispositivo móvil o una Tablet. (EBI, 2020)

La Pandemia de la COVID-19 dejó en evidencia la necesidad de integración de servicios electrónicos para satisfacción de los Usuarios Financieros, por lo que la exigencia hacia los diferentes Bancos cada día es mayor, y donde el cliente se siente más identificado con el Banco que le permite satisfacer sus necesidades desde su propia casa, en tal sentido, las plataformas digitales cada día están en constante cambio, con el único fin de poder brindar un servicio diferenciado de la competencia para sus clientes.

(Antúnez, 2018) afirma que: “Más de 2.7 millones de usuarios prefieren la Banca Electrónica, esto ha generado que las agencias Bancarias estén menos congestionadas, ayudando la agilización de los trámites que los usuarios naturales requieran”.

Es por medio de la innovación que los diferentes Bancos han impulsado sus servicios en línea, podemos decir, que cada día estos cambios benefician al usuario ya que le permiten ser su propio administrador de dinero los 365 días del año y a cualquier hora, teniendo así a su disposición una diferente gama de servicios a un solo clic.

2.6.5. Seguridad y Confianza

La seguridad total es inalcanzable, pero mediante el proceso de mejora continua del sistema de seguridad, se puede conseguir un nivel de estabilidad altamente satisfactorio, que reduzca al mínimo los riesgos a los que se está expuesto y el impacto que ocasionarían si efectivamente se produjeran. (Miranda, 2013, pág. 5)

Cada día los Bancos apuestan más a las plataformas digitales, ofreciendo diversas opciones al usuario para efectuar sus transacciones en línea, logrando que el cliente se sienta con la confianza de poder cumplir con sus necesidades por medio de esta herramienta, ahorrando así tiempo que puede ser invertido para realizar otro tipo de gestiones; sin embargo, aún existen usuarios que no sienten completa confianza en estos servicios y prefieren trasladarse a una sucursal física.

Ante este problema de falta de confianza, no cabe quedarse de brazos cruzados, por lo que, las Instituciones Bancarias buscan la manera de infundir en sus clientes respaldo en los servicios y productos que ofrecen. Por tanto, las Entidades Financieras a través plataformas de servicio en línea deben garantizar a sus potenciales clientes la confianza que necesitan para realizar sus transacciones y así aumentar la adopción de sus servicios (Panda Media Center, 2018).

(Ramírez, García, & Aranibar, 2019) mencionan que: “La confianza: ha sido identificada como una construcción crítica para la aceptación de la Banca en Línea, porque la confianza juega un papel importante siempre que exista riesgo, incertidumbre e interdependencia”.

2.7. Justificación de la Investigación

La nueva normalidad imperante en el entorno, obliga a los usuarios a emigrar a la cultura digital bancaria por la tradicional, que se basa en apersonarse a la sucursal más cercana para obtener una asesoría oportuna a cualquier consulta dependiendo la necesidad que surja, pero no todos los Usuarios Financieros hacen uso de la asistencia electrónica que ofrecen las Instituciones Bancarias; por ejemplo: los adultos mayores, siendo estos uno de los grupos más vulnerables ante el contagio del virus de la COVID-19. (Organización Panamericana de la Salud, 2020)

Honduras atraviesa un momento histórico y la Banca en Línea ha ofrecido a sus usuarios nuevas alternativas de inclusión de servicios electrónicos a través de sus canales de servicio, contribuyendo a los esfuerzos de la sociedad para evitar la propagación de la enfermedad, por lo que, esta investigación permite para dar a conocer el grado de satisfacción de los usuarios de la Banca en Línea en esta nueva normalidad, reflejando la percepción que tienen sobre la calidad recibida, para que las Instituciones financieras que brindan este tipo de servicio visualicen oportunidades de mejora en sus políticas y procedimientos de atención virtual.

De acuerdo a (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014) es recomendable abordar la justificación de una investigación mediante cinco criterios importantes:

1. Conveniencia,
2. Relevancia social,
3. Implicaciones prácticas,
4. Valor teórico,
5. Utilidad metodológica.

Vivimos en una época en la que, con frecuencia, la única diferencia que pueden percibir los clientes, en muchos productos y servicios, es la diferencia distintiva en la calidad de sus productos y servicios. Esa diferencia (ese margen), se manifiesta como un sentimiento de amistad y profunda confianza hacia una organización o hacia sus productos o servicios. Esa es la ventaja comparativa. (Couso, 2005, p. 5)

La Banca en Línea es una cómoda y funcional herramienta que favorece directamente al Usuario Financiero para realizar sus transacciones electrónicas de manera innovadora, integrando ahora la calendarización que se basa en realizar gestiones como transferencias periódicas programadas, débito automático para pago de préstamos personales, préstamos hipotecarios, servicios públicos, contribuyendo así en que el cliente no incurra en gastos como intereses moratorios por no cumplir con los tiempos pactados de pago.

III. OBJETIVOS

3.1. Objetivo General

Realizar un diagnóstico exploratorio sobre la percepción de la calidad e innovación en los servicios que reciben los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa en tiempos de restricción a la movilidad.

3.2. Objetivos Específicos

1. Realizar un primer experimento, orientado al nivel de satisfacción de los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa.
2. Valorar la calidad del servicio por medio de los productos y/o servicios según su importancia para los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa.
3. Identificar el nivel socioeconómico y cultural de los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa.
4. Comparar las facilidades que ofrecen las Instituciones Bancarias mediante la apreciación del uso frecuente de los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa.

IV. MARCO TEÓRICO

4.1. Análisis de la Situación Actual

Hablar de la situación actual de Honduras, es un tema muy complejo; ya que en los últimos años ha experimentado muchos cambios políticos, económicos, entre otros. A raíz de la crisis sanitaria actual ha desmejorado la situación, por lo cual, a continuación, se presentan factores que componen el Macroentorno y Microentorno en nuestro país.

4.1.1. Factores Competitividad Empresarial

Según (Banco Base, 2018) “La competitividad empresarial se mide en función de la eficiencia de sus operaciones y de su participación en el mercado, para lo cual debe implementar estrategias que le ayuden a maximizar sus recursos y a ofrecer un valor que atraiga a los clientes”.

A raíz de la Pandemia, los Bancos han implementado estrategias de mejoras en sus plataformas para retener a sus usuarios; las entidades que no habían considerado la innovación, fueron obligados a responder ante los retos y realidades que se derivaron de la nueva normalidad y así poder seguir compitiendo en el mercado financiero.

El Foro Económico Mundial afirma que: “La competencia entre diferentes Instituciones Bancarias es muy común, debido a que la mayoría ofrecen un producto muy similar a sus rivales, esto obliga a que muchas entidades personalicen como deben atender a sus clientes y así poder retenerlos con beneficios por su lealtad”.

Según (Thompson et al., 2013) “La rivalidad se caracteriza como encarnizada o brutal cuando los competidores se embarcan en prolongadas guerras de precios o esgrimen por rutina otras tácticas agresivas mutuamente destructivas de su rentabilidad”

Mediante la tasa de interés y los servicios que ofrecen las instituciones financieras ayudan al usuario financiero a tener una mayor disponibilidad de opciones para decidir con que Banco tendrá relación de negocio o tendrá sus fondos ahorrados.

4.2.1. Análisis del Macroentorno (PESTEL)

“La herramienta de análisis PESTEL es una técnica de análisis estratégico para definir el contexto de una compañía a través del análisis de una serie de factores externos” (Parada, 2013)

Las Instituciones Financieras dependen de todos los factores o variables que afectan el entorno de un país, ya sea de forma positiva o negativa, por lo que un correcto análisis del entorno, ayudará a que se tomen mejores decisiones y de esta manera evitar futuras pérdidas.

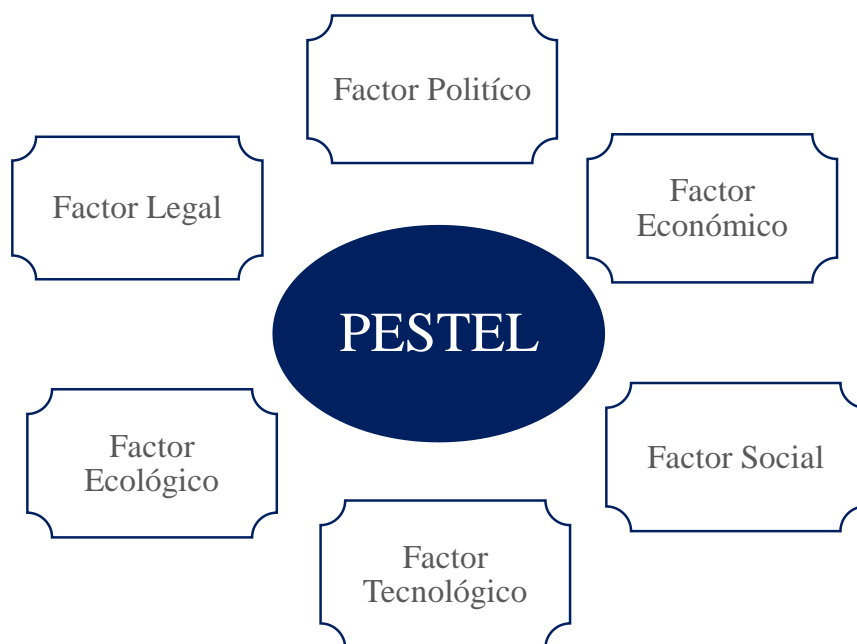


Figura 2- 4.1 Marco PESTEL

Fuente: Adaptado del Libro Macroenvironmental Analysis for Strategic Management (Fahey & Narayanan, 1968)

4.2.1.1. Factor Político

El factor político de Honduras ha experimentados diversos acontecimientos, derivando de ello una situación política inestable, iniciando el 28 de junio de 2009, debido al golpe de Estado. Según (Cálix, 2010): “El golpe de Estado en Honduras desnudó la fragilidad democrática oculta tras casi tres décadas ininterrumpidas de elecciones y las dificultades para la consolidación institucional en un país golpeado por la desigualdad y la pobreza”.

En el año 2017, ante la declaratoria del Pleno del Tribunal Supremo Electoral (TSE), sobre los resultados de la elección del Presidente Constitucional de la República de Honduras, para el periodo comprendido del 2018-2022, publicado mediante Acuerdo N° 22-2017 el 18 de diciembre del 2017 en el Diario Oficial La Gaceta, la reelección del Abg. Juan Orlando Hernández Alvarado provocó manifestaciones masivas y violentas, represiones, incendios y actos de vandalismo, afectando la imagen e inversiones internacionales.

Ante tales actos negativos, muchos Bancos se vieron afectados por las huelgas y los daños estructurales que ocasionaban los manifestantes, la destrucción de infraestructura pública como privada, así como despidos debido a los saqueos en los negocios, el escenario de inseguridad y las amenazas existentes para los hondureños evidenció que la Banca en Línea fue una herramienta esencial y oportuna para que el usuario financiero pudiera cumplir con sus obligaciones durante el toque de queda y la crisis que se generó en ese tiempo por el desequilibrio político.

4.2.1.2. Factor Económico

Según (Datos Macros, 2020): “Honduras es la economía número 110 por volumen de PIB”. Pero desde que la Pandemia llegó a territorio hondureño las proyecciones del Banco Mundial (BM) el PIB del 2020, reflejan que registrará un crecimiento negativo del 2.3%, por lo que, el rol de las Instituciones Bancarias se volverá esencial para mantener la economía a flote, generando oportunidades a sus clientes a balancearse por medio de los productos y/o servicios financieros.

BM manifiesta que, el crecimiento económico en Honduras es volátil y existe la alta desigualdad que han creado las condiciones para el surgimiento de dos ciclos que se refuerzan mutuamente en el país:

1. Un ciclo de alta violencia y bajo crecimiento; y
2. Un ciclo de alta migración/recepción de remesas y de bajo crecimiento.

El superintendente de Bancos de la CNBS, Evin Andrade, señaló que en el último trimestre de este año aumentaron los depósitos, esto debido a que la mayoría de los Usuarios Financieros tienen como prioridad generar liquidez, para prever en el futuro cualquier situación de empeoramiento en el país, a raíz de la Pandemia. (Tiempo Digital, 2020)

Las Instituciones Financieras mediante sus plataformas digitales, esperan seguir reteniendo sus clientes actuales y captar nuevos, siendo de esta manera más sustentables, ya que debido a la COVID-19 deben promover el bienestar de su clientela satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

4.2.1.3. Factor Social

Para Marcio Enrique Sierra Mejía, el entorno social es el contexto o ambiente en el cual se desenvuelve el ciudadano, como ser la condición de vida y de trabajo, el desempleo, nivel de ingreso, esto ya sea favorable o desfavorable para el ciudadano. (La Tribuna, 2020).

Ricardo Matamoros, director del Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES), detalló que, según un estudio realizado por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH) en conjunto con el sector privado, indica que, el índice de suspensión laboral es del 30% y 33%, esto debido a Pandemia de la COVID-19; sin embargo, se espera que ese porcentaje de suspensión laboral siga creciendo ya que esta crisis sanitaria ha provocado que muchas empresas cierren sus labores. (Jorge, 2020)

Lastimosamente este fenómeno hará que la tasa de desempleo en el país vaya creciendo, sin embargo, muchas personas en los últimos meses han ido emprendiendo para poder sustentar sus necesidades diarias y por medio de la Banca en Línea han podido concretar sus operaciones.

4.2.1.4. Factor Tecnológico

Cada día las personas son más cercanas al uso de la tecnología, en los Usuarios Financieros les permite acceder a las diferentes plataformas digitales, beneficiándose del alcance que estas ofrecen, esto permite que las Instituciones puedan brindar un servicio rápido y ágil, sin necesidad de incurrir en altos costos, y al usuario le brinda ahorro de tiempo, costo de traslado, entre otros; siendo así, la nueva realidad de las transacciones en línea, en donde interactúan las empresas directamente con el consumidor o usuario.

(Madrid,2017) manifiesta que: “Los consumidores digitales han ido cambiando sus expectativas digitales, lo cual ha obligado a las instituciones financieras a crear y adoptar nuevas estrategias tecnológicas para poder competir”.

Los avances tecnológicos que se han dado en los últimos años, ha facilitado a muchos usuarios de la Banca en Línea, esto debido a que muchas personas tienen mayor acceso a dispositivos electrónicos que le permitan realizar las transacciones que requieran, sin necesidad de asistir a una agencia.

4.2.1.5. Factor Ecológico

Actualmente la mayoría de las empresas a nivel mundial buscan contribuir a la buena administración de los recursos naturales, con el fin de ser parte una Empresa Socialmente Responsable (ESR); el rubro Bancario es uno de los más comprometidos en dichas actividades, potenciando su imagen corporativa ante la sociedad local.

Las Instituciones Bancarias en los últimos años, se han involucrado más en el medio ambiente, creando estrategias tanto externas como internas, implementando diferentes políticas que fomenten el buen uso de los recursos naturales, tales como la política del cero papel, la cual consiste en que sus colaboradores no realicen impresiones y busquen la manera de digitalizar sus procesos.

Pensar que un Banco realice actividades de responsabilidad social basadas en el medio ambiente, es algo que como usuario financiero no se tiene presente; pero esto es así, es cierto que su principal responsabilidad no se centra en su actividad directa, sino que lo hace a través de sus diferentes políticas de financiación e inversión.

En Honduras, las Entidades Bancarias cada día se ven más involucradas en las diferentes actividades que conllevan a la búsqueda de un mejor cuidado ambiental, que beneficien a la sociedad y también que puedan fortalecer sus buenas acciones ante los ojos de los Usuarios Financieros.

La gestión sostenible del medio ambiente y los recursos naturales es crucial para el crecimiento económico y el bienestar humano. Cuando se administran bien los recursos naturales renovables pueden ser la base del crecimiento sostenido e inclusivo, la seguridad alimentaria y la reducción de la pobreza”. (Banco Mundial, 2019)

La Banca en Línea, mediante la digitalización de la mayoría de sus procesos a través de la innovación y la tecnología, ha generado un impacto positivo en el medio ambiente; entre ellos, evitar desperdicios de papelería, pausar la tala de bosques y los clientes han experimentado nuevas prácticas de atención electrónicas, permitiendo realizar sus transacciones con mayor fluidez, conveniencia y ahorro de tiempo, beneficiando a ambas partes (Usuario e Institución Bancaria).

Honduras, ha sufrido impactos directos derivados de las sequias, inundaciones, huracanes y otros, afectando a las empresas de manera económica; por tal razón, las empresas hoy en día las empresas buscan realizar acciones de bien común al medio ambiente, haciendo frente a los diferentes factores externos que pueden ser provocados por una mala administración de recursos naturales.



Figura 3- 4.2 Diagrama Factor Ecológico “Cero Papel”

Fuente: (E&N, 2017)

4.2.1.6. Factor Legal

El Sistema Financiero de Honduras está regulado por el BCH y la CNBS, estos dos tienen en su objetivo principal la supervisión, regulación y el apoyo a las Entidades Financieras. Es importante aclarar que las actividades de Instituciones no son excluyentes sino más bien complementarias, pero cada una dentro del ámbito de acción y atribuciones que sus propias leyes orgánicas les confiere.



Figura 4- 4.3 Diagrama de Entidades Supervisadas por la CNBS y el BCH

Fuente: CNBS

La CNBS considera que el uso de tecnologías móviles es un impulsor importante para la inclusión y profundización de los servicios financieros en el país, esto corresponde a uno de sus objetivos estratégicos, ya que, mediante estas iniciativas, se fomenta la inserción para todas las personas, especialmente para que las de menores ingresos, tengan acceso a productos y servicios financieros formales que mejoren su calidad de vida. (Red Honduras, 2020)

En el 2019, la CNBS creó el Comité FinTech e Innovaciones Tecnológicas (CFIT), que promueve la innovación regulatoria y supervisora con enfoque proactivo, estas iniciativas tecnológicas son orientadas a la profundización financiera y protección del usuario financiero; entre ellas, ofrecen productos Bancarios totalmente en línea, favoreciendo la inclusión financiera, aportando una transformación disruptiva a la sociedad en general que aún no forma parte del Sistema Bancario.

4.3.1. Análisis del Microentorno (5 Fuerzas de Porter)

El modelo de Las Cinco Fuerzas de Michael E. Porter, creado en 1979, tiene como fin implementar una perspectiva analítica, mediante la recopilación de datos relevantes del entorno y que les permita ser más competitivos, por medio del desarrollo de estrategias corporativas que creen oportunidades en busca de rentabilidad, poder, posición y una rivalidad positiva, ya que el cliente es muy voluble y sensible al precio y/o servicios.

Según Porter, existen dos tipos de Suma Competencia:

1. La Competencia Suma Cero: se refiere a que el consumidor en este caso el Usuario Financiero, no tiene ninguna opción sobre lo que le ofrecen para solventar su necesidad, por ejemplo: el bajo costo en comisión por desembolso en un préstamo adquirido y una tasa alta de interés, ofreciendo incentivos equivocados o bien, objetivos equivocados; en cambio,
2. La Competencia de Suma Positiva: es aquella que se enfoca y permite a las compañías a hacerlo bien para satisfacción plena del usuario, basado en diferentes atributos, características del servicio, soporte al cliente, con el objetivo de satisfacer las diferentes necesidades que requiera cada usuario.



Figura 5- 4.4 Diagrama de las Cinco Fuerzas de Porter

Fuente: Adaptado del libro Estrategia Competitiva, de Michael E. Porter, 1982.

4.3.1.1. Amenaza de Nuevos Competidores

Porter expresa, que es relevante considerar el número de competidores, su equilibrio y crecimiento, las estrategias empresariales que implementan las demás empresas para poder satisfacer al cliente y que, como resultado le generen rentabilidad, debiendo ser totalmente atractivos; cuanto más atractivo es un sector, más instituciones desearán estar involucradas, es por ello que, es de vital importancia tener en cuenta las barreras de entrada al momento de surgir como nueva competencia.

A continuación, se mencionan algunas de las barreras que crean ventaja competitiva en las Instituciones Bancarias:

1. Diferenciación de productos,
2. Gestión del Conocimiento,
3. Flexibilidad Estratégica hacia el Cambio,
4. Economías de Escala,
5. Altos Costos de Inversión para Mejora en la Tecnología e Innovación,
6. Publicidad que refleje los beneficios de servicios y/o productos.

Fred David dice que, la información recopilada y evaluada permite formular estrategias competitivas, ya que refleja la importancia de la participación en el mercado, con procesos integrados e innovadores, que posean control de calidad y satisfacción del cliente, para generar posicionamiento.

Según Thompson en esta amenaza, los nuevos competidores que recién lleguen a irrumpir al mercado financiero se enfrentaran a diversas desventajas como ser:

1. El Sistema Financiero Hondureño representa una gran inversión, tanto en estructura como imagen para poder estar a la altura de los Bancos consolidados.
2. La Solidez Bancaria genera fidelidad en el Usuario Financiero, por lo que, el nuevo competidor deberá ofrecer servicios y/o productos modernos que puedan convencer al cliente para que se cambie de Institución.

Los autores concluyen que, los nuevos competidores deberán invertir un alto costo en capital ya que este mercado lo demanda, con el fin de lograr el posicionamiento deseado y acumular el nicho de mercado esperado, por lo que, la presión competitiva de esta fuerza es baja.

4.3.1.2. Poder de Negociación de los Proveedores

Las Instituciones Bancarias requieren para su funcionamiento proveedores de servicio eficientes, en este caso, deben contar con plataformas electrónicas de amplia disponibilidad de servicio y respuesta inmediata al usuario, aquí el papel cambia, ya que es el proveedor por medio de sus productos o servicios debe integrar mejoras para un excelente desempeño de la Banca, se consideran como factores asociados con esta fuerza el número de proveedores y el precio con el que ofertan.

“Los proveedores con fuerte poder de negociación pueden socavar la rentabilidad al cobrar precios más altos a los miembros de la industria, lo que repercute en sus costos y limita sus oportunidades para encontrar proveedores que ofrezcan condiciones ventajosas” (Porter, 2008).

Los Proveedores que ejercen poder sobre las Instituciones Bancarias en Honduras son aquellos que ofrecen servicios o productos diferenciados, con alta tecnología como Software o Maquinaria crucial que permita generar alguna ventaja competitiva clave al Banco adquiriente, derivando así alianzas estratégicas exclusivas, por medio de estos productos de innovación.

Por tanto, los Autores concluyen que esta fuerza genera una presión competitiva alta, debido a que el proveedor suministra tecnología de vanguardia, mejorando el tiempo de respuesta, supliendo las necesidades cambiantes de sus clientes con calidad y de manera oportuna.

4.3.1.3. Poder de Negociación de los Clientes

Gracias a la amplia competencia en Honduras, el Usuario Financiero puede elegir libremente la Institución Bancaria de su conveniencia y los beneficios que de esta se deriven, satisfaciendo de manera personalizada la necesidad que el cliente presente en ese momento; entre las cuales podemos mencionar: disponibilidad de servicios electrónicos, calidad en el servicio virtual, promoción en sus tasas bancarias sobre préstamos y extensión de plazos.

Este poder, incrementa para los clientes cuando poseen la información correcta sobre los diversos productos y beneficios que la Banca ha lanzado al mercado financiero, en el Sistema Bancario, perder un cliente no debe ser opción, por lo que le resulta más rentable mantener la relación actual que buscar nuevos, conservar a sus clientes genera un mejor posicionamiento y retroalimentación de los servicios ofrecidos ayudando a innovar o mejorar la calidad desde el punto de vista correcto, a continuación se mencionan otras fuertes presiones que se presentan en este poder:

1. Los productos que ofrece la Banca son generalizados,
2. Los Usuarios Financieros se integran con facilidad a cualquier Banco,
3. Los Usuarios Financieros pueden postergar el uso de los productos financieros (uso de Tarjeta de Crédito, Préstamos Bancarios, Pagos en Línea de servicios personales),
4. Los Usuarios Financieros tienen menor rango de ingresos o el producto que ofrece el Banco es limitado.

La CNBS, mediante la CIRCULAR CNBS No.246/2013, en su reforma al Artículo 12.- “Responsabilidades del Oficial de Atención al Usuario Financiero”, de las Normas para el Fortalecimiento de la Transparencia, la Cultura Financiera y Atención al Usuario, prescribiendo las normas requeridas para revisar, verificar, controlar, vigilar y fiscalizar a las Instituciones Supervisadas, dando seguimiento al trámite correspondiente sobre las reclamaciones que presenten los Usuarios Financieros, basándose en la legislación vigente, estableciendo las medidas que resulten pertinentes.

Ante la imposición de Obligaciones y Compromisos que asumen las Instituciones Supervisadas, estas se comprometen a cumplir lo que instruye la CNBS a favor del Usuario Financiero, entre ellas:

1. Disponer de medios electrónicos y controles idóneos que brinden eficiente seguridad a las transacciones que estos realicen, así como la información confidencial de los Usuarios Financieros.
2. Cumplir con lo dispuesto mediante las normas, materia de transparencia y protección al Usuario Financiero, informando sobre las condiciones específicas de los servicios y productos financieros que ofrecen.
3. Proveer los recursos físicos y tecnológicos que brinden una atención eficiente y oportuna al usuario, maximizando la calidad de los servicios y productos financieros.
4. Suministrar información verdadera, suficiente y oportuna para el Usuario Financiero.

Los Autores concluyen para esta fuerza, que los Usuarios Financieros ejercen una presión competitiva alta.

4.3.1.4. Amenaza de Productos Sustitutos

A medida que los productos sustitutos ingresan al mercado, las tensiones competitivas se hacen presentes, en el caso de la Banca, podemos mencionar las Casas de Cambio, Financieras, Cooperativas; según el Banco Hondureño para la Producción y la Vivienda (BANHPROVI) en Honduras ascienden a 56 Instituciones Financieras activas, las cuales se pueden medir de manera positiva cuando aumenta su participación en el mercado conforme incrementa la preferencia del consumidor.

La rivalidad incrementa cuando los Usuarios Financieros cambian con facilidad los productos y/o servicios que les ofrecen, entre ellos se pueden nombrar: el fácil acceso a la adquisición del producto, mejoras en el desempeño tecnológico, menor costo, extensión de plazos, calidad, confiabilidad y otros atributos que sean relevantes para el cliente. (Thompson, Gamble, Peteraf, & Strickland III, 2012)

El mercado financiero de Honduras ofrece una gran variedad y similitud en los productos que ofertan a los Usuarios Financieros, por lo que a continuación se mencionan algunos factores que intervienen en esta fuerza:

1. Grado de diferenciación entre los productos Bancarios,
2. Precios relativos entre los productos,
3. Diversidad de proveedores,
4. Disponibilidad y facilidad en el acceso.

Los Autores concluyen que esta fuerza competitiva ejerce una presión alta.

4.3.1.5. Rivalidad entre Competidores

Es considerada la más poderosa de Las Cinco Fuerzas Competitivas, ya que incentiva a los competidores a encontrar un nicho único, para ser capaz de ofrecer algo distinto entre sus rivales. En Honduras, se cuenta con 56 Instituciones Financieras activas, estas buscan destacar en la mente del cliente por medio del compromiso y beneficios con el fin de generar fidelización ya sea por descuentos en tasas preferenciales, calidad en servicios, plataformas tecnológicas con fácil acceso e interacción con el Usuario Financiero. (David, 2003)

Con el avance tecnológico e implementación de las mejoras a las plataformas virtuales por parte de las Instituciones Bancarias para hacer frente a la nueva normalidad, la innovación financiera en los servicios que ofrecen son una herramienta potencial para la satisfacción del usuario, ya que mejora la calidad de vida de los hondureños, brindando nuevas oportunidades a sus clientes de poder consumir productos financieros que antes no eran de su interés; cabe mencionar que los competidores ejercen a su vez una presión recíproca entre los clientes y sus proveedores. (Ver Figura 5- 4.5 Diagrama de Competencias de Cinco Fuerzas)

Según el Ranking del Sistema Bancario de Honduras al cierre de diciembre del 2019, reportó que los mejores índices de solvencia, calidad en activos, rentabilidad, gestión y eficiencia se debe al desarrollo e implementación de estrategias por medio de sus productos y/o servicios, promoviendo la innovación y progreso de sus clientes, posicionandose de la siguiente manera: Banco Financiera Comercial Hondureña (FICOHSA), Banco Atlántida y Banco De América Central (BAC).

La CNBS mediante su portal manifiesta que el Sistema Bancario en Honduras está compuesto por 15 Bancos Comerciales, los cuales se posicionan de la siguiente manera:

Tabla 1- 4.1 Posición del Sistema de Bancos en Honduras

N°	BANCOS COMERCIALES	POSICIONAMIENTO				
		TECNOLOGÍA	INNOVACIÓN	USUARIOS FINANCIEROS	SERVICIO AL CLIENTE	SEGURIDAD Y CONFIANZA
1	BANCO FINANCIERA COMERCIAL HONDUREÑA, S.A.	2	1	2	3	3
2	BANCO ATLÁNTIDA, S.A.	1	2	1	4	1
3	BANCO DE AMÉRICA CENTRAL HONDURAS, S.A.	4	3	3	2	4
4	BANCO DE OCCIDENTE, S.A.	3	4	4	1	2
5	BANCO DEL PAIS, S.A.	5	5	5	5	5
6	BANCO DAVIVIENDA HONDURAS, S. A.	6	6	6	6	6
7	BANCO DE DESARROLLO RURAL S.A.	7	7	7	15	7
8	BANCO LAFISE, HONDURAS	11	8	8	11	8
9	BANCO FINANCIERA CENTROAMERICANA, S.A.	10	9	9	10	11
10	BANCO PROMERICA, S.A.	9	10	10	13	9
11	BANCO DE LOS TRABAJADORES, S.A.	12	11	11	12	10
12	BANCO DE HONDURAS, S.A.	13	12	15	8	13
13	BANCO AZTECA DE HONDURAS, S.A.	8	13	14	7	14
14	BANCO HONDUREÑO DEL CAFE, S.A.	15	14	13	14	12
15	BANCO POPULAR, S.A.	14	15	12	9	15

Nota: Posicionamiento publicado bajo el marco contable de Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) combinadas con las Normas Prudenciales, tomando en cuenta la Activos Totales, Cartera Crediticia, Depósitos, Capital y Reservas, actualizado al 30 de junio del 2020.

Fuente: (CNBS, 2020)

Los Autores concluyen que en esta fuerza competitiva la presión ejercida es alta.

Modelo de Competencia de las Cinco Fuerzas



Figura 6- 4.5 Diagrama de Competencias de Cinco Fuerzas

Fuente: Adaptado (Thompson, Gamble, Peteraf, & Strickland III, 2012, pág. 55) y (Porter, The Five Competitive Forces That Shape Strategy, 2008)

4.4.1. Situación Interna

La Banca en Honduras durante el año 2020 ha experimentado diferentes cambios en su manera de brindar sus servicios tradicionales, en la actualidad se está atravesando por un periodo de transición en la forma de brindar atención a los clientes, y están fomentando el uso de las plataformas electrónicas ante los retos que se han atravesado por la Pandemia, la Banca se ha visto en la necesidad de proponer un servicio que este a la altura de las expectativas del cliente, para que de esta manera los usuarios sigan manteniendo su satisfacción en el servicio recibido.

Según (Rodriguez, 2019): Las plataformas digitales han cambiado el modelo de negocio de los Bancos hondureños. Uno de los servicios que los clientes usan a diario es la sucursal electrónica; cada vez son menos las personas que visitan los tradicionales canales de servicio de la Banca para realizar sus transacciones desde una computadora y/o celular y efectuar sus pagos o cobros.

Cada día los usuarios demandan más los servicios por medio de las plataformas digitales, es por eso que para la Banca es indispensable estar al día con las más altas tecnologías e innovaciones en sus servicios y de esta manera poder mantenerse en competencia; el usuario se siente satisfecho en el lugar en donde les resuelva su necesidad con el menor esfuerzo posible.

Sin embargo, los Entes Bancarios han tenido que hacer uso de nuevas tecnologías para poder darse abasto a la mayor demanda que las plataformas digitales han tenido en esta nueva normalidad, apoyándose de diferentes software y hardware que permitan estar a la altura de las expectativas del cliente, de este modo con la implementación de nuevos proyectos por medio de la tecnología la Institución Bancaria ha adquirido mayor habilidad y competitividad en el mercado.

4.5.1 Teorías de Sustento.

(Ibarra, 2013) menciona “El sustento teórico de una investigación es el conglomerado de teorías que sirven para sustentar los argumentos que se usan en una investigación para dar soluciones a un problema”.

A través de las diferentes teorías, se pretende dar sustento a este estudio exploratorio.

4.5.1.1 Optimización de Procesos a través de la Tecnología

Cada día la Banca en nuestro país hace uso de tecnología permitiéndole hacer una readecuación en sus métodos de atención, de esta manera ahorra tiempo, costos y también le permite entregar una nueva manera de servicio al cliente a través de la optimización en los procesos.

El mundo globalizado busca la competitividad y la optimización, en donde la tecnología juega un papel importante para acelerar y mejorar los procesos que eleven el nivel de productividad como relación de eficiencia entre producto obtenido y factores de producción. (Silva, 2017)

“Hoy por hoy optimizar los procesos de negocio consiste en automatizar al máximo todos los pasos que conforman el ciclo de producción, distribución, venta, atención al cliente, marketing, publicidad, transporte, etc., de un producto o de un servicio” (I0 Digital, 2019)

(Ramos Mejía, 2019) menciona: Hoy en día, la aplicación de la tecnología a los procesos cotidianos se ha vuelto vital, casi indispensable. Quien no aproveche la tecnología para hacer más eficiente sus procesos, poco a poco quedará fuera del mercado.

Es que el ahorro de costos y la demanda creciente de mayor y mejor calidad de información por parte de consumidores son dos de los principales motivos por los cuales todos los procesos deben ser revisados, analizados y rediseñados teniendo en cuenta las herramientas tecnológicas disponibles.

4.5.1.2. Nuevas Regulaciones

La CNBS siendo el Ente Regulador que ejerce la supervisión en el Sistema Financiero¹ Nacional de Honduras, cumpliendo su función de vigilar la transparencia, protección y cumplimiento de derechos y obligaciones de los Usuarios Financieros, creando un entorno favorable de inclusión financiera por medio de la ejecución de las normativas establecidas.

¹ Sistema Financiero Nacional de Honduras: Bancos Comerciales, Bancos Estatales, Asociaciones de Ahorro y Préstamo, Sociedades Financieras, Oficinas de Representación, Casas de Cambio, Cooperativas de Ahorro y Préstamo, Administradora de Fondos de Pensión Privado, Compañías de Seguro, Central de Riesgo Privadas, Almacenes Generales de Depósito, Banca de Segundo Piso, Emisoras de Tarjetas de Crédito.

La CNBS comprometida en garantizar la seguridad de los Usuarios, exige a las Instituciones del Sistema Financiero que controla a mantener una comunicación ágil y transparente, instruyéndoles que, ante la Crisis Sanitaria Provocada por la COVID-19, rediseñen los canales virtuales de comunicación para brindar atención efectiva a sus clientes, permitiendo un acceso más amplio de la información, oportuna y adecuada para atender las necesidades que surgieron a raíz de la restricción a la movilidad en esta nueva normalidad.

En cumplimiento de las nuevas normativas y como medida de mitigación en la propagación del virus, las Instituciones Bancarias modificaron sus procesos e integraron aspectos como: eficiencia, confiabilidad, innovación, facilidad y seguridad a beneficio del Usuario Financiero, reportando el Centro de Procesamiento Interbancario (CEPROBAN) que, debido al confinamiento, las transacciones electrónicas incrementaron gradualmente hasta un 78% en el segundo trimestre.

4.5.1.3. Impulsores de Cambio

4.5.1.3.1. La Crisis Provocada por la COVID-19

El año 2020 evidenció el cambio obligatorio que las empresas tienen que realizar en sus procesos o en la manera de dar sus servicios, siendo la Pandemia de la COVID-19 un impulsor directo de cambio para hacer frente a la nueva normalidad.

Este importante cambio del modelo de trabajo, así como del entorno en la nueva normalidad, lleva asociadas una serie de consecuencias en distintos aspectos: en el uso de la tecnología, en las personas y en las organizaciones empresariales. (De la Torre, 2020)

Según Caballero: “Las organizaciones deben revitalizarse para competir en entornos de cada vez más duros, transformar estas organizaciones requiere un especial sentido de liderazgo que no solo favorecemos, sino que consideramos necesario si nuestras organizaciones quieren conseguir sus objetivos”.

4.5.1.3.2. Sistemas de Servicio al Cliente

(Ortiz Villarraga & Ruiz Pedraza, 2019) menciona: En el mercado se encuentran todos los sectores económicos en competencia, un factor que genera la diferencia es el servicio que se les brinda a los clientes, el cual, si es adecuadamente establecido y desarrollado constituye una ventaja competitiva, mejorando el posicionamiento en el mercado de una organización.

En la actualidad el servicio al cliente es lo que las empresas buscan cada día mejorar, ya que es la forma en el que la organización tiene un contacto directo con su cliente, cada día la competencia en la Banca es más rígida y existen más opciones para el usuario, por tal razón, en todo momento los Entes Bancarios buscan satisfacer la necesidad del cliente para poder ganar su fidelización.

(Silva, 2020) indica que: “La atención al cliente se ha transformado en algo básico para tener una buena relación comercial y fortalecer la marca, pues los consumidores creen que lo que más afecta su nivel de confianza en una empresa es ofrecer un excelente servicio”.

Las plataformas digitales de la Banca han brindado una nueva de manera de servicio para el cliente, como menciona Villalobos que, para este tipo de clientes es necesario tener a la mano un medio que en sí mismo represente una solución al inconveniente, que significa asistir hasta el lugar para solucionar su problema.

4.5.1.3.3. Globalización Creciente

La globalización va creciendo cada vez más, es por eso que hoy en día logramos tener tecnologías e innovaciones que están en otros países más desarrollados; sin embargo, es la tecnología la que permite poder gozar de estas innovaciones casi al mismo tiempo y logrando implementar mejoras en los procesos, para poder brindar un servicio de calidad.

(Dotras, 2014) afirma que, la globalización es definida como una creciente integración e interconexión de varios mercados domésticos en un único mercado financiero internacional, el cual ha cambiado dramáticamente el entorno económico y ha modificado el Sistema Financiero.

La liberalización del régimen financiero internacional y la proliferación de nuevas técnicas e instrumentos de tipo financiero, junto con el rápido desarrollo de las tecnologías de la información y comunicación, han jugado un papel crucial en el impulso de la globalización.

Es por medio de la globalización que la Banca en Honduras ha experimentado diferentes cambios, siendo uno de los principales impulsores que ha llegado a dar unas nuevas ideas y a su vez ha traído innovaciones que benefician tanto al ente Bancario como al usuario, revolucionando así el concepto de Banca tradicional y promoviendo el de Banca en Línea.

4.5.1.3.4 Alianzas Estratégicas

Los Bancos actualmente han tenido que expandir su red de alianzas estratégicas que le permitan así satisfacer la mayor demanda de transacciones posibles, ya que la situación existente del mercado financiero requiere de innovaciones constantes por medio de sus plataformas de atención, integrando inclusivamente servicios para concretar transacciones locales e internacionales.

Hoy en día, las transacciones de mayor frecuencia se da través de pagos, compras internacionales y entre otras transacciones, se dan por plataformas innovadoras tales como: PayPal, M-Pesa, Alipay, Stripe, Payoneer o Samsung Pay. Los medios de pago sin dinero y las plataformas de participación basadas en los datos de los clientes son dos de los ámbitos más sobresalientes. (Vector ITC Group, 2016)

A través de las diferentes alianzas que el Ente Bancario posea, aumentará su disposición de servicios para los usuarios de la Banca en Línea, de esta manera pondrá a disposición del cliente una mayor variedad de servicios a utilizar, siendo este un factor clave para que el usuario disfrute de una mayor integración de servicios bancarios satisfactorios.

4.5.1.3.5. Cambio de Percepciones y Estilos de Vida de la Sociedad

Ante una nueva realidad, en donde la tecnología es el medio por el cual la sociedad busca poder satisfacer diferentes necesidades de servicios, por lo que las Instituciones Bancarias han reinventado sus procesos por medio de las plataformas digitales contribuyendo a cumplir las necesidades de sus clientes.

Galagarza afirma que, conforme pase el tiempo y salgan las nuevas generaciones, estas estarán aún más influenciadas por las tecnologías, volviéndose cada vez más dependientes de estas ya que cada día convivimos y dependemos más de la tecnología.

(BBC, 2018) afirma que “Los mundos virtuales continuarán desarrollándose a lo largo del tiempo, siendo cada vez más realistas y, sobre todo, más fáciles de navegar. Inevitablemente, las economías que operan en espacios virtuales serán más complejas, con sus propias instituciones y leyes”.

V. METODOLOGÍA

“La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema” (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 4).

Esta investigación se apoya en la Metodología Exploratoria, No Probabilística y de Muestreo por Conveniencia, siendo el fundamento principal la percepción del usuario financiero sobre el servicio que recibe por medio del uso de la Banca en Línea bajo la nueva normalidad en la ciudad de Tegucigalpa.

El Sistema Bancario debe medir constantemente el grado de satisfacción de sus usuarios, ya que es un indicador clave en su evolución y crecimiento, por lo que, mantener una correcta comunicación amplía el conocimiento sobre las necesidades cambiantes del cliente, permitiendo brindar soluciones eficientes, sobrepasar sus expectativas y ser parte de sus nuevas aspiraciones.

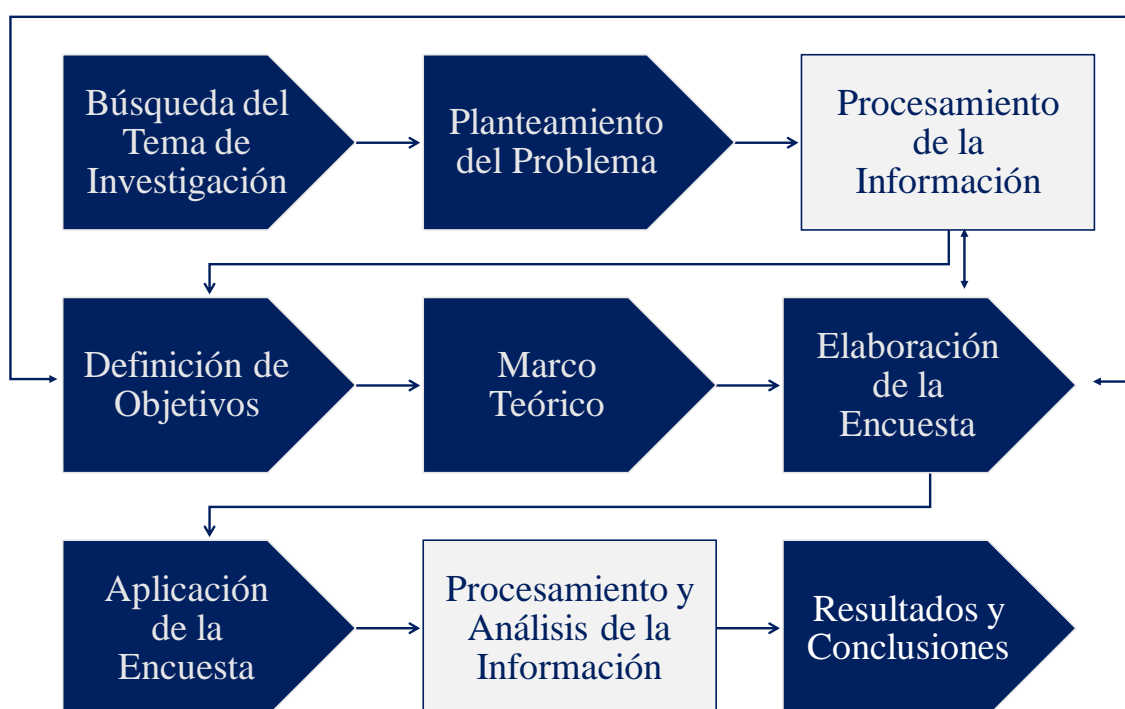


Figura 7- 5.1 Diagrama Metodología Exploratoria

Fuente: Propia.

5.1. Congruencia Metodológica

Tabla 2- 5.1 Congruencia Metodológica

Título de la Investigación	Objetivo General de la Investigación	Objetivos Específicos de la Investigación	Preguntas de Investigación
Diagnóstico Exploratorio Sobre el Nivel de Satisfacción de los Usuarios de la Banca en Línea en la Nueva Normalidad	Realizar un diagnóstico exploratorio sobre la percepción de la calidad e innovación en los servicios que reciben los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa en tiempos de restricción a la movilidad	OE1. Realizar un primer experimento, orientado al nivel de satisfacción de los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa.	P1-OE1. ¿El Banco de su preferencia ha innovado e integrado nuevos servicios en la Banca Electrónica a raíz de la Pandemia, satisfaciendo sus necesidades?
		OE2. Valorar la calidad del servicio por medio de los productos y/o servicios según su importancia para los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa	P2-OE2. ¿Considera que el Banco de su preferencia le brinda un servicio de calidad a través de la Banca en Línea?
		OE3. Identificar el nivel socioeconómico y cultural de los usuarios de la Banca en Línea en Tegucigalpa.	P3-OE3. Nivel Académico, Estado Civil, Rango de Ingreso Mensual, Estatus Laboral.
		OE4. Comparar las facilidades que ofrecen las Instituciones Bancarias de la Banca electrónica en Tegucigalpa	P5-OE4. Variedad en el Servicio, Facilidad de Acceso, Disponibilidad, Tiempo de Respuesta

Fuente: Propia.

5.2. Definición Operacional de las Variables

Tabla 3- 5.2 Operacionalización de las Variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores
Servicio al Cliente	Es el método que emplea una empresa como canal de comunicación que permite a sus usuarios obtener información, resolver dudas o atender las quejas de sus clientes.	Relación positiva con los clientes, generando crecimiento a las empresas, en este caso las Instituciones Bancarias.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tiempo de Respuesta 2. Calidad
Tecnología	Es una herramienta y/o producto innovador que integra avances de perfeccionamiento en los procesos para dar resultados eficientes y eficaces, resolviendo problemas a los usuarios en tiempo real.	Implementa mejoras y vuelve más productiva a la Institución Bancaria, siendo un recurso indispensable en el manejo de información para satisfacer y proveer soluciones a sus clientes.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Disponibilidad 2. Amigable
Innovación	Acción o Cambio que integra una novedad, un progreso, basado en nuevos métodos con el fin de dar solución a una necesidad o facilitar algún proceso.	Las innovaciones generan impacto positivo en los usuarios, busca adaptarse a los cambios del entorno.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Facilidad 2. Satisfacer nuevas necesidades

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores
Usuarios	Individuo que utiliza de manera ocasional o frecuente productos o servicios.	Los usuarios juegan un rol importante en la interacción de las plataformas virtuales, su nivel de participación y satisfacción impacta a la empresa de manera positiva o negativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Satisfacción 2. Percepción
Seguridad y Confianza	<p>Seguridad: procede del latín que significa certeza o conocimiento claro de algo.</p> <p>Confianza: se puede definir como la esperanza de que algo se desarrolle conforme a nuestras expectativas.</p>	Elementos esenciales para una empresa, es necesario que el usuario tenga la convicción de compartir información personal. Por lo que la Seguridad y la Confianza son poderosas garantizando disminuir riesgos.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Protección 2. Bienestar

5.3. Enfoque de la Investigación

Considerando el Planteamiento del Problema, esta investigación se planteará mediante un *Enfoque Mixto*, ya que (Hernández et al., 2010) declara que esta perspectiva brinda un valor agregado a la investigación, debido a que representa un conjunto de procesos sistemáticos, prácticos y calificadoros eligiendo las herramientas más apropiadas para la recolección y análisis de los datos complementándose sustancialmente.

Este enfoque permite “Exploración y explotación de los datos” (Todd, Nerlich y McKeaw, 2004), por lo que, abarca los esquemas de pensamiento inductivo y deductivo; los Autores consideraron implementar la encuesta como herramienta de recopilación de datos, permitiendo que al obtener los resultados se pueda descubrir mediante el diagnóstico exploratorio, cuál es el grado de satisfacción de los usuarios de la Banca en Línea en la nueva normalidad en Tegucigalpa.

5.4. Alcance de la Investigación

Los Autores consideran que esta investigación posee un *Alcance Descriptivo*, ya que por medio del diagnóstico se pretende medir las variables (Servicio al Cliente, Tecnología, Innovación, Usuarios, Seguridad y Confianza) recolectando de manera independiente la información o de manera conjunta a través de una encuesta al usuario (aplicando cuestionario vía internet), generando como resultado una primera aproximación de medida del nivel de satisfacción del usuario de la Banca Electrónica en la nueva normalidad, en la ciudad de Tegucigalpa.

Por medio de esta investigación se pretende contribuir con información a futuro para posibles investigaciones, ya que representa información sistemática y fidedigna.

5.5 Diseño de la Investigación

La presente investigación está integrada por un diseño no experimental, sin manipulación en las variables independientes, de tipo transversal ya que se realizó en un periodo de 10 semanas, basado en un método exploratorio.

5.5.1. Población

Al 2018 se registraron 5,255,223 clientes en las Instituciones del Sistema Financiero, de las cuales el (55.5%) corresponden a hombres y el (44.5%) a mujeres. (CNBS, 2019)

Asimismo, se consideró que, de la población total de Honduras, la del Distrito Central representa el 17.44% (INE, 2019).

Análisis Descriptivo de la Población: El Sistema Financiero hondureño posee 5,255,223 usuarios x 17.44% que representa la población de Tegucigalpa M. D. C., da como resultado que, la Población de Usuarios de la Banca en Tegucigalpa corresponde a 916,511 Personas.

5.5.2. Tipos de Muestreo

El muestreo utilizado es el “No Probabilístico”, según (Hernández Sampieri, 2014, pág. 176) “es un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la posibilidad, sino de las características de la investigación”.

El tipo de muestreo utilizado en la presente investigación es el No Probabilístico por conveniencia, debido a que las personas seleccionadas son del interés de nuestra investigación.

5.5.3. Muestra

(Hernández Sampieri, Roberto, 2014) Define que la muestra es un “subgrupo del universo o población del cual se recolectan los datos y que debe ser representativo de esta” (P.173).

Según (Redalyc, 2005) la formula a utilizar para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 N P Q}{(N-1) \times E^2 + Z^2 P Q}$$

Ecuación 1- 5.1 Cálculo de la Muestra

n = Tamaño de la muestra,

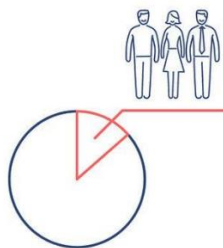
N = Total de la población,

Z = Valor crítico correspondiente a un coeficiente de confianza del cual se desea hacer la investigación,

P = Proporción de ocurrencia de un evento,

Q = Proporción proporcional de no ocurrencia de un evento,

E= Error maestral.



La muestra estimada de esta investigación corresponde a un aproximado mayor o igual a **120 personas**

Tabla 4- 5.3 Estimación del Número de Usuarios

Datos	Fórmula
N = 916,511	$(1.645)^2 (916,511) (0.50) (0.50)$
Z = 1.645	$(916,511 - 1) (0.075)^2 + (1.645)^2 (0.50) (0.50)$
P = 0.5	
Q = 0.5	$n = \frac{620,025.42}{5,156.05}$
E = 0.075	n = 120.25

5.5.4. Unidad de Análisis

Según (Villafuerte, 2010) la unidad de análisis “son los elementos en los que se recolectarán datos y que deben de ser definidos con propiedad, es decir, precisar a quien o a quienes se va a aplicar la muestra para efectos de obtener la información” (P.17).

La unidad de análisis de este estudio exploratorio son personas naturales que son clientes de los Bancos que poseen acceso a la Banca en Línea en la ciudad de Tegucigalpa.

5.5.5. Unidad de Respuesta

La unidad de respuesta a utilizar en este estudio exploratorio son las diferentes plataformas Bancarias en Línea que son de uso frecuente por los usuarios de Tegucigalpa.

5.6 Técnicas e Instrumentos

Las técnicas e instrumentos, permiten un acercamiento para recabar información y conocer la percepción que tiene el usuario en la interacción de las plataformas electrónicas, comprobar si los Bancos han innovado lo suficiente para satisfacer las necesidades actuales a raíz de los impulsores de cambio y la restricción a la movilidad en Tegucigalpa.

5.6.1. Instrumentos

En la presente investigación, se utilizó la técnica de la encuesta cerrada, tomando en cuenta las variables de estudio, de esta manera poder obtener información puntual que permitiera crear registros valiosos al recolectar la información derivando de ella resultados precisos y concluyentes.

5.6.2. Administración del Instrumento

La muestra determinó la estimación de encuestas a aplicar a Usuarios Financieros que utilizan los servicios y/o productos que ofrece la Banca en Línea en la ciudad de Tegucigalpa.

5.6.3. Cuestionario

Por medio de esta herramienta fundamental (el cuestionario), se recopila el juicio y opinión personal de los encuestados, explorando las razones de preferencia y que por medio de esta exterioricen su percepción; su aplicación permitirá a la investigación poder analizar los datos recopilados y calificar el grado de satisfacción de los Usuarios Financieros en el uso e interacción de la Banca Electrónica en la nueva normalidad.

5.7. Fuentes de Información

Hace referencia a la calidad y respaldo de la información, para realizar esta investigación los Autores identificaron literatura de fuentes fidedignas y confiables, siendo útiles y ampliando el conocimiento sobre los usuarios y la Banca en Línea; permitiendo obtener mayor comprensión en la información existente, misma que ha sido crucial para este objeto de estudio.

5.7.1. Fuentes Primarias

“Las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes” (Hernández Sampieri, 2014, pág. 61).

La Fuente Primaria se obtuvo mediante la encuesta, misma que fue aplicada a Usuarios Financieros de la Banca en Línea, ya que el objetivo de esta investigación es brindar información más precisa sobre el nivel de satisfacción de los clientes que utilizan las plataformas virtuales en esta nueva normalidad.

Una vez obtenidas las respuestas esperadas, partiendo del análisis e interpretación de los datos adquiridos, se procederá a elaborar propuestas para que en el futuro sean usadas como material referencial y que los Entes Financieros puedan considerar mejoras a través de sus canales de servicio en línea.

5.7.2. Fuentes Secundarias

(USC Libraries, 2020) afirma que: “una fuente secundaria suele ser un libro académico, un artículo de revista o un documento digital o impreso, creado por alguien que no experimentó o participó directamente en los eventos o condiciones bajo investigación”.

Las fuentes secundarias que aportaron al sustento de esta investigación se encuentran referenciadas en la bibliografía, contribuyendo con información relevante, entre ellos: libros, artículos de publicaciones de periódicos e información de los Entes Reguladores de la Banca en Honduras.

5.8 Cronograma de Actividades

Al definir los objetivos de la investigación, los autores realizaron la distribución de las responsabilidades, estimando el tiempo y el fiel cumplimiento en la ejecución de las actividades:

Tabla 5- 5.4 Cronograma de Actividades

N°	ACTIVIDADES	Meses		JUL				AGO				SEP			
		Semanas	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			
A	Presentación de Idea Tesis														
B	Planteamiento del Problema														
C	Objetivos														
D	Marco Teórico														
E	Metodología														
F	Aplicación del Cuestionario														
G	Recopilación de Información														
H	Análisis y Resultados														
I	Conclusiones														
J	Recomendaciones														
K	Bibliografía														
L	Anexos														
M	Presentación Final														

Fuente: Propia

VI. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Hernández Sampieri, menciona que los instrumentos de medición son los recursos que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente y de esta manera poder dar un mayor respaldo a su investigación.

Este capítulo, presenta los hallazgos de mayor trascendencia para la investigación, teniendo como fundamento la data recolectada mediante encuesta entre una muestra de la población de Usuarios de Servicios Financieros en Línea en la ciudad de Tegucigalpa, M. D. C., misma que permitió a los Autores abordar y analizar las variables² definidas; y, asimismo, conocer la percepción del Usuario Financiero en relación a los objetivos planteados en esta investigación.

Como plan de contingencia y con el fin de mitigar la propagación del virus de la COVID-19, era imperativo el uso de la tecnología e implementar innovación; requería reestructurar los servicios Bancarios que se ofrecían mediante los canales alternos de atención virtual, entre ellos se destacan:

1. ATM (Retiro de Efectivo, Pago de Tarjetas de Crédito, Depósito a Cuenta Bancaria),
2. Servicio al Cliente por Call Center: (Realizar Gestiones de Bloqueo, Adición de Pagos Automáticos, Consultas),
3. Acceso Online (acceso mediante computadora),
4. Acceso Móvil (acceso mediante dispositivos móviles a través de una Aplicación).

La Crisis Sanitaria que provocó la Pandemia irrumpió e integró soluciones de atención simplificada y ágil para los clientes en materia de gestión financiera, por lo que ahora, los Bancos han implementado servicios digitales que antes únicamente podían concretarse de manera presencial en la agencia Bancaria, entre ellas se destacan: la atención de consultas y/o transacciones por medio de las Redes Sociales o Mensaje de Texto, Cobro de Remesa con depósito a cuenta, Transferencias a Cuentas Internacionales, entre otras.

² Variables de Estudio: Tecnología, Innovación, Usuarios, Servicio al Cliente y Seguridad y Confianza.

Los Bancos Comerciales, lanzan y mejoran sus servicios móviles a través de la Plataforma³ inalámbrica que ofrece Google; siendo esta de las más reconocidas; ya sea por medio de las tiendas de App Store o Play Store. El término APP proviene de la palabra inglesa Application, se utiliza para referirse a un programa informático ligero, diseñada para dispositivos móviles como celulares y tabletas, permitiéndole al usuario realizar funciones determinadas.

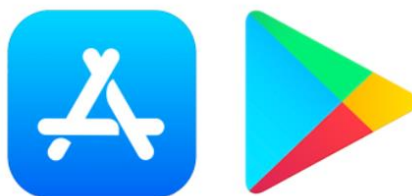


Figura 8- 6.1 Plataforma Móvil (App) según su Sistema Operativo

Fuente: Imagen izquierda App Store (Apple, 2020),
Imagen derecha Play Store (Google, 2020).

Play Store es la plataforma de distribución digital de aplicaciones móviles para el sistema operativo Android (Samsung, LG, Sony, Motorola, etc.), desarrollada y aplicada por Google; y la App Store creado por Apple Inc., para el sistema operativo iOS de Apple (Ipod, Iphone, Ipad, etc.).

Las aplicaciones móviles ofrecen múltiples beneficios, expertos financieros del Banco Mundial (BM) revelan que se obtiene un mayor control sobre el dinero desde cualquier parte del mundo por medio de las transacciones en línea, los registros o el histórico transaccional quedan en la base de datos del Banco al cual pertenecen, lo que permite tener un acceso directo, a cualquier hora, generando también ahorro de tiempo y de dinero en el Usuario Financiero.

Otras Instituciones Bancarias deben ofrecer un servicio más inclusivo ya que es esencial en estos tiempos. Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM) el sistema Bancario debe fortificar los canales digitales y apoyar las políticas de aislamiento social con el fin de disminuir la propagación del virus optando por innovadoras e inclusivas mejoras en atención de sus servicios.

³ Plataforma Móvil: considerada para la investigación, debido al auge y la gran penetración en todas las clases sociales, permitiendo el acceso a los servicios financieros móviles, ya que por medio de esta se puede obtener la calificación, quejas o felicitaciones de manera directa por parte del Usuario Financiero

El uso de las aplicaciones ha facilitado el servicio que ofrecen los Bancos y es algo recíproco, por lo cual, el Banco al brindar más servicios por medio de la Banca en Línea mayor captación de clientela obtendrá, ya que el Usuario Financiero busca obtener mejor calidad de vida, aprovechando los recursos que la tecnología le ofrece como la seguridad, rapidez y agilidad en las transacciones Bancarias.

Los Autores consideraron que la herramienta Benchmarking⁴ es oportuna para contrastar los servicios personalizados, permitiendo diferenciar y reflejar las facilidades, tomar en cuenta demás aspectos notables que ofrece el mercado financiero a través de los servicios en línea por Entidad Bancaria.

El Benchmarking aplicado en esta investigación tomó como punto de partida lo siguiente:

1. El 59.45% de la muestra (población encuestada) prefieren realizar sus transacciones a través de su dispositivo celular.
2. El 81% de los encuestados realizan sus transacciones móviles desde su hogar.
3. El Acceso Online (por medio de una computadora) difiere del servicio Bancario ofrecido por medio de la Aplicación Móvil (APP)
4. La Plataforma electrónica de dispositivos móviles, proporciona información relevante a esta investigación debido a la relación directa con los Usuarios Financieros de la Banca en Línea versión Móvil, manifestando las quejas recurrentes de sus clientes por medio de las reseñas a través de la plataforma.

Con base en lo anterior, el Benchmarking competitivo móvil permite mencionar algunos de los servicios que no ha integrado cada Institución Bancaria en esta nueva normalidad, reflejando una oportunidad de mejora en este canal alternativo de atención y satisfacción de necesidades financieras para sus clientes.

⁴ Ver Tabla 6- 6.1 Benchmarking Competitivo en la APP Móvil de los Bancos Comerciales de Honduras

Tabla 6- 6.1 Benchmarking Competitivo Bancos Comerciales de Honduras






Nº	Dispositivo de Acceso	BECHMARKING COMPETITIVO														
1	 Acceso Online	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2	 APP Móvil Disponible 	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3	 Seguimiento Quejas 	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
4	 Fácil instalación APP	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5	 Doble autenticación de ingreso	✗	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓
6	 Inicio de Sesión Biométrico	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✓
7	 Requiere de Token para realizar algunas gestiones en línea	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✓
8	 Giros Nacionales o Servicio Sustituto	✓	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗
9	 Transferencias ACH	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗
10	 Transferencias mismo Banco	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
11	 Gestiones Internacionales	✗	✓	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗
12	 Pago de Servicios Públicos y otros	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✗
13	 Pago de Tarjetas de Crédito	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✓	✗	✗	✗
14	 Asesoría Inmediato por medio de la APP	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✓
15	 Código QR	✗	✗	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
16	 Pago Cita Embajada Americana	✗	✓	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗	✗
17	 Cobro de Remesa a Depósito a Cuenta	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✗	✓	✓	✓	✗	✗	✗	✗

Fuente: Información sustraída de Google Play Store (2020)

Teniendo como base la Plataforma Móvil de Google, se recolectó información valiosa, ya que estas APPs están disponibles a nivel nacional por cada Banco Comercial para los Usuarios Financieros, mismos que contribuyen por medio de sus reseñas a detectar y comunicar los errores recurrentes resaltando aspectos que requieren mejoras, como se muestra a continuación:

Tabla 7- 6.2 *Quejas Recurrentes por medio de la App*

Logo	Banco Comercial	Quejas recurrentes por medio de la APP	Seguimiento de Quejas por medio de la APP
	BAC	Hay que ir a agencia para cobro de remesa Error de autenticación Problemas con el pago de Préstamo Personal No se puede pagar anticipadas las cuotas del Extrafinanciamiento	✓
	FICOHSA	App muy lenta Solo cuenta con 6 bancos para realizar transacciones ACH No se puede pagar en dólares a otros bancos Ocasionalmente las transacciones no son completadas	✗
	ATLÁNTIDA	No puede hacer transacciones ACH (otros bancos) Sistema de parametrización artificial muy ineficiente (No detecta muy bien las órdenes faciales) La APP se reinicia y se borra todo Errores en transacciones	✗
	OCCIDENTE	Transacciones limitadas por día No permite corregir datos cuando se está realizando una transacción Interfaz muy obsoleta No funcionan ciertos botones de opción	✗
	BANPAIS	No cuenta con huella de reconocimiento solo biometrico facial La opción de trasferencias ACH y a terceros causa muchos errores (La app solo sirve para ver movimientos bancarios) No permite realizar pagos en línea, da error Horario Transaccional Restringido	✗
	DAVIVIENDA	Errores frecuentes en las transacciones Error en registros Aplicación se tarda en iniciar No han innovado lo suficiente a comparación a otros bancos	✓
	BANHCAFE	No posee APP en ningún sistema operativo móvil	✗
	LAFISE	Error en las actualizaciones (Mucho cambio de contraseña) No muestra los servicios favoritos Varios intentos para ingresar Atrasos en el envío del Msj de texto para ingresar	✓
	AZTECA	No se puede recuperar la contraseña, sin acceso Mal servicio por medio de la App Botones de opción bloqueados, no son funcionales Falta ingresar transacciones en líneas, solo sirve para revisión de saldo	✗

Logo	Banco Comercial	Quejas recurrentes por medio de la APP	Seguimiento de Quejas por medio de la APP
	FICENSA	No se puede realizar Transferencia ACH, error en envío No se pueden comprar recargas No se pueden pagar Servicios Públicos No tiene autenticación con huella digital	✘
	PROMERICA	No cuentan con autenticación de huella digital Error para acceso a aplicación Piden mucha información sin resolver lo solicitado App muy obsoleta	✘
	BANTRAB	No cuenta con movimientos en dólares a Lempiras o viceversa Error en acceso, solicitud de PIN Solicita mucho cambio de contraseña No se puede ver el saldo actual del préstamo	✘
	POPULAR	Error al ingreso Error en transferencias a Cuentas a Terceros, mismo Banco No realiza conexión entre entidad y usuario No se pueden pagar Servicios Públicos	✘
	BANRURAL	Error de autenticación No existe sincronización entre la app y la agencia (datos suelen ser diferentes cuando se solicitan) Errores frecuentes en la app (app muy lenta) No cuenta con Transferencias ACH	✘

Fuente: Adaptado de Google Play Store (2020)

Esta Plataforma móvil, permite conocer las consideraciones, comportamientos y necesidades manifestadas directamente por el usuario financiero a través de la calificación o la reseña publicada, por lo que, cada Institución debería de utilizar como oportunidad de mejora para el perfeccionamiento en los servicios que ofrece. El Benchmarking reveló que BAC, LAFISE y DAVIVIENDA son los únicos tres (3) Bancos que le dan el seguimiento de quejas a sus clientes, mismos que esperan sea tomada en cuenta su petición para mejorar lo que su Banco de preferencia le ofrece.

Hoy en día, este tema es de mucha importancia ya que permite conocer las acciones perpetradas por las diferentes Instituciones Bancarias de nuestro país, readecuando sus procesos y que aún le falta mejorar para poder brindar un servicio de calidad a través de internet y los múltiples canales de atención que sustituyen la larga fila de espera en la Agencia Física para concretar una transacción.

La Banca en Línea (Móvil) ha sido una aplicación de suma importancia para el Usuario Financiero, permitiendo que con un solo clic se ejecuten muchas transacciones que antes solo asistiendo a una agencia se podían realizar; lamentablemente muchas Instituciones Bancarias no han apreciado las quejas en común de sus clientes y que deben solventar a la brevedad para la satisfacción plena de ellos, cabe mencionar que BANHCAFE no cuenta actualmente con una APP de atención móvil.

Las Reseñas de los Usuarios de la Banca en Línea por medio de la Plataforma Móvil está compuesta por comentarios positivos y negativos, con la diferencia abismal que BAC se posiciona en primer lugar con 29,679, seguido de FICOHSA con 4,827 y LAFISE con 3,143.

El siguiente gráfico revela la valoración directa de los usuarios, las descargas realizadas, sus comentarios por medio de la reseña y la puntuación según su criterio.

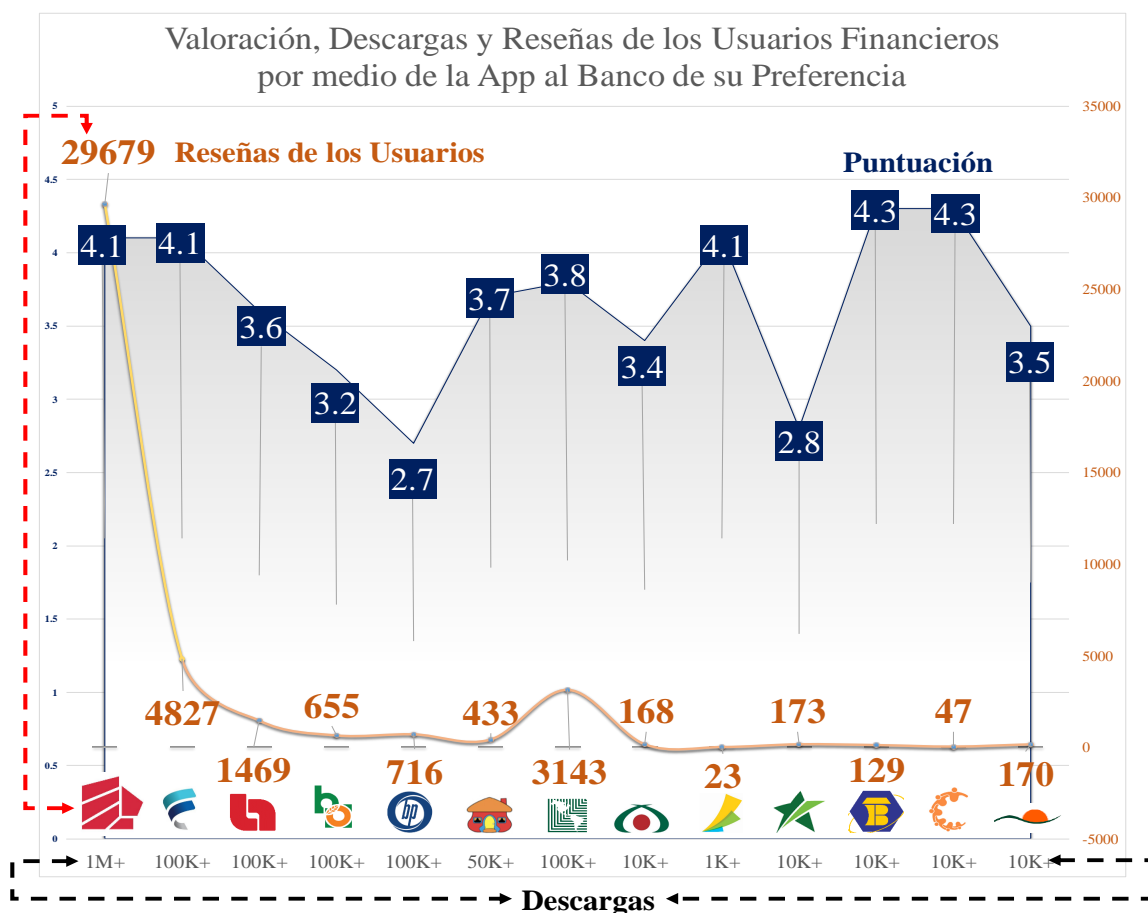


Gráfico 1- 6.1 Valoración de los Usuarios Financieros en Línea Versión Móvil

Fuente: Adaptado de Google Play Store (2020)

En consecuencia, del gráfico anterior, se exponen las Apps Financieras con mayor descarga a nivel nacional y las Apps mejor calificadas por sus usuarios, encontrándose BAC y FICOHSA posicionados nuevamente.

APP CON MÁS DESCARGAS



APP CON MAYOR PUNTUACIÓN



Fuente: Adaptado de Google Play Store (2020)

Observación Representativa: La plataforma refleja que la APP con mayor puntuación es la de Banco de los Trabajadores y Banco Popular, sin embargo, los datos anteriormente mostrados son considerados como despreciables para efectos de este estudio exploratorio, ya que la cantidad de Usuarios y descargas difiere en gran número en comparación con los otros Bancos y esto hace se coloquen en altas posiciones; en tal sentido, la App con mayor puntuación se tomará a partir de BAC, seguido de FICOHSA, debido a que BANTRAB, FICENSA y Banco Popular no contribuyeron con información sustancial esta investigación.

Seguidamente, se muestra la Lista de Éxito en la Categoría Finanzas, misma que representa el posicionamiento de las Aplicaciones Bancarias Móviles Financieras de Honduras y sus productos sustitutos, según la Plataforma de Google:

Tabla 8- 6.3 Lista de Éxito "Apps Móviles Financieras"

Logo	Aplicación Móvil	Posición
	TIGO MONEY	1
	BANCATLAN MOVIL	2
	OCCIDENTE	3
	TOKEN BANCATLAN	4
	BAC	5
	TENGO	6
	CÓDIGO BAC	7
	PAYPAL	8
	FICOHSA	9
	DAVIVIENDA	10
	BANPAÍS	12
	BANRURAL	15
	AZTECA	18
	LAFISE	20
	BANTRAB	23
	PROMERICA	33
	POPULAR	49

Fuente: Adaptado de Google Play Store (2020)



Diagnóstico Exploratorio sobre el Nivel de Satisfacción de los Usuarios en la Banca en Línea en la Nueva Normalidad



A continuación, se procede con los resultados obtenidos por medio de la encuesta implementada en esta Investigación que toma como base muestral la recolección de 120 encuestas aplicadas a individuos que son clientes del Sistema Financiero.

El total de encuestas empleadas asciende a 222 unidades, obteniendo como resultado que:



1. 155 personas sí eran Usuarios Financieros de la Banca en Línea lo que corresponde al 70% de la muestra total y,

2. El 30% restante de Usuarios Financieros, conformada por 67 personas aún no forman parte activa del servicio electrónico que ofrecen las entidades Bancarias.

6.1 Variables

6.1.1. Datos Socioeconómicos

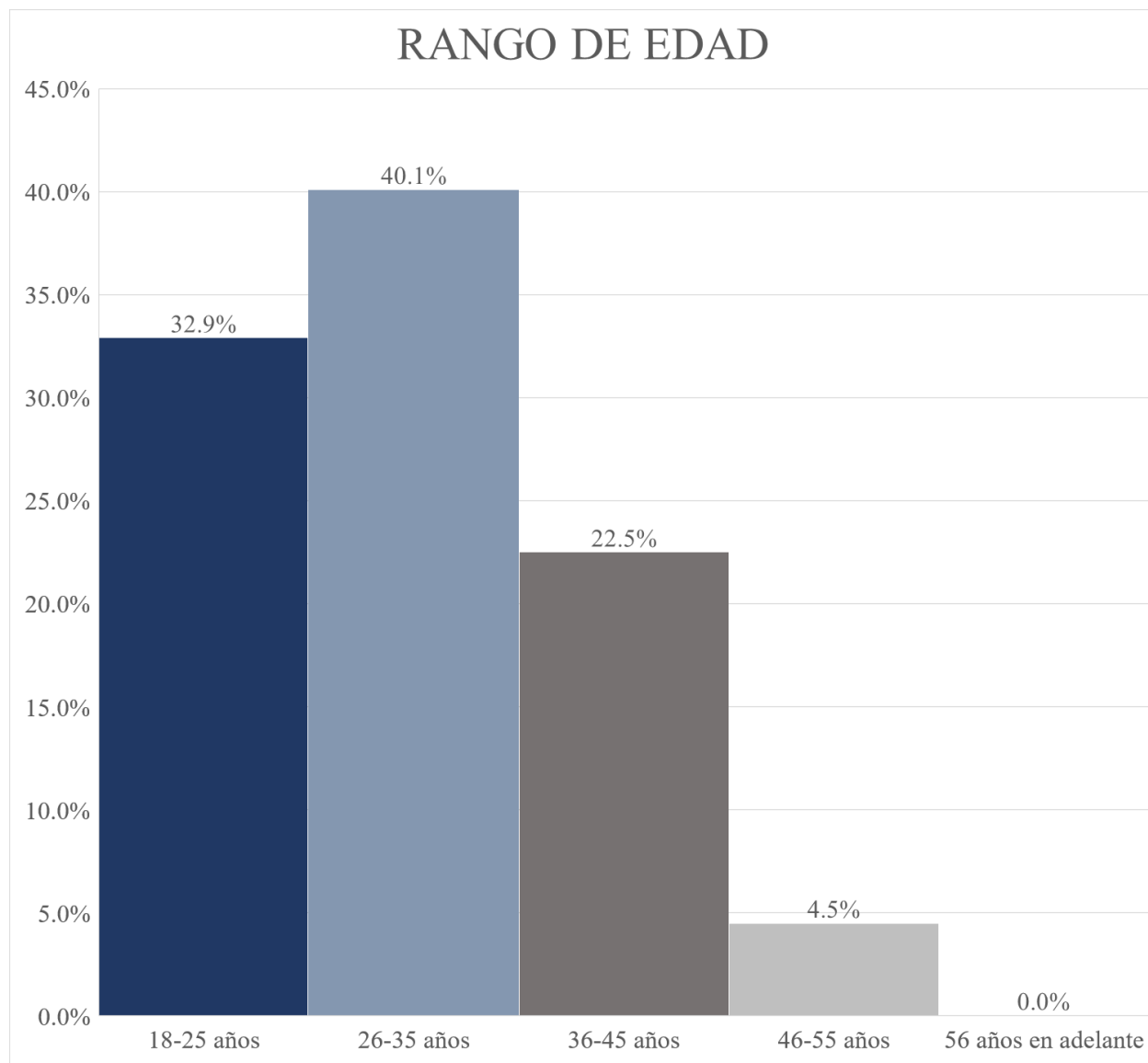


Gráfico 2- 6.2 Rango de Edad

Análisis Descriptivo: En base a la muestra seleccionada, la cual es representativa de la población, se muestra mediante el presente gráfico de frecuencias, los datos que revelaron el rango de edad mayoritario, que son los jóvenes de 26 a 35 años y no contamos con Usuarios Financieros en línea mayores de 56 años, por lo que se puede concluir que la mayoría de los usuarios de la Banca en Línea son adultos de 18 a 35 años de edad.

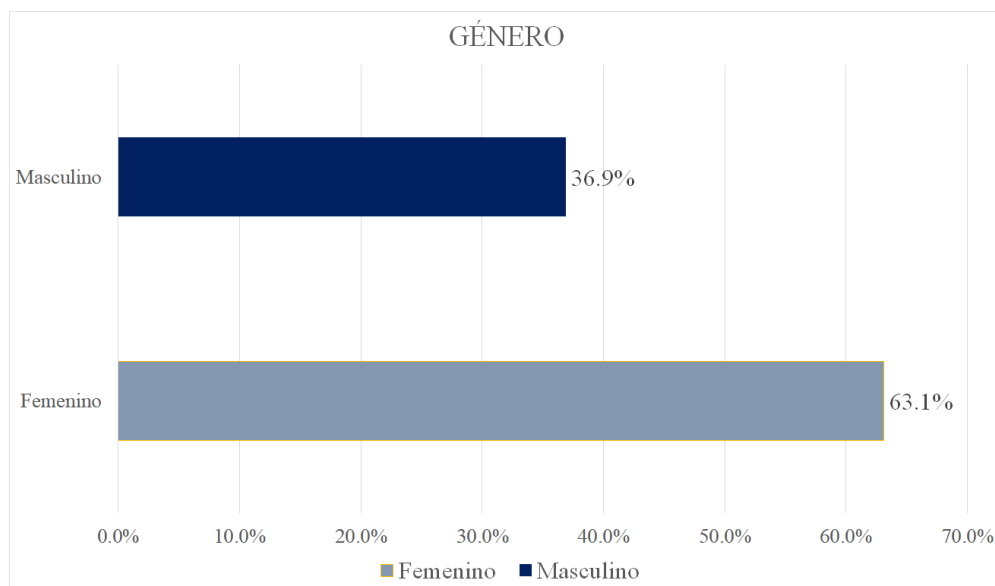


Gráfico 3- 6.3 Género

Análisis Descriptivo: En base a la muestra representativa de la población, la mayor cantidad de personas encuestadas según previos cálculos fue para el género femenino.

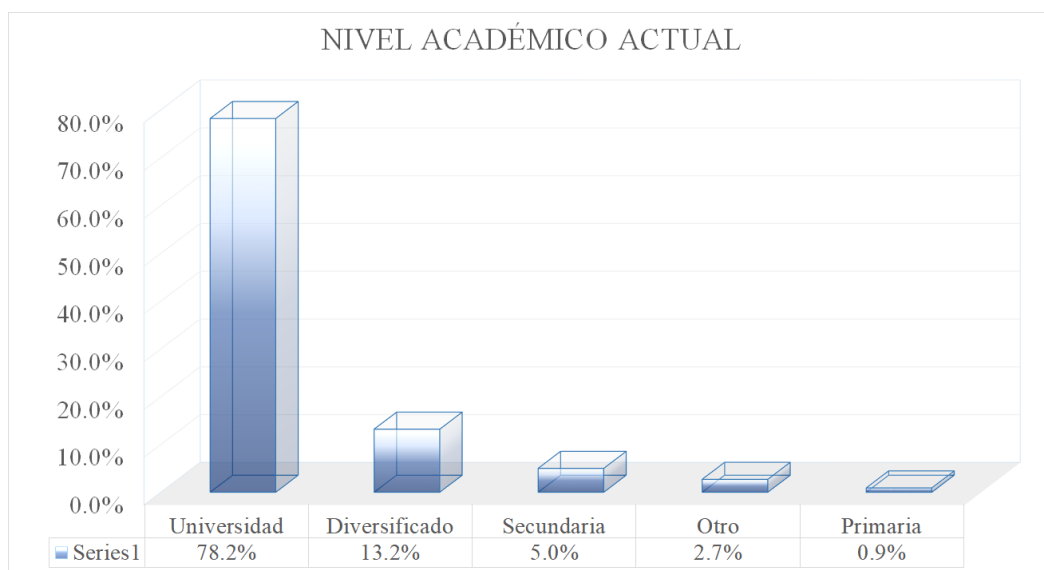


Gráfico 4- 6.4 Nivel Académico Actual

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada el nivel académico predominante es el universitario seguido del diversificado, por lo que podemos concluir que la mayoría de los usuarios de la Banca en Línea poseen un nivel de estudio mayor al diversificado.

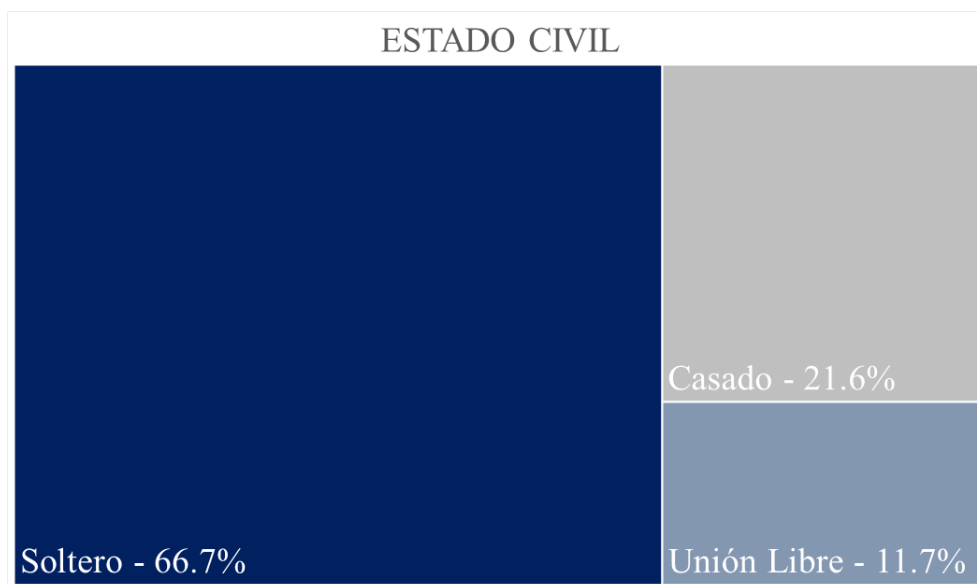


Gráfico 5- 6.5 Estado Civil

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayor cantidad de personas fueron las solteras, seguidas por personas casadas y finalmente en un tercer lugar las de unión libre.

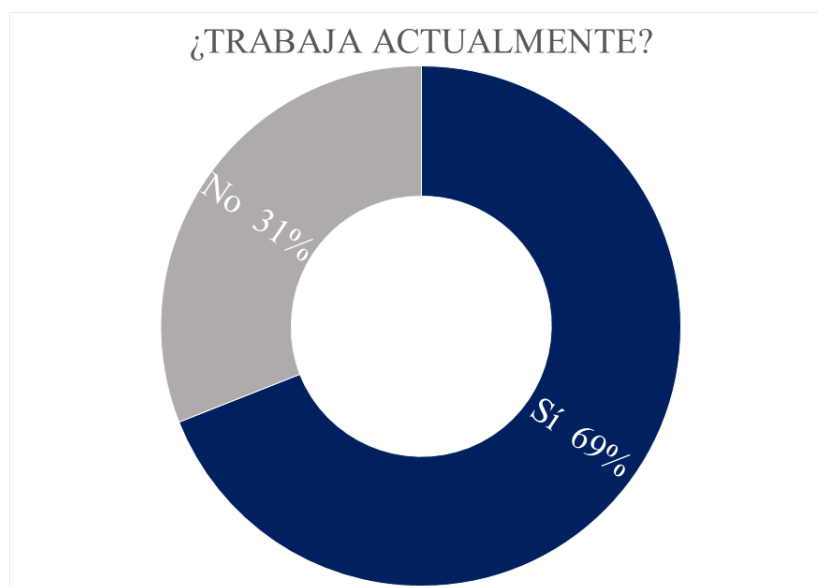


Gráfico 6- 6.6 Estatus Laboral

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada la mayoría de las personas si está trabajando actualmente.

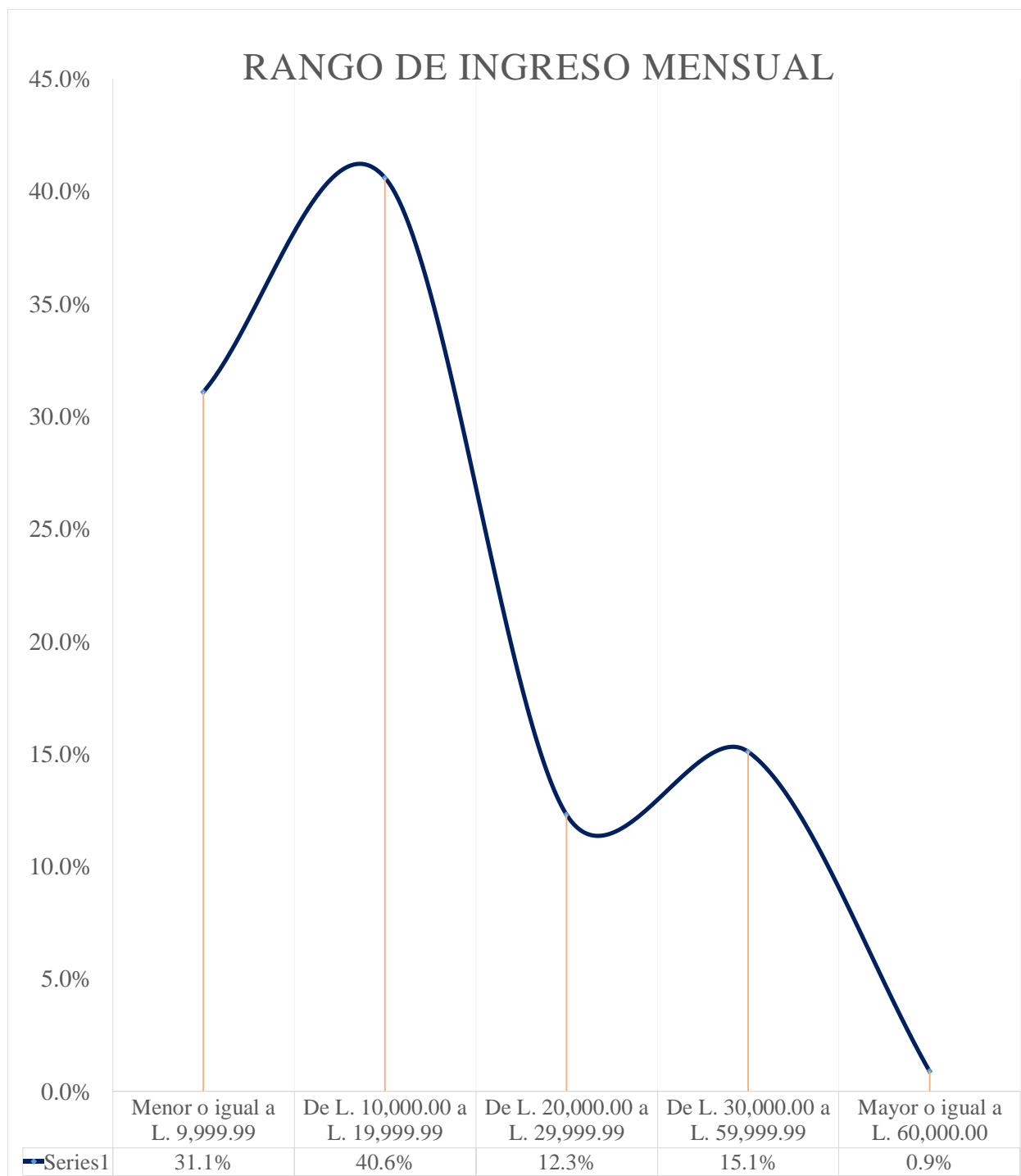


Gráfico 7- 6.7 Rango Ingreso Mensual

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada el ingreso familiar predominante se encuentra en el rango de L. 10,000.00 a L. 19,999.99, podemos concluir que la mayoría de los encuestados tiene un ingreso entre 1.00 y 19,999.00 lempiras.

6.1.1.1. Resumen Variable Socioeconómico de los Usuarios Financieros

El Componente Socioeconómico refleja la posición del cliente dentro de una estructura social y demográfica, asimismo, condiciona la percepción de los Usuarios Financieros; a través de esta variable se recopiló información como: Rango Edad, Género, Nivel Académico, Estado Civil, Estatus Laboral y Rango de Ingreso Mensual.

Tabla 9- 6.4 Extracto Variable Socioeconómico



Datos Relevantes de la Variable	
Socioeconómico	
Rango de Edad	El 40.1% de la población encuestada corresponde a 26 a 35 años.
Género	El 63.1% corresponde al Género Femenino.
Nivel Académico	El 78.2% tiene un grado académico universitario.
Estado Civil	El 66.7% son Solteros.
Estatus Laboral	El 69% de la población sí trabaja.
Rango de Ingreso Mensual	El 40.6% posee ingresos el L. 10,000.00 a L. 19,999.99

6.1.2. Variable Usuario

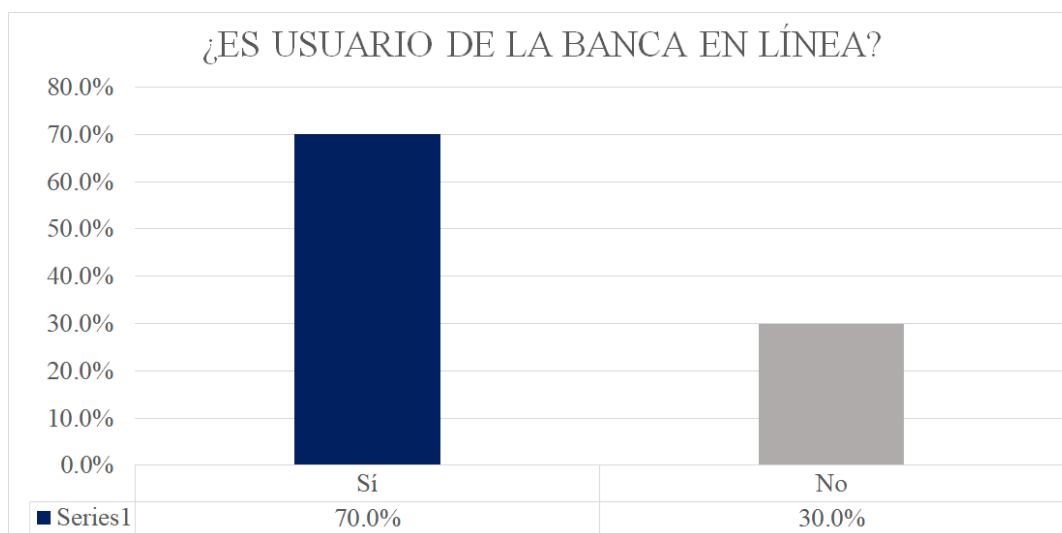


Gráfico 8- 6.8 Población correspondiente a Usuarios de Banca en Línea

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayor cantidad de personas son Usuarios de la Banca en Línea.

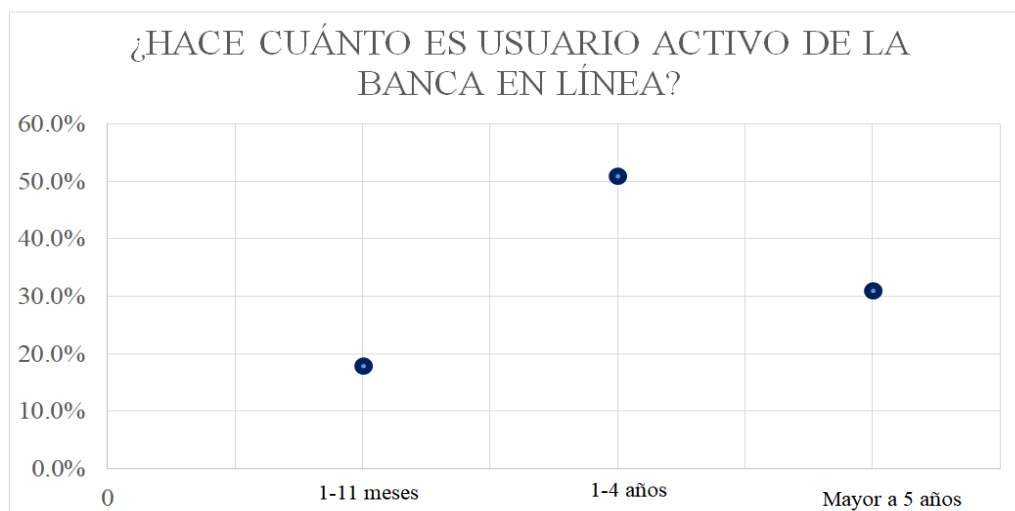


Gráfico 9- 6.9 Histórico Usuario Activo de la Banca en Línea

Análisis Descriptivo: Los datos recolectados en la encuesta, revelan que en su mayoría (aprox. 82%) de los usuarios tiene más de un año de utilizar los servicios financieros en línea, aunque una significativa proporción (52%) se encuentra entre 1 y 4 años. Las respuestas obtenidas también revelan que en el último año la demanda por este servicio creció en un 18%.

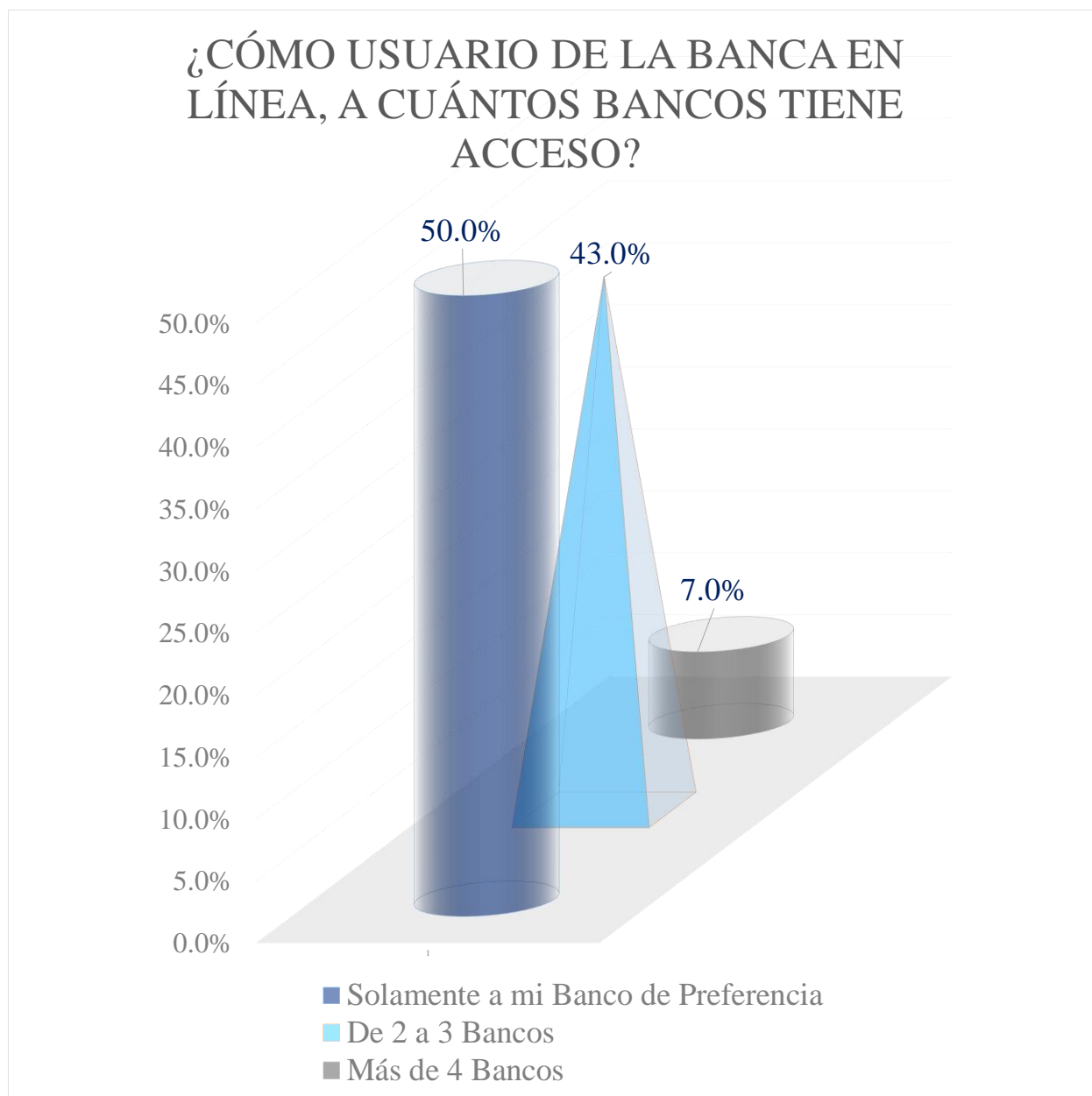


Gráfico 10- 6.10 Acceso Banca en Línea de los Usuarios

Análisis Descriptivo: Se logró conocer que la mayoría de la muestra en un 50% hace uso solo de los servicios que ofrece el Banco de su preferencia.

Las respuestas obtenidas también revelaron que la otra mitad de los usuarios encuestados posee acceso y hace uso de más de un Banco a la hora de utilizar los servicios de la Banca en Línea.



Gráfico 11- 6.11 Bancos de Acceso de los Usuarios a la Banca en Línea

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada en el Distrito Central, la mayor cantidad de personas tienen acceso a la Banca en Línea con preferencia bancaria liderando BAC, FICOHSA, BANCATLAN, DAVIVIENDA y BANCOCCI.

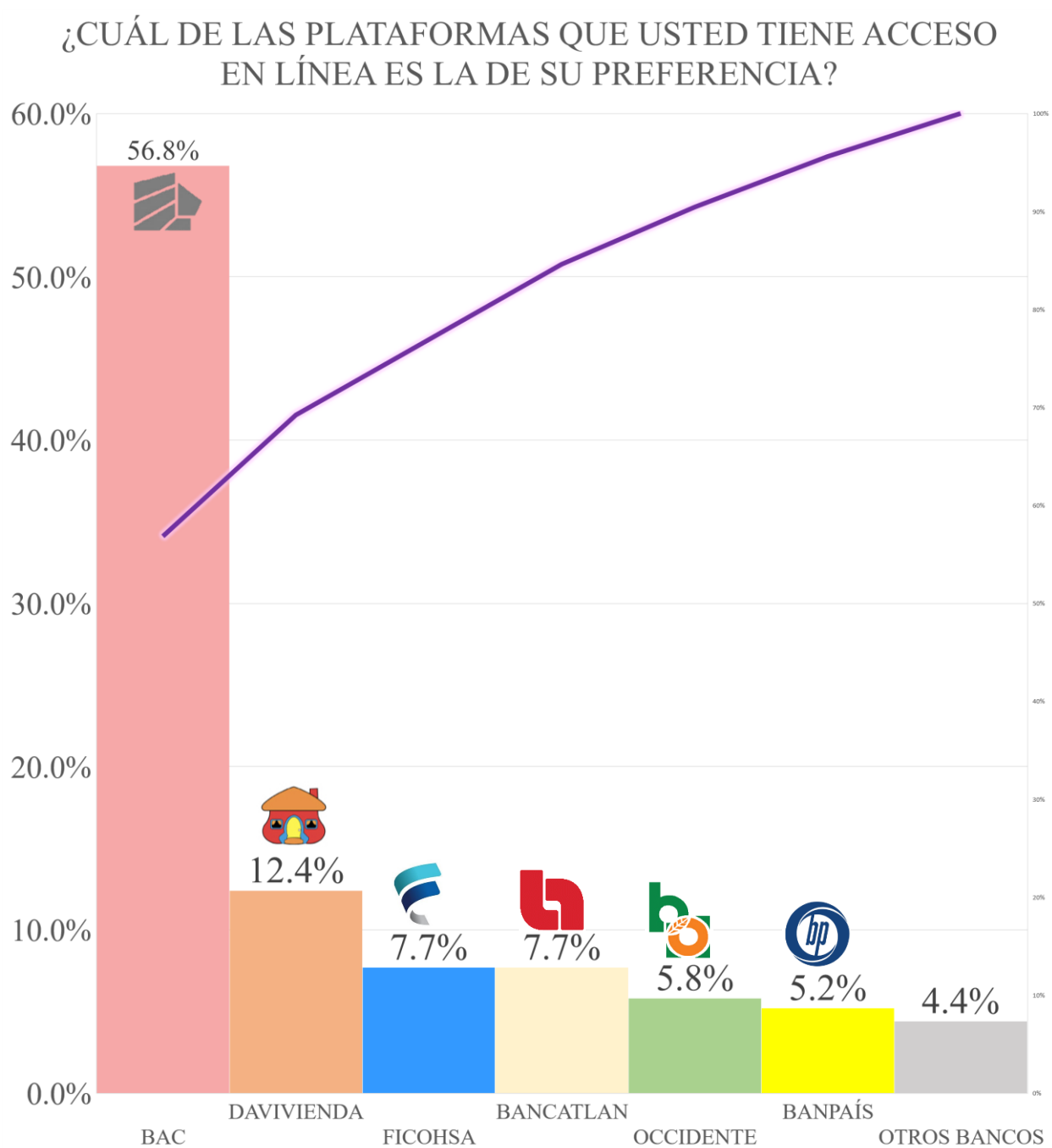


Gráfico 12- 6.12 Preferencia Bancaria del Usuario Financiero en Línea

Análisis Descriptivo: Se puede visualizar que la plataforma de mayor preferencia corresponde a BAC, como segundo lugar indicaron a DAVIVIENDA, seguido por FICOHSA, a través de la encuesta se logró conocer las diferentes plataformas que no están siendo de mayor preferencia para sus usuarios.

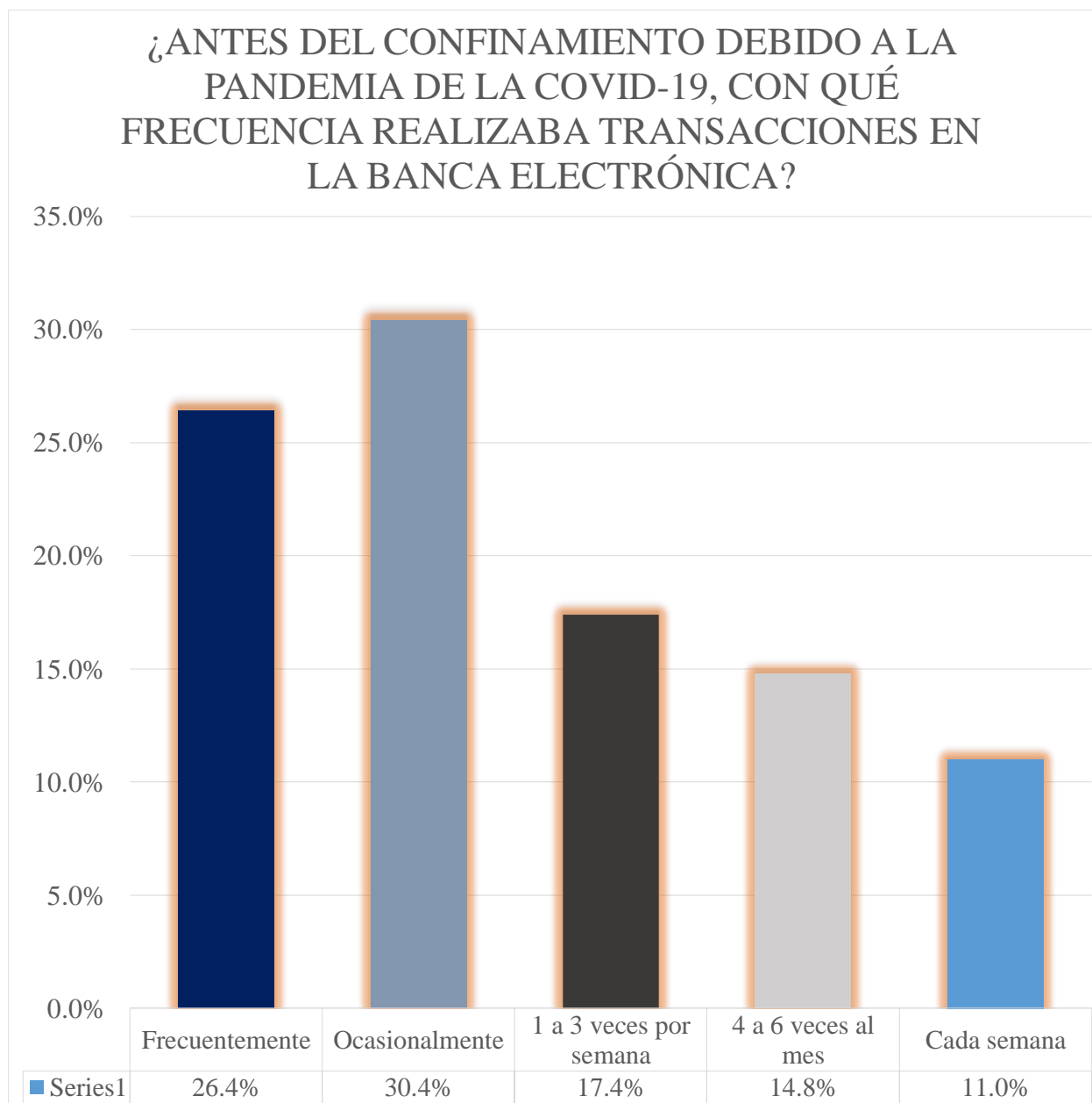


Gráfico 13- 6.13 Frecuencia de Uso en la Banca en Línea Antes de la Pandemia

Análisis Descriptivo: Antes del confinamiento, los encuestados expresaron que realizaban ocasionalmente sus transacciones por medio de la Banca en Línea, evidenciando que el uso de la Banca tradicional era el predominaba anteriormente; los datos revelan que debido a la nueva normalidad la Banca en Línea ha tenido una mayor demanda de parte de los usuarios.

6.1.2.1. Resumen Variable Usuario

Esta sección manifiesta los antecedentes del uso del Servicio Bancario en Línea por cada Usuario Financiero, integrando información como: Antigüedad del Usuario, Acceso a cuentas Bancarias, Banco con mayor acceso, Plataforma de preferencia por el Usuario y Frecuencia de uso antes de la Pandemia de la COVID-19.

Tabla 10- 6.5 Extracto Variable Usuario



Datos Relevantes de la Variable	
Usuario	
Usuarios Activos en Línea	El 70% de los encuestados.
Antigüedad de los Usuarios	El 82% posee una antigüedad mayor a 1 año.
Número de Acceso Bancario de los Usuarios	El 50% posee acceso únicamente en el Banco de su preferencia.
Bancos con Mayor Acceso	El 35.3% prefiere BAC, 15.6% corresponde a FICOHSA y ATLÁNTIDA con 14.2%
Plataforma Bancaria de Mayor Preferencia	El 56.8% prefiere BAC, 12.4% corresponde a DAVIVIENDA y FICOHSA con ATLÁNTIDA con 7.7%
Frecuencia de Uso antes de la COVID-19	El 30.4% manifestó que Ocasionalmente utilizaban los Servicios Bancarios en Línea.

6.1.3 Variable Tecnología

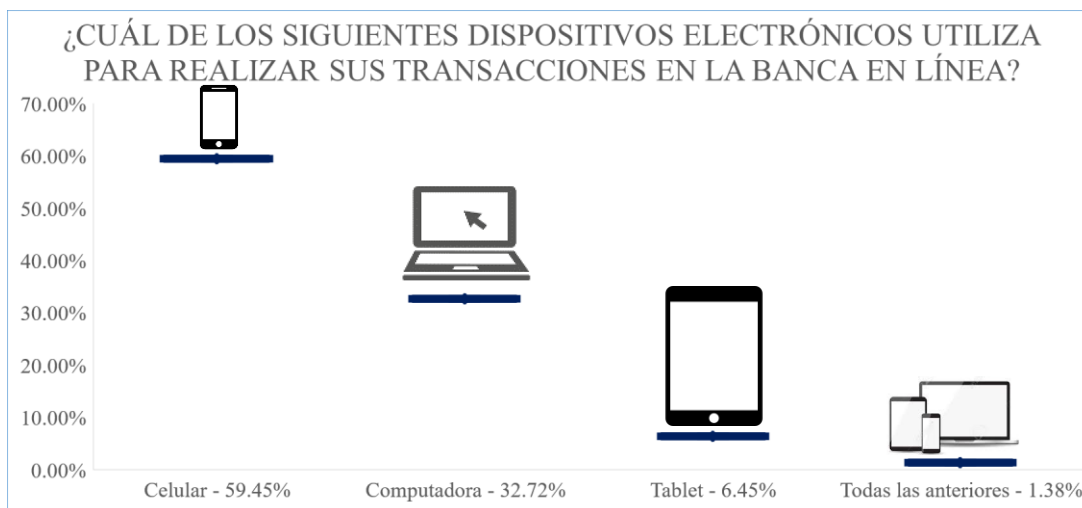


Gráfico 14- 6.14 Dispositivos de Acceso para el Uso de la Banca en Línea

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayor cantidad de personas se conectan a través de un dispositivo celular para realizar las gestiones por medio de la Banca en Línea, seguido de la computadora como segundo dispositivo predilecto.

¿ACTUALMENTE, DESDE QUÉ LUGAR SE CONECTA USTED CON MÁS FRECUENCIA PARA REALIZAR TRANSACCIONES EN LA BANCA EN LÍNEA?

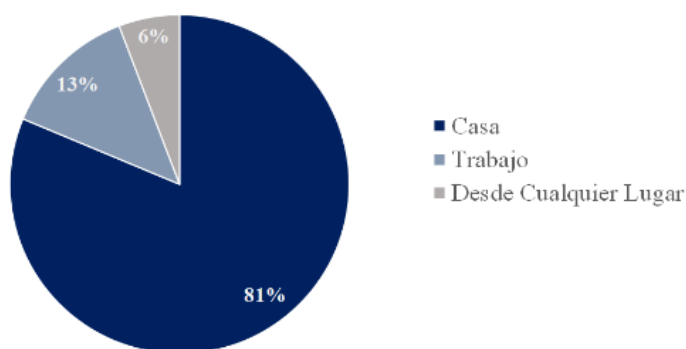


Gráfico 15- 6.15 Frecuencia de Conexión de los Usuarios de la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: Según los datos que la encuesta reveló, los usuarios prefieren conectarse desde su casa para realizar las gestiones mediante la Banca en Línea, seguido del segundo lugar que es el Trabajo.

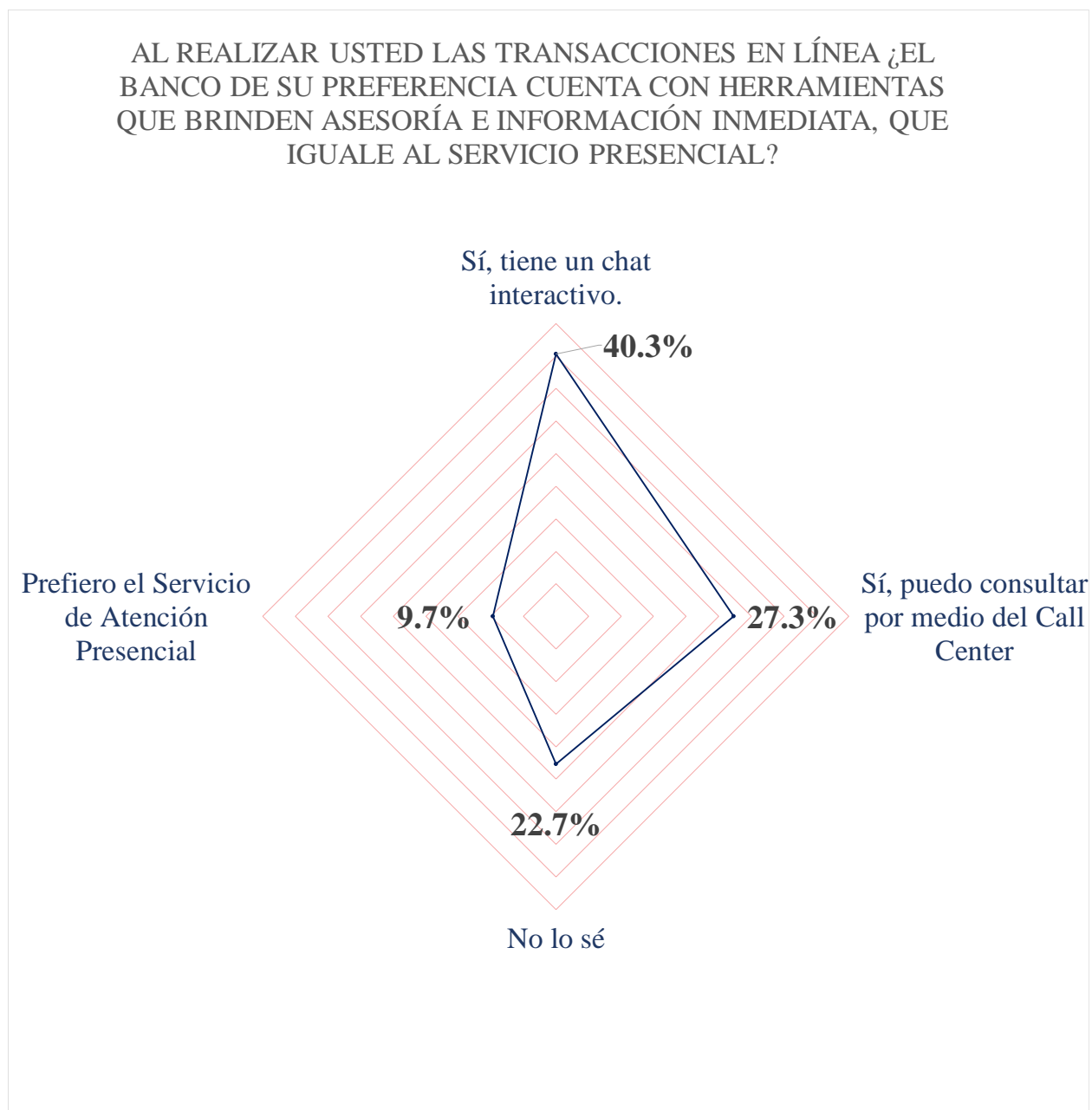


Gráfico 16- 6.16 Percepción del Usuario Sobre la Asesoría que su Banco en Línea le brinda.

Análisis Descriptivo: Se logró conocer que la mayoría de la muestra afirma que por medio del chat interactivo reciben asesoría inmediata y en segundo lugar por medio del Call Center. Asimismo, los datos revelan que un 23% de la muestra no está enterado de las herramientas que el Banco de su preferencia pone a su disposición, para poder brindar asistencia a través de la plataforma en línea.

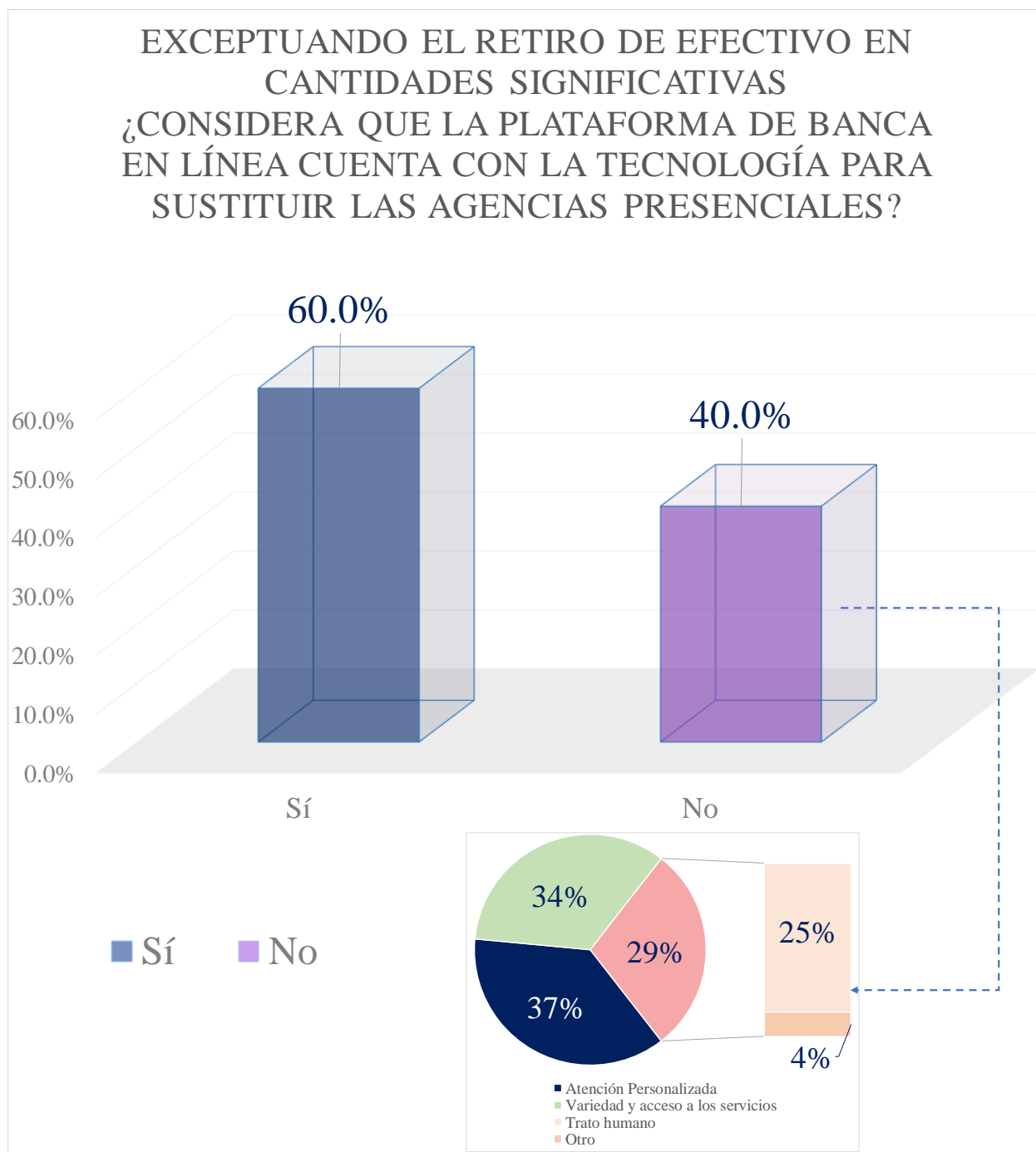


Gráfico 17- 6.17 Percepción del Usuario sobre la Sustitución de las Agencias Presenciales vrs. Virtuales por medio de la Tecnología.

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, en su mayoría consideran que por medio de las plataformas en línea pueden sustituir a las agencias presenciales por medio de la tecnología.

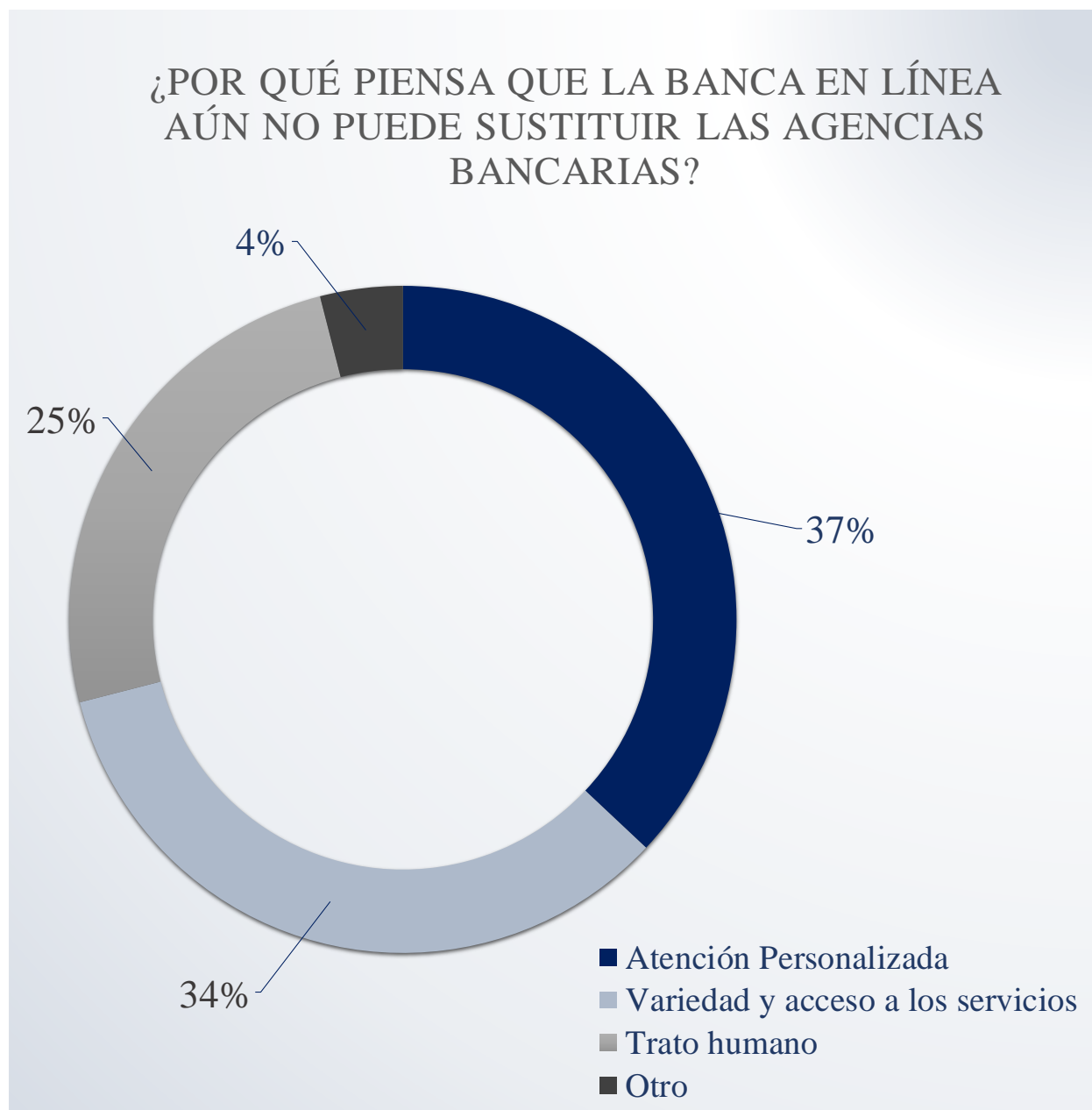


Gráfico 18- 6.18 Percepción del Usuario sobre el Servicio Presencial.

Análisis Descriptivo: El 40% de la población entrevistada que consideró que la Tecnología no podía sustituir a las agencias presenciales, determinó que el 37% se debe a una Atención Personalizada, el 34% por la Variedad y Acceso a los servicios, el 25% por el Trato Humano y un 4% dispuso que por otras razones, por lo que para el 40% del total de la muestra, la atención personalizada, la variedad y acceso en los servicios deben ser contenidos de mejora en las plataformas en línea y de esta manera recibir un servicio que iguale o supere al presencial.

6.1.3.1. Resumen Variable Tecnología

Este conjunto recopila la apreciación del Usuario Financiero en el uso de la Banca en Línea a través de la Tecnología, permitiendo conocer el Dispositivo de Conexión y Lugar de Preferencia, la interacción con las Herramientas de Asesoría Inmediata ofrecidas por la Institución Bancaria para consultas simulando una atención presencial y otros aspectos relevantes.

Tabla 11- 6.6 Extracto Variable Tecnología



Datos Relevantes de la Variable	
Tecnología	
Dispositivo de Preferencia	El 59.45% prefiere realizar sus transacciones por medio del dispositivo móvil.
Conexión de Preferencia	El 81% realiza sus transacciones desde su hogar.
Conocimiento sobre herramientas de asesoría inmediata que ofrece el Banco de su preferencia que iguale la atención presencial.	El 40.3% de la población utiliza el chat interactivo que ofrece el Banco de su preferencia, el 27.3% realiza sus consultas por llamada y el 22.7% desconoce sobre las herramientas.
Criterio de los Usuarios Financieros sobre el uso y reemplazo de la atención presencial a través de la Tecnología.	El 60% de la Muestra de la Población considera que el Banco de su preferencia cuenta con la tecnología para sustituir la atención presencial.
Aspectos Relevantes para el Usuario Financiero en la atención presencial que no sustituirá la tecnología.	Del 40% restante de la muestra, que considera que el Banco de su preferencia no cuenta con la tecnología para sustituir la atención presencial

6.1.4. Variable Servicio al Cliente

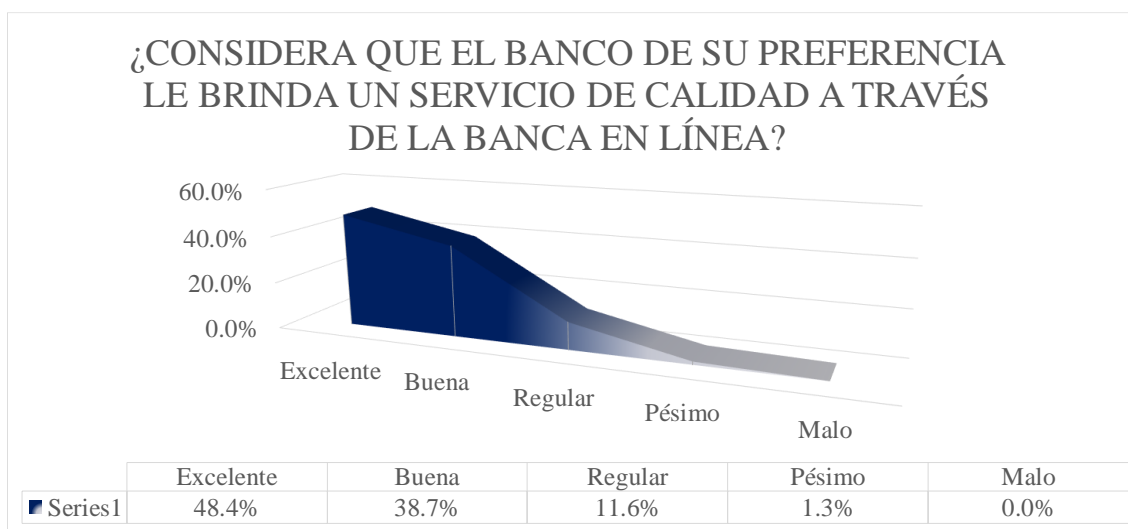


Gráfico 19- 6.19 Valoración del Usuario sobre el Servicio de la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: Con base a la muestra representativa de la población, la mayor cantidad de personas encuestadas, considera que el Servicio Recibido por medio de la Banca en Línea, sí es de calidad.

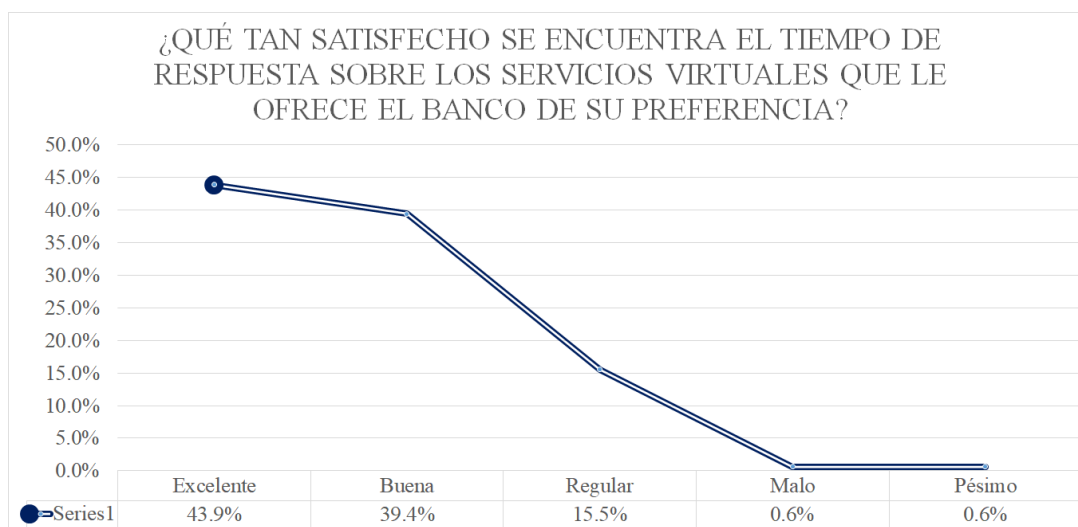


Gráfico 20- 6.20 Valoración del Usuario sobre el Tiempo de Respuesta de la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: La muestra representativa de la población determinó que consideran que el Tiempo de Respuesta que le ofrece el Banco de su preferencia es Excelente 43.9%, Buena con un 39.4% sumando así un total de aceptación de un 83.3%

¿CUÁL DE ESTOS ASPECTOS CONSIDERA USTED MÁS RELEVANTE AL UTILIZAR LA BANCA EN LÍNEA?

- Facilidad en el Acceso - 41.3%
- Variedad en el Servicio - 26.5%
- Disponibilidad de Horario - 17.4%
- Credibilidad Bancaria - 14.8%

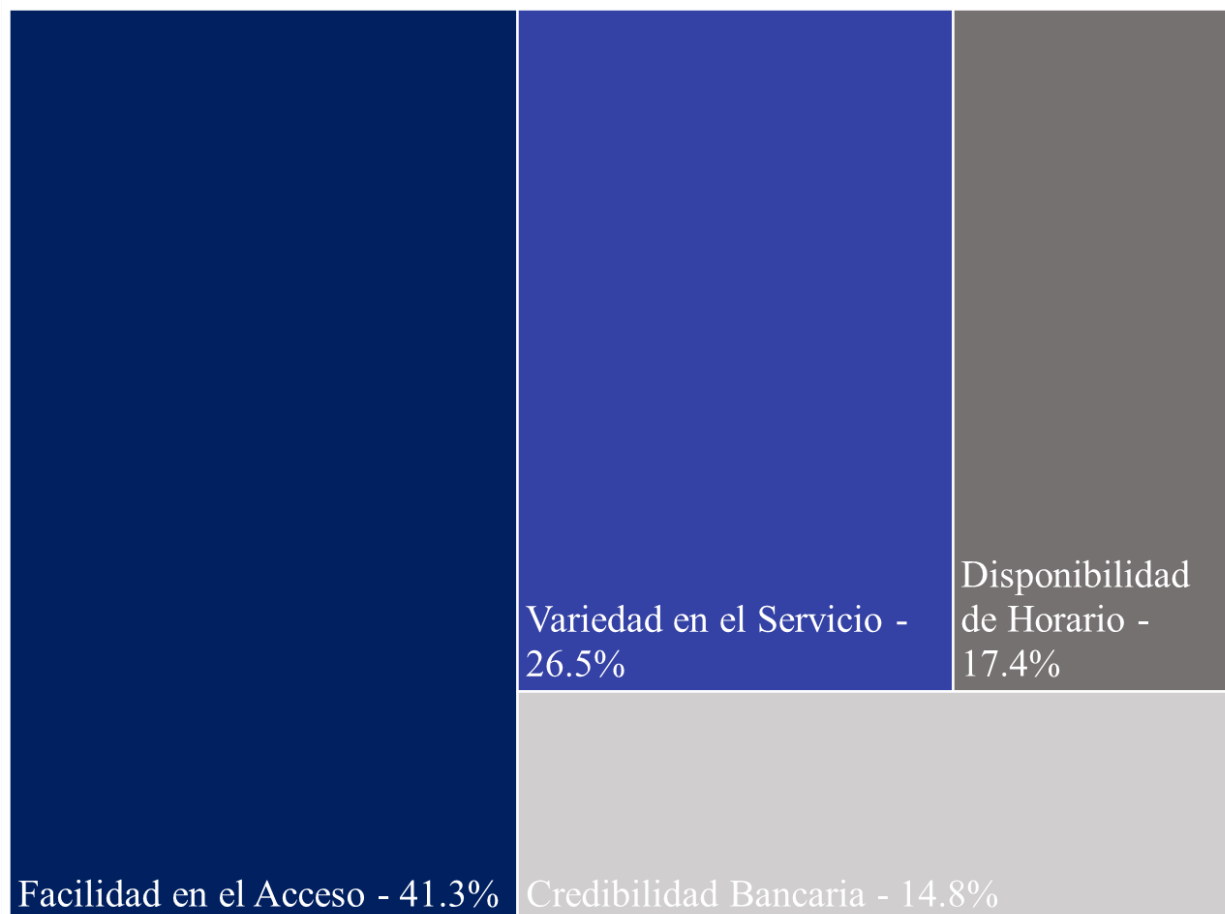


Gráfico 21- 6.21 Aspecto Relevante para el Usuario en el uso de la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: La muestra representativa de la población determinó, que consideran de gran relevancia en el uso de la Banca en Línea la Facilidad en el Acceso en la plataforma, conociendo así que para el cliente este es uno de los aspectos más importantes, seguido de la variedad en el servicio, donde los usuarios buscan poder satisfacer su necesidad transaccional por medio de estos medios, como tercer lugar la muestra indico que es importante que el Banco tenga una disponibilidad de horario, también la muestra revelo que consideran un factor relevante la credibilidad Bancaria que su Banco de preferencia puede ofrecerle.

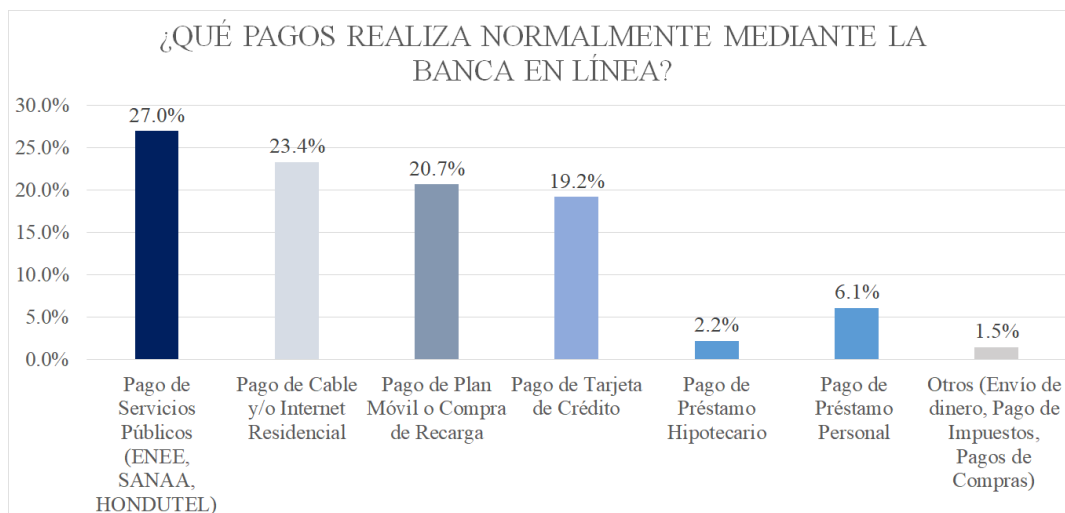


Gráfico 22- 6.22 Pagos Frecuentes por medio de la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayor cantidad de personas utiliza la Banca en Línea para realizar el Pago de Servicios Públicos.

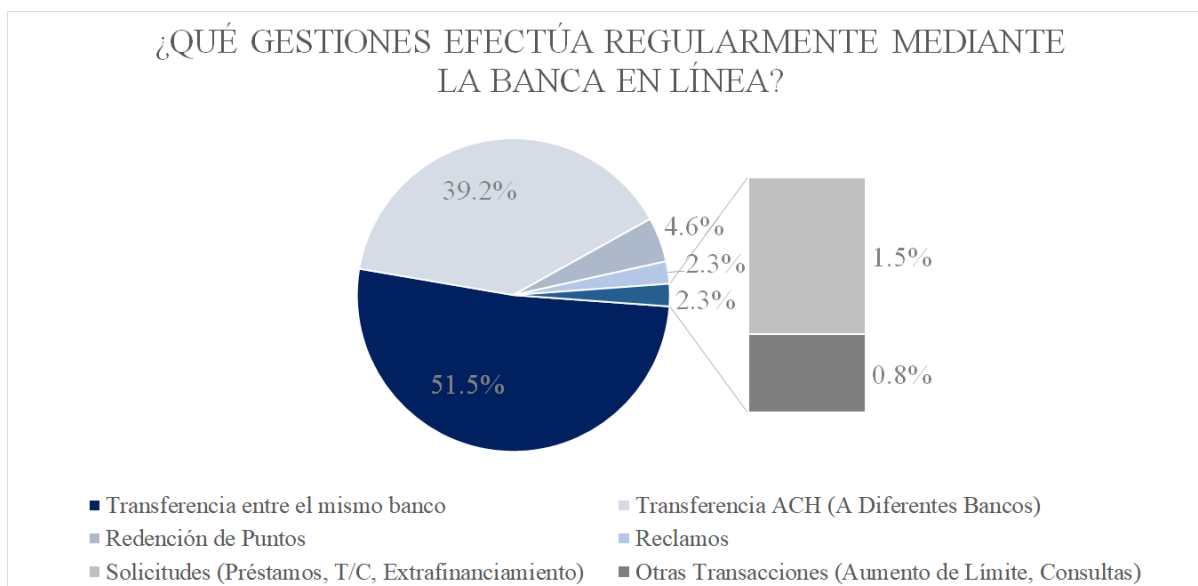


Gráfico 23- 6.23 Gestiones Frecuentes por medio de la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: Según los datos que la encuesta reflejó, es que la mayoría de los usuarios que realizan sus transacciones corresponden al Banco de su preferencia, predominando Transferencias en el mismo Banco, seguido de las Transferencias ACH.

6.1.4.1. Resumen Variable Servicio al Cliente

Esta variable manifiesta la valoración percibida y otorgada por el Usuario Financiero en cuanto a Calidad y satisfacción de necesidades en el uso de los Servicios Bancarios en Línea.

Tabla 12- 6.7 Resumen Variable Servicio al Cliente



Datos Relevantes de la Variable	
Servicio al Cliente	
Valoración del Servicio de Calidad en Línea	El 48.4% considera Excelente el Servicio de Calidad que su Banco le ofrece.
Valoración del Tiempo de Respuesta Bancario	El 43.9% considera Excelente el tiempo de respuesta sobre los servicios de la Banca en Línea.
Aspectos Relevantes para los Usuarios	El 41.3% considera de mayor relevancia la Facilidad de Acceso que el Banco de preferencia le ofrece, y el 26.5% la Variedad en el Servicio.
Pagos de mayor frecuencia realizados por los Usuarios	El 27% realiza pagos de Servicios Públicos por medio de la Banca en Línea.
Transacciones de mayor Frecuencia realizados por los Usuarios	El 51.5% efectúa Transferencias Bancarias en el mismo Banco.

6.1.5. Variable Seguridad y Confianza

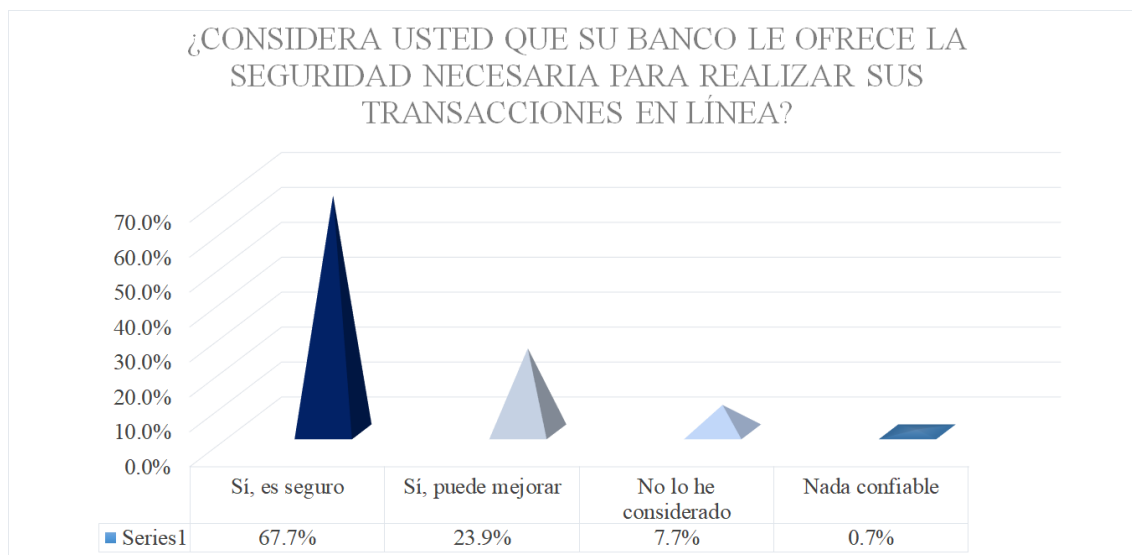


Gráfico 24- 6.24 Valoración del Usuario sobre la Seguridad que ofrece la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: Según los datos que la encuesta mostró, los usuarios consideran que el Banco de su preferencia le ofrece seguridad por medio de sus transacciones en línea, pero la otra mayoría manifiesta que su Banco puede mejorar.

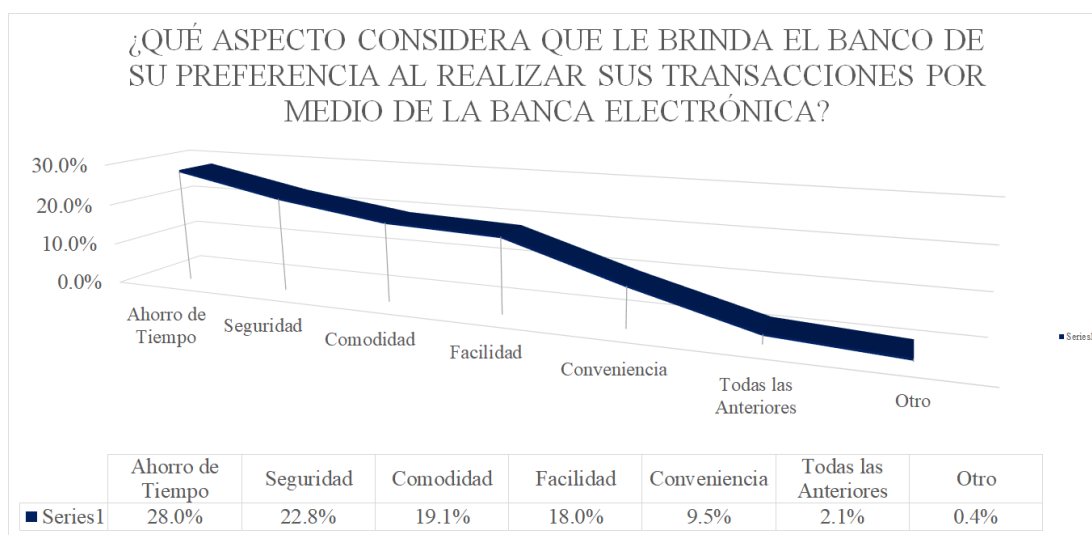


Gráfico 25- 6.25 Aspecto de Preferencia para el Usuario en el Uso de la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: Los usuarios de la Banca en Línea, consideran que el uso de esta herramienta le proporciona Ahorro de Tiempo, Seguridad y Comodidad; asimismo, una mayor facilidad a la hora de hacer uso de las plataformas bancarias.

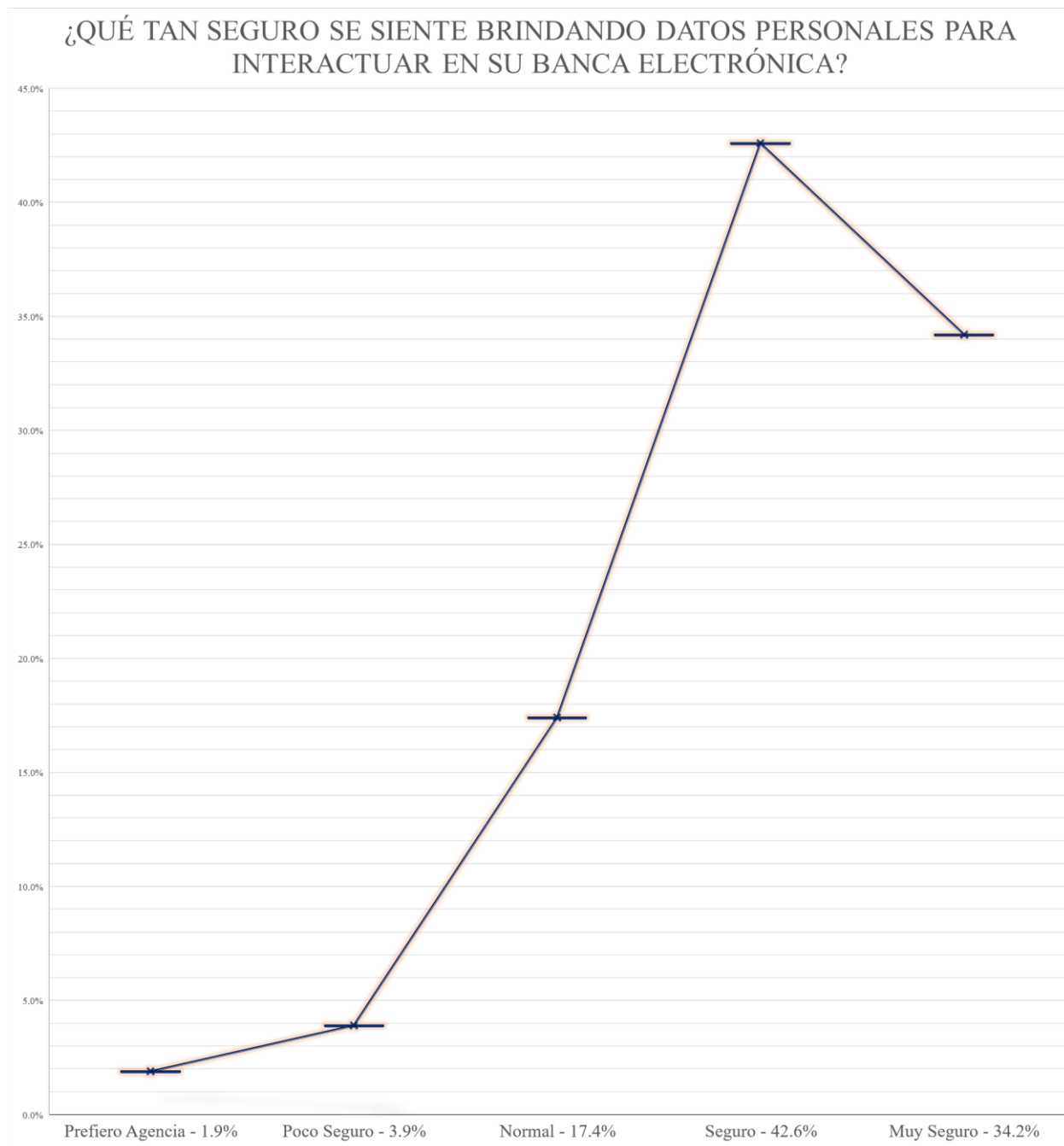


Gráfico 26- 6.26 Percepción del Usuario al brindar Datos Personales en la Banca Electrónica.

Análisis Descriptivo: La mayoría de la muestra en un 42.6% reveló que se siente segura a la hora de brindar datos personales por medio de la Banca en Línea, seguido de las personas que consideran Muy Seguro.

6.1.5.1 Resumen Variable Seguridad y Confianza

Este conjunto de elementos genera un entorno de satisfacción a los clientes, en este caso, los Usuarios Financieros evaluaron sobre los Aspectos Relevantes al hacer uso de la Banca en Línea de su preferencia.

Tabla 13- 6.8 Extracto Variable Seguridad y Confianza



Datos Relevantes de la Variable	
Seguridad y Confianza	
Percepción del Usuario sobre la Seguridad	El 67.7% considera que su Banco es Seguro
Aspectos Relevantes para los Usuarios	El 28% considera que su Banco le brinda Ahorro de Tiempo en las Transacciones que realiza.
Seguridad al Brindar Datos Personales	El 42.6% siente la Confianza y Seguridad de brindar sus datos personales por medio de las Plataformas en Línea

6.1.6. Variable Innovación

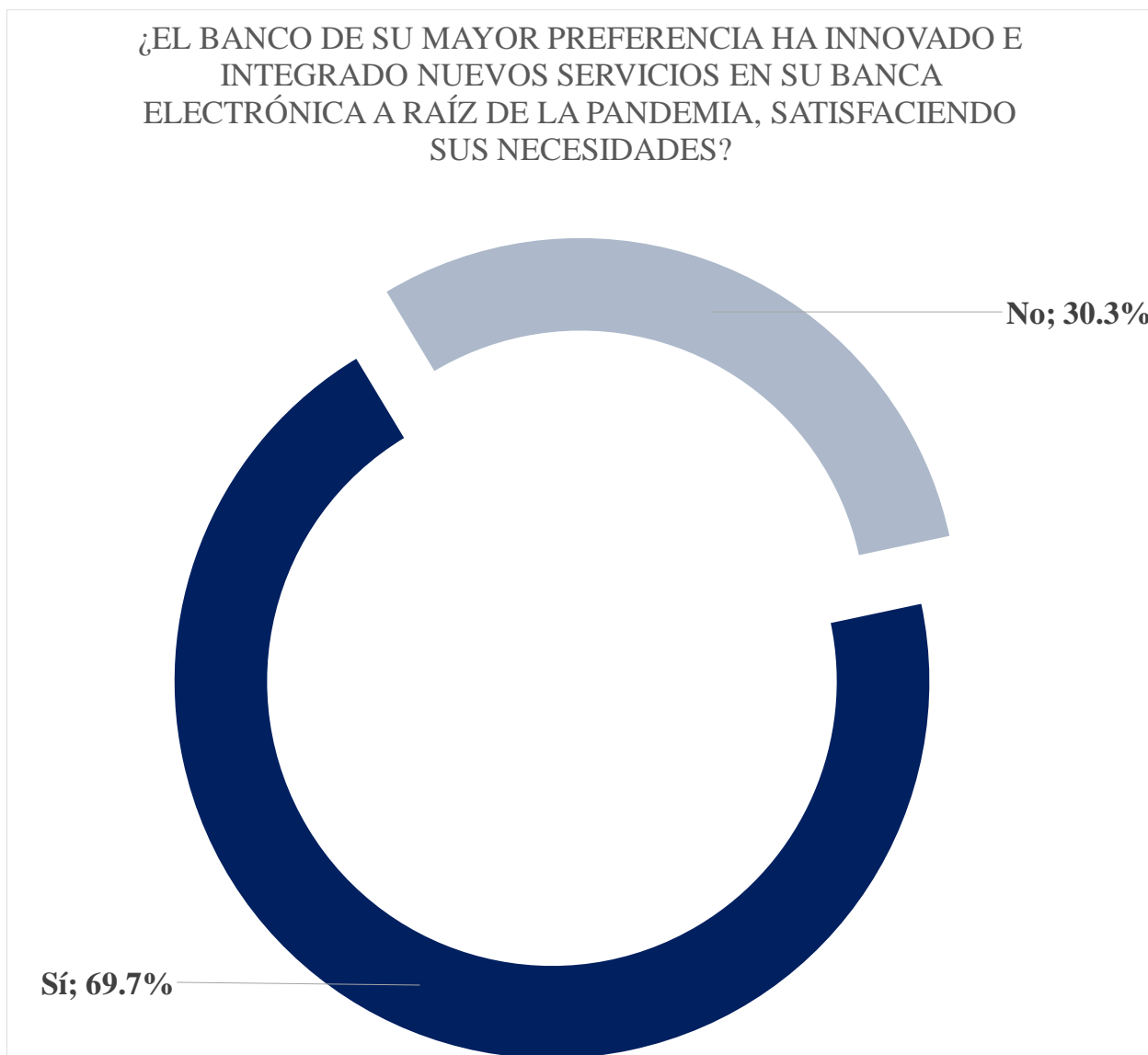


Gráfico 27- 6.27 Valoración del Usuario en Innovación y Satisfacción de Necesidades.

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayoría de las personas afirma que su Banco sí ha innovado e integrado nuevos servicios en las plataformas en línea, satisfaciendo sus necesidades en estos tiempos de confinamiento.

Por lo que, se concluye que la mayoría de los Bancos si han readecuado sus plataformas digitales para seguir brindando un servicio de calidad con el apoyo de la innovación en las sucursales en línea.

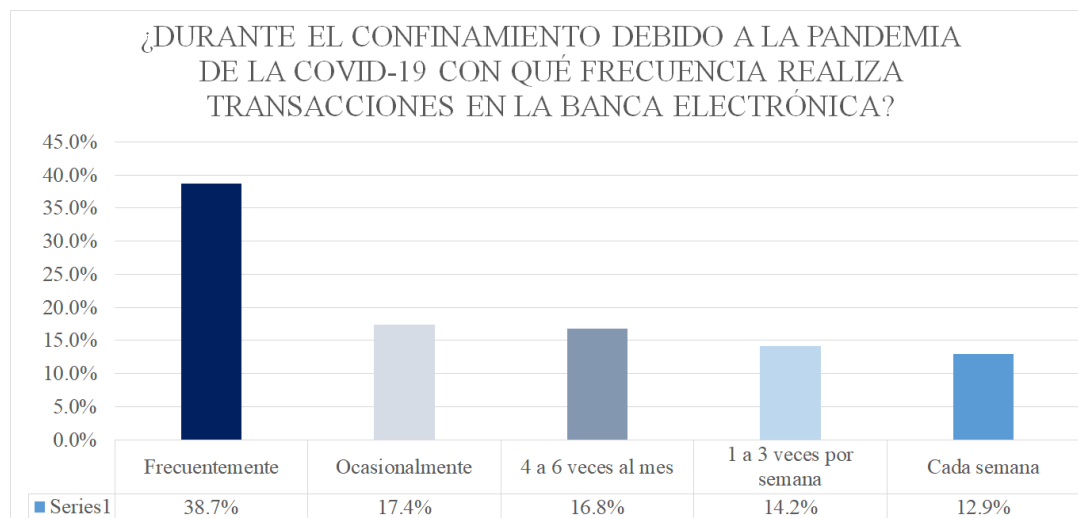


Gráfico 28- 6.28 Frecuencia de Uso en la Banca en Línea Durante la Pandemia.

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, el uso Frecuente de la Banca en Línea debido a la Pandemia obtiene el primer lugar, reflejando también que aún hay usuarios que lo utilizan ocasionalmente.

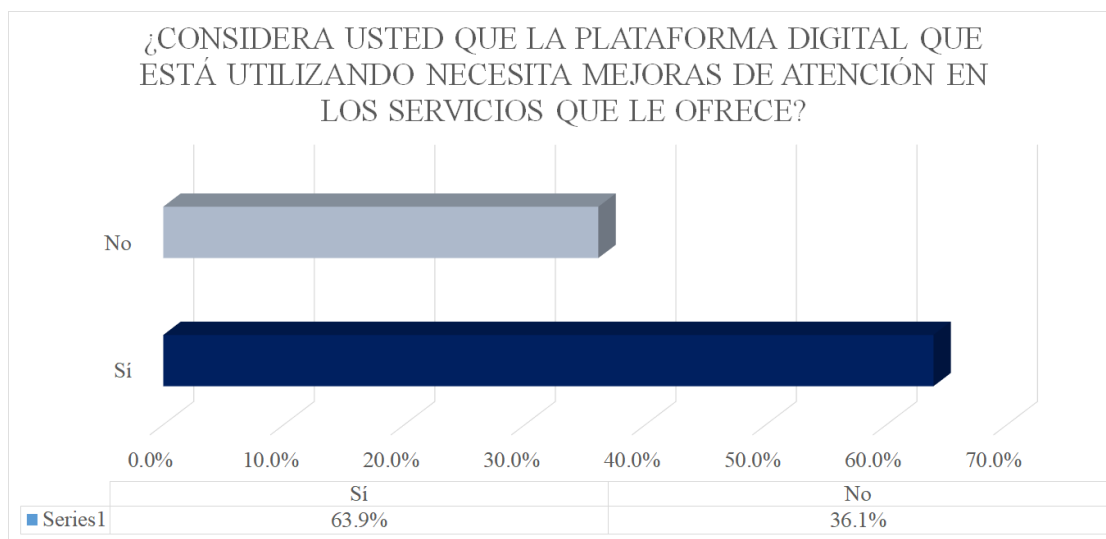


Gráfico 29- 6.29 Valoración de los Usuarios sobre Mejoras de Atención en la Banca en Línea

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población seleccionada, determinaron que el servicio que le ofrece el Banco de su Preferencia, necesita mejoras con un 63.9%, por lo que se concluye que, a pesar que la Banca en Línea ha sido el medio que ha sustituido la Banca presencial en la mayoría de transacciones, el encuestado revela que aun debe de mejorar para poder estar a la altura de las expectativas esperadas por el Usuario Financiero.

¿QUÉ SERVICIOS DE LA BANCA EN LÍNEA CONSIDERA USTED QUE SU BANCO NO PROVEE Y/O DEBE MEJORAR?

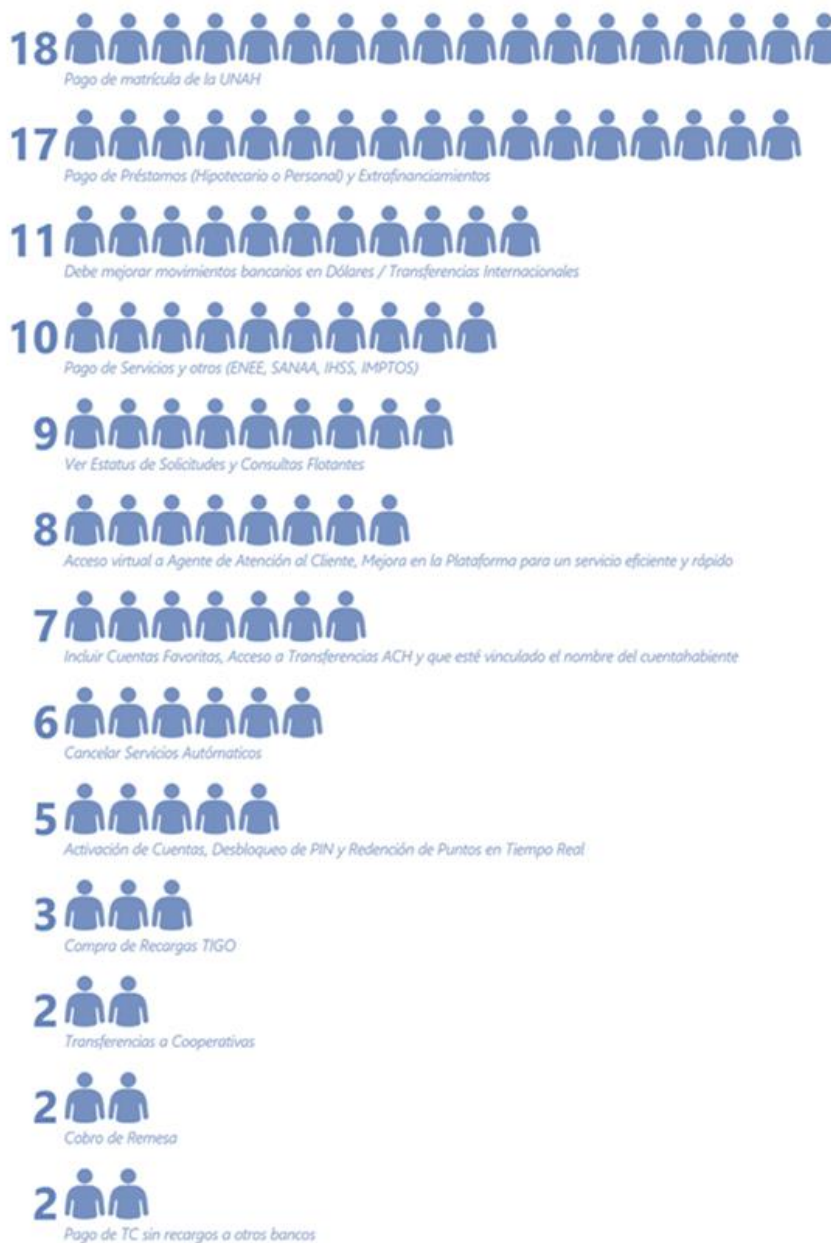


Gráfico 30- 6.30 Consideración de Servicios que debe implementar la Banca en Línea.

Análisis Descriptivo: Se logró conocer los diferentes servicios que la muestra considera que deben estar disponibles en las diferentes plataformas Bancarias, mismas que permitirán satisfacer sus necesidades por medio de la Banca en Línea.

6.1.6.1 Resumen Variable Innovación

Esta sección expresa la valoración de los Usuarios Financieros sobre la innovación implementada a raíz de la Pandemia de la COVID-19 por el Banco de su preferencia, manifestando el grado de satisfacción por medio del uso frecuente de los servicios en línea y las mejoras que son requeridas.

Tabla 14- 6.9 Resumen Variable Innovación



Datos Relevantes de la Variable	
Innovación	
Percepción del Usuario sobre la Satisfacción e Innovación	El 69.7% considera que su Banco innovó en los servicios que ofrece, satisfaciendo sus necesidades de manera virtual debido a las restricciones de movilidad.
Uso de la Banca en Línea durante el Confinamiento	El 38.7% utiliza los Servicios en Línea de manera Frecuente con una actividad mayor a 7 veces al mes.
Mejoras en el Servicio	El 63.9% considera que los Servicios en Línea que su Banco le ofrece pueden mejorar e integrar nuevos servicios.
Servicios que requieren mejora o implementación en los Servicios en Línea	Pago de Matrícula UNAH, Pagos de Préstamo, Transferencias Internacionales, Ver Saldos Flotantes, Compra de Recargas, Giros Nacionales, Transferencias a Cooperativas, Cobro de Remesas, Pago de Servicios Públicos, Pago a Capital de Extra financiamientos, etc.

6.2. Resultados Cruce de Variables

Los siguientes resultados individualmente tratados, reflejan ciertas realidades, pero para los Autores era importante constatar las tendencias a través del cruce de las variables permitiendo visualizar ciertos comportamientos de preferencia y satisfacción del Usuario Financiero sobre los servicios Bancarios en línea que recibe.

A continuación, se presentan diversos análisis con el fin de ampliar la perspectiva de los descubrimientos con la información proporcionada por la muestra representativa de la población financiera.

Antes de la Pandemia, la Banca en Línea era de uso ocasional, sin embargo, obtuvo un incremento del 12.3% de uso Frecuente debido a las limitaciones por el toque de queda desde marzo 2020, considerado las nuevas disposiciones de atención por el último dígito de la Tarjeta de Identidad, Pasaporte y/o Carnet de Residencia.

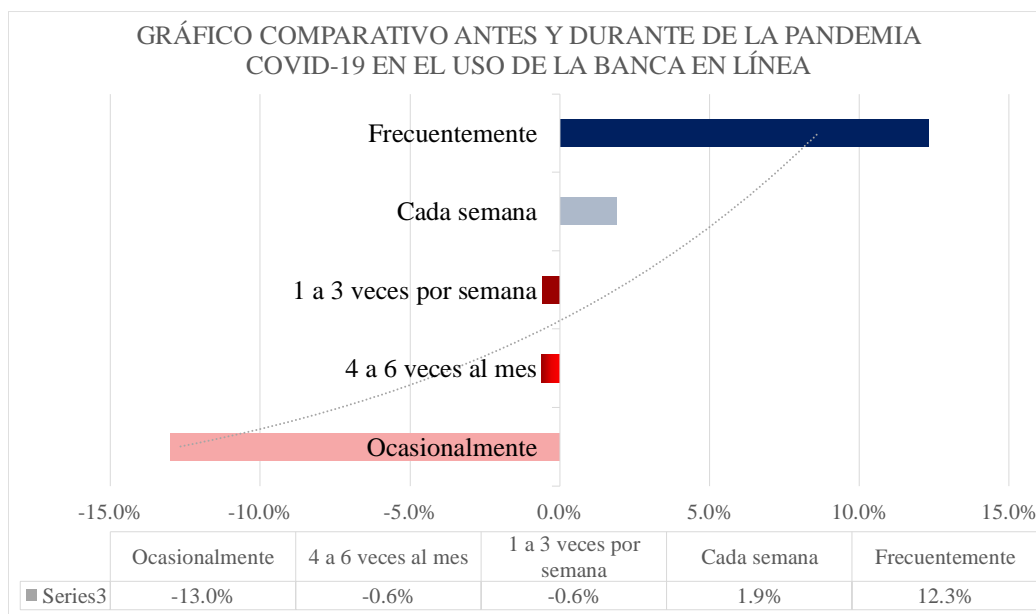


Gráfico 31- 6.31 Comparativo de Frecuencia de Uso de la Banca en Línea

La investigación comprobó que un 70% de la población encuestada en Tegucigalpa, son personas que, en esta nueva normalidad, son Usuarios Financieros activos y se estima que en el transcurso del año ese porcentaje aumente, debido a innovación de las plataformas digitales para poder retener sus clientes activos y poder captar nuevos usuarios.

Hoy en día, este tema es de mucha importancia ya que nos permite conocer las acciones perpetradas por las diferentes Instituciones Bancarias de nuestro país, readecuando sus procesos que conviene a brindar un servicio de calidad a través de internet y los múltiples canales de atención que sustituyen las largas filas de espera en la Agencia Física para concretar una transacción.

A continuación, se presentan datos relevantes considerados por los Autores, ya que la Banca en Línea ha sido clave y protagonista durante la Crisis derivada de la COVID-19 debido al confinamiento y a la restricción de la movilidad en las personas.

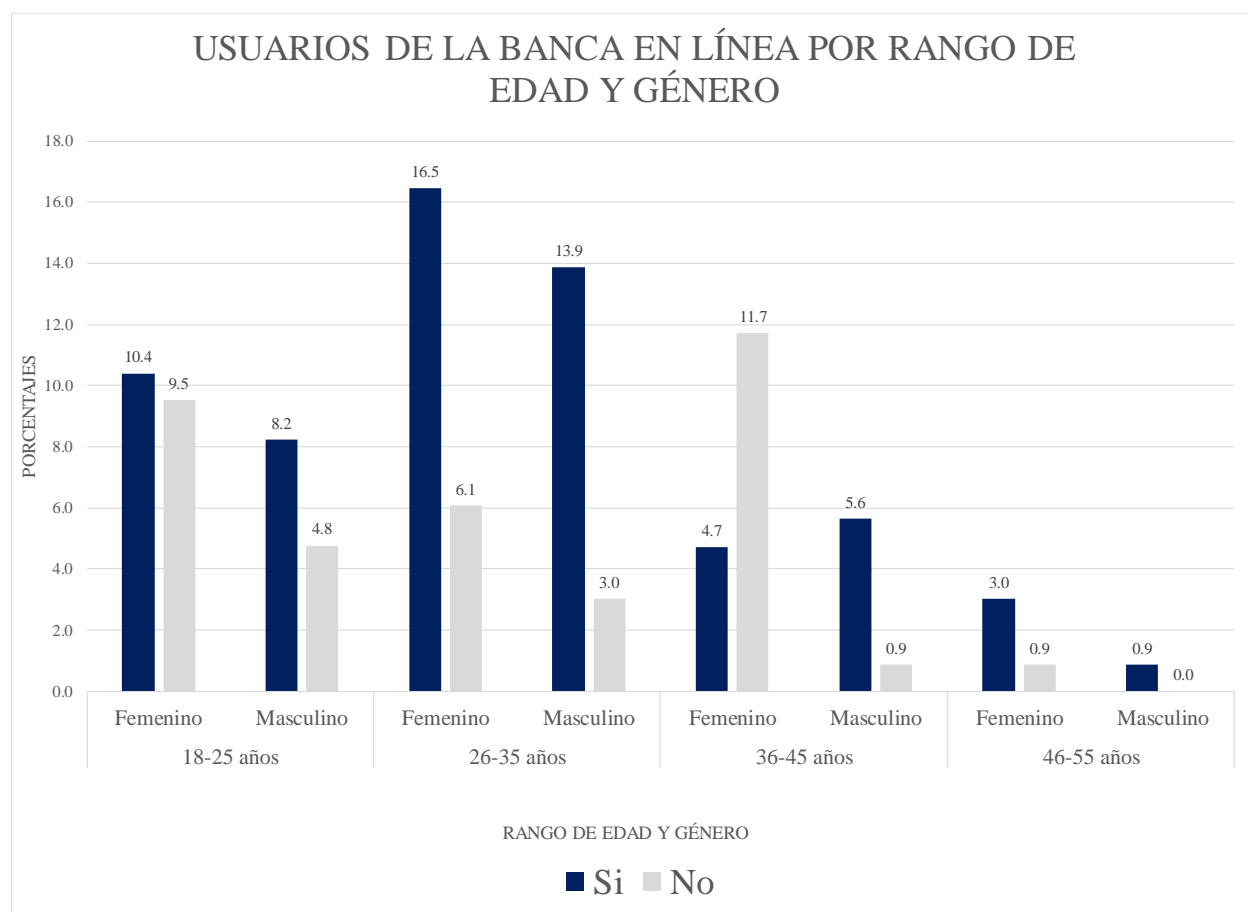


Gráfico 32- 6.32 Usuarios de la Banca en Línea por Rango de Edad y Género.

Análisis Descriptivo: De la población encuestada en la Ciudad de Tegucigalpa, M. D. C. no encontramos Usuarios Financieros en Línea mayores de 56 años, pero, el mayor grupo de clientes en línea los encontramos en el rango de 26 a 35 años, correspondiente al 16.5% del género femenino y el 13.9% al género masculino.

6.2.1. Resultados Objetivo General

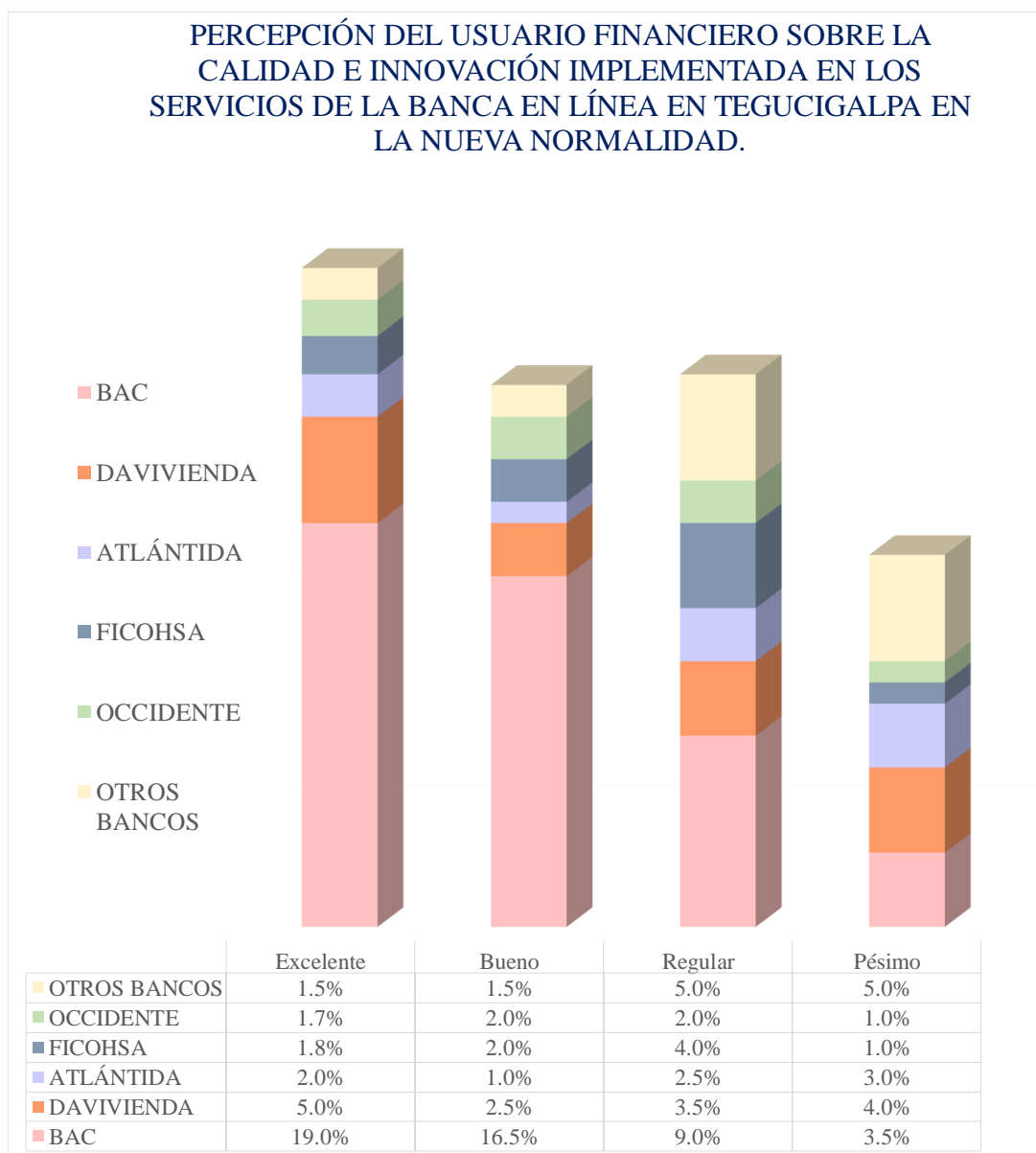


Gráfico 33- 6.33 Percepción de los Usuarios sobre la Calidad e Innovación implementada por el Banco de su Preferencia.

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayor cantidad de usuarios, revelaron que el Banco con mayor calidad e innovación en el servicio brindado a través de la Banca en Línea es el de BAC, seguido del DAVIVIENDA que ha logrado posicionarse según este estudio como el segundo Banco con calidad e innovación, también se logró conocer que el Banco con menor calidad en el servicio y a su vez innovación es OCCIDENTE.

6.2.1.1. Resultado de Análisis Objetivo Específico 1

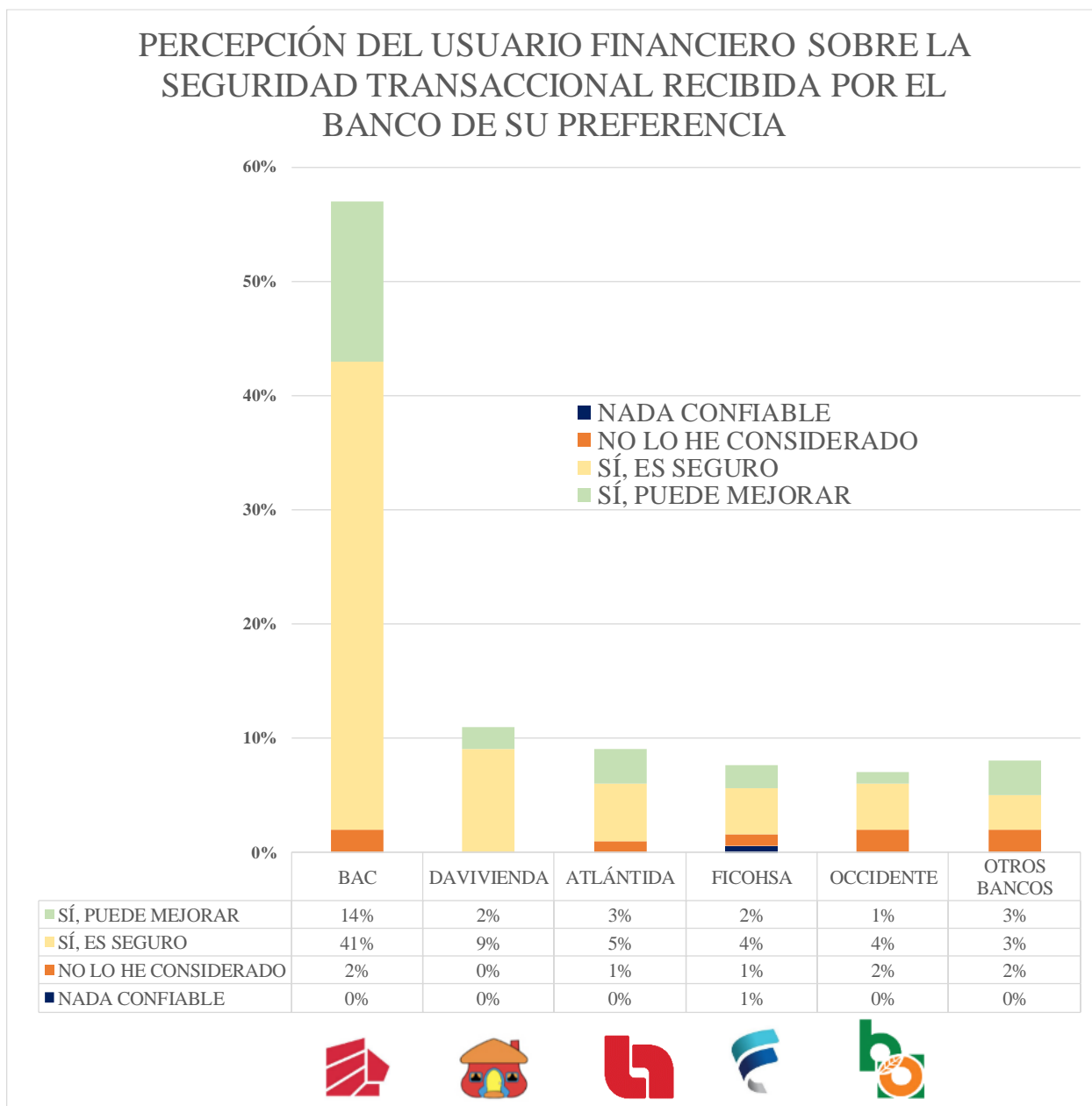


Gráfico 34- 6.34 Percepción del Usuario Financiero sobre la Seguridad Transaccional que le brinda el Banco de su Preferencia.

Análisis Descriptivo: Según los datos que la encuesta reveló, que de los Bancos que transmiten seguridad a sus usuarios posicionan a BAC en primer lugar, seguido de los usuarios de DAVIVIENDA que mencionan que si se sienten seguros al momento de hacer uso de la plataforma Bancaria.

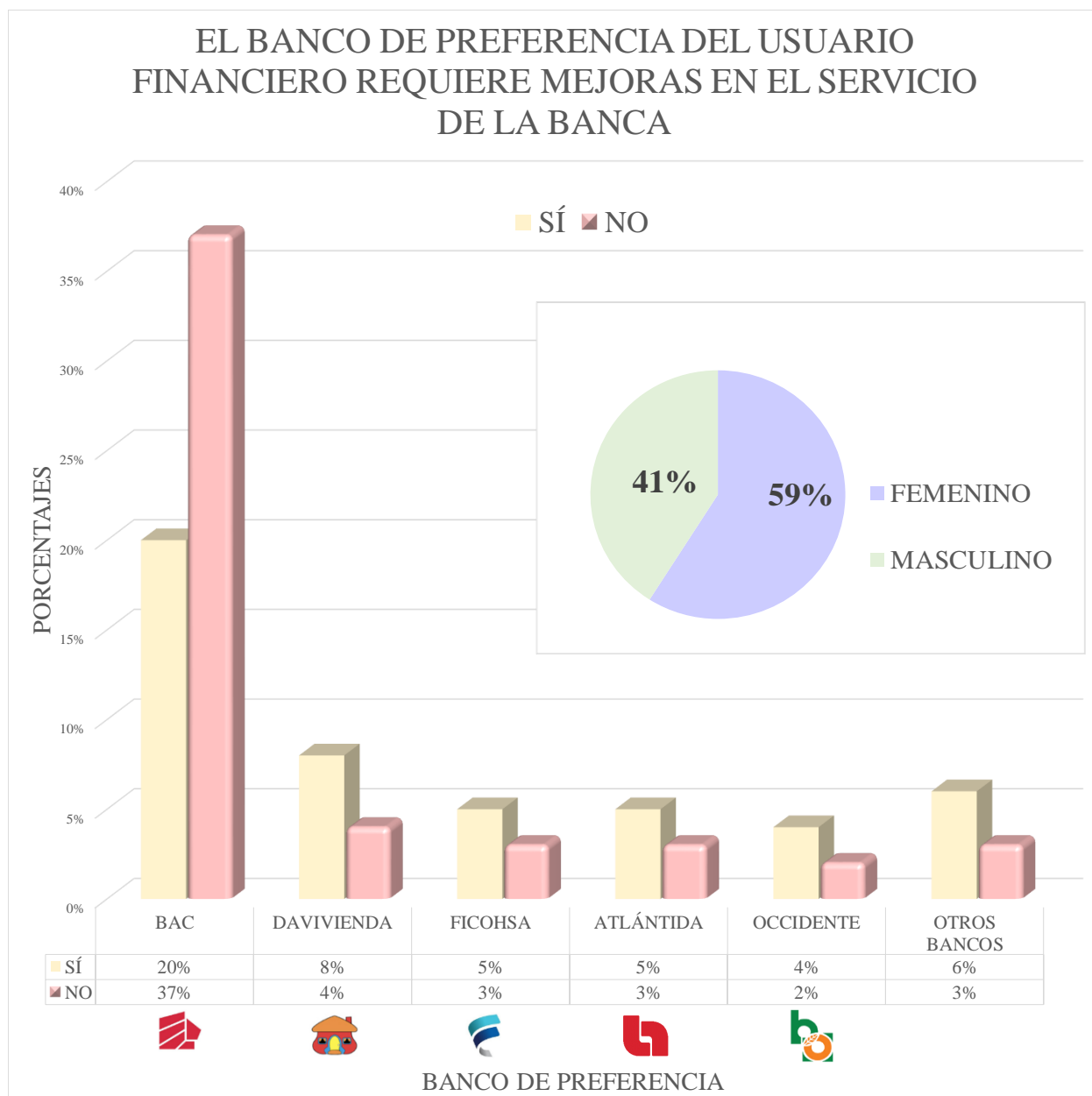


Gráfico 35- 6.35 Criterio del Usuario Financiero por Institución Financiera y Género requiriendo mejoras en el servicio que recibe.

Análisis Descriptivo: Según el Criterio de los Usuarios Financieros de la Banca en Línea deben de implementar e integrar más mejoras, los clientes de BAC en su mayoría indican no requiere de mejoras, siendo el sexo femenino el mayor usuario de esta plataforma; para los usuarios de DAVIVIENDA, la mayoría de los encuestados menciona que esta sucursal en línea sí debe de mejorar para poder satisfacer la necesidad existente.

6.2.1.2. Resultado de Análisis Objetivo Específico 2



Gráfico 36- 6.36 Valoración del Usuario Financiero sobre la Calidad que recibe por Institución Bancaria.

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayor cantidad de usuarios, consideran que están recibiendo un excelente servicio a través de su plataforma en línea, siendo los usuarios de BAC los más satisfechos con el servicio recibido, seguido de DAVIVIENDA que supera en escala a los dos Bancos que según la CNBS lideran el mercado actual, que son ATLÁNTIDA y FICOHSA.

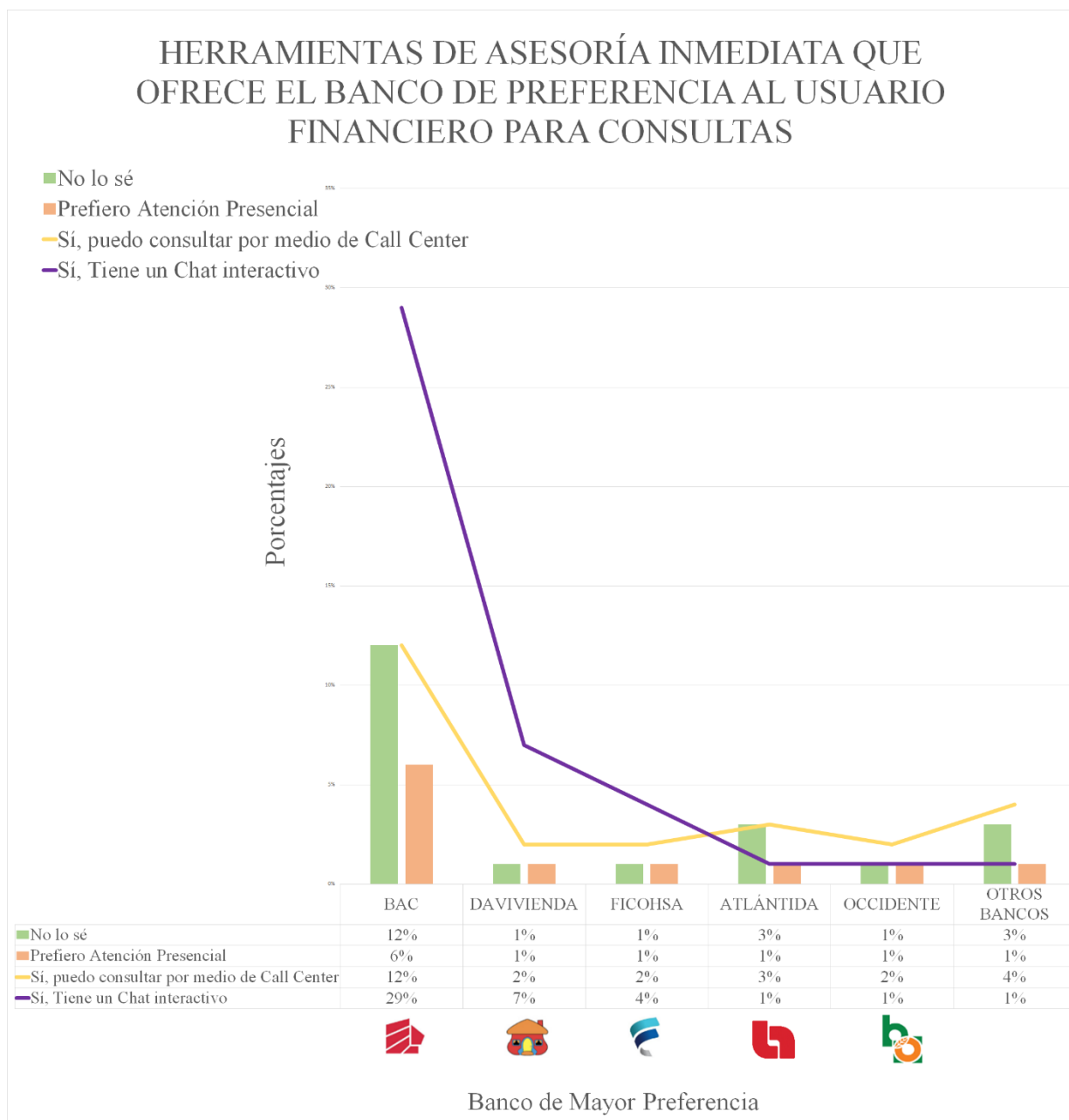


Gráfico 37- 6.37 Herramientas de Asesoría que Ofrece la Institución Bancaria para los Usuarios Financieros.

Análisis Descriptivo: Según los datos que la encuesta reflejó, se concluye que el usuario de la Banca en Línea si hace uso en su mayoría de la asistencia que se le brinda a través de la sucursal electrónica, siendo el chat interactivo el medio más utilizado, la muestra reveló que el segundo más utilizado es el Call Center, también se encontró que varios usuarios desconocen este tipo de asistencia.

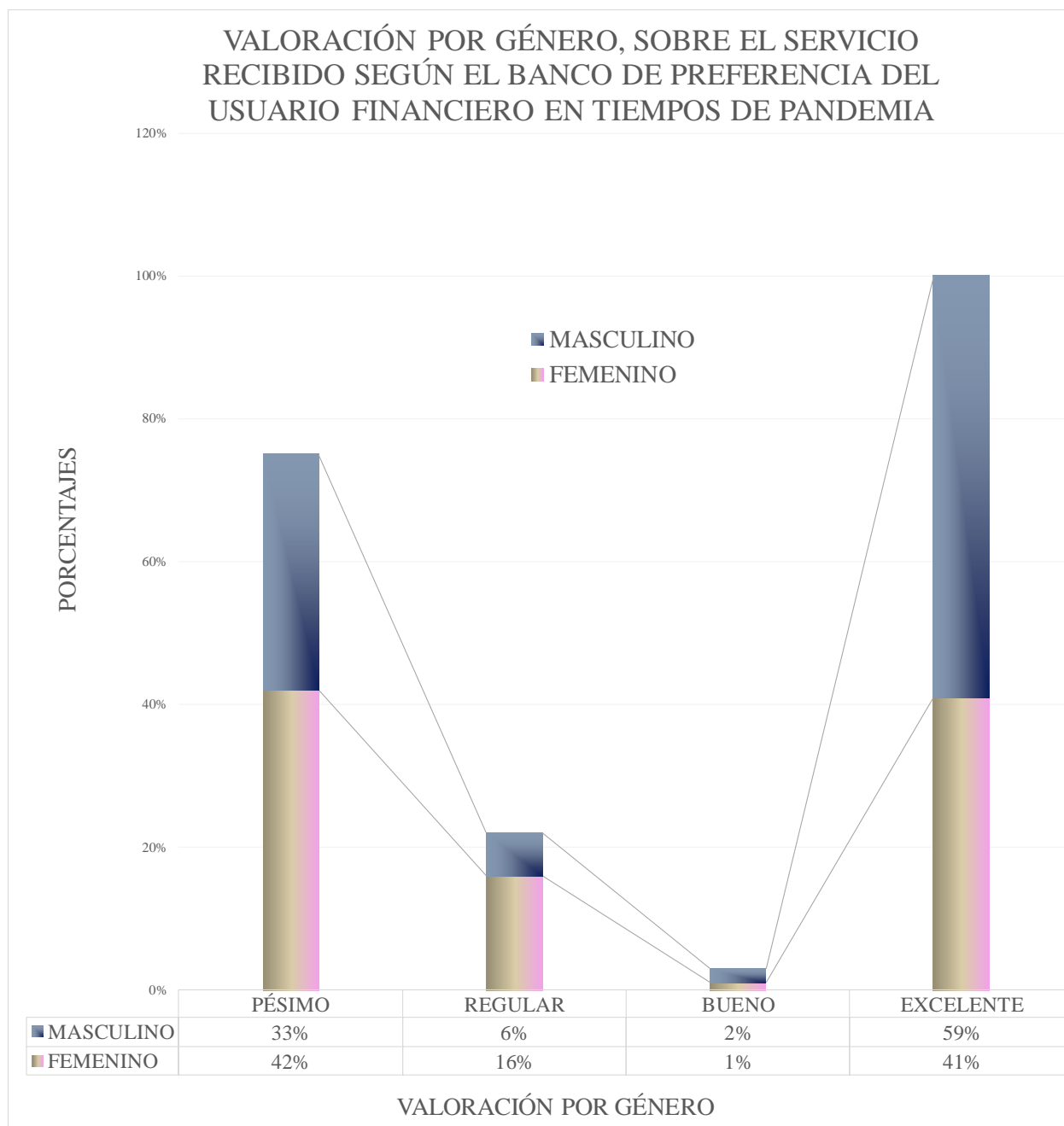


Gráfico 38- 6.38 Valoración sobre el servicio recibido según el Banco de Preferencia y Género de los Usuarios Financieros en tiempos de restricción de la movilidad.

Análisis Descriptivo: Con base a la muestra representativa de la población, la mayoría de los hombres consideran que el nivel de satisfacción en la Banca en Línea es excelente, seguido de las mujeres que consideran que es buena, siendo ellas de mayor exigencia ante la Entidad Bancaria por el servicio recibido a través de las plataformas.

6.2.1.3. Resultado de Análisis Objetivo Específico 3

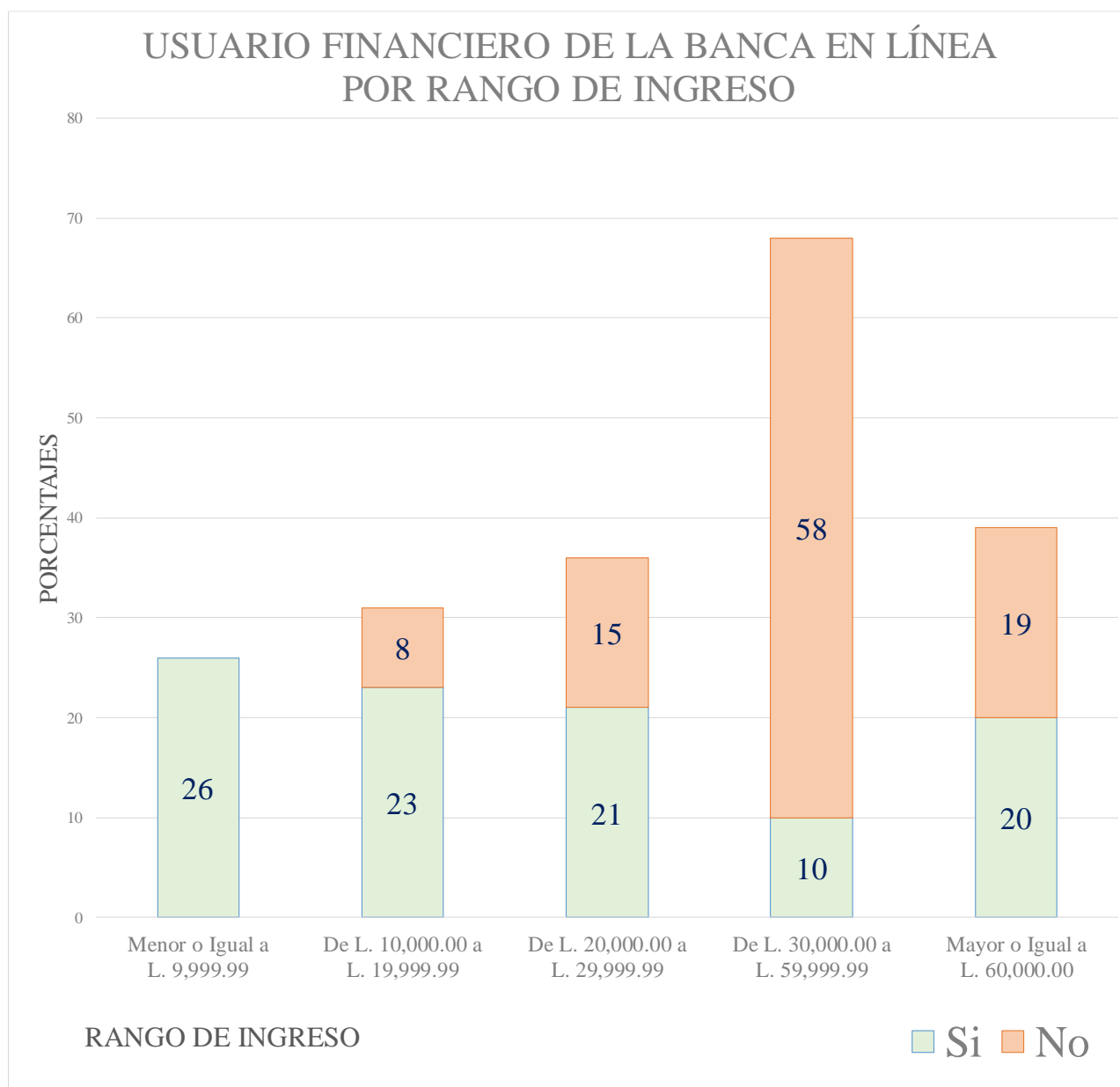


Gráfico 39- 6.39 Usuario Financiero de la Banca en Línea por Rango de Ingreso.

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población encuestada, la mayor cantidad de personas que tienen acceso a la Banca en Línea son los que tienen un ingreso menor a 19,999.00 lempiras, las personas que en su mayoría no tienen acceso a la Banca en Línea con un 58% son las que tienen un ingreso de 30,000.00 a 59,000.00 lempiras.

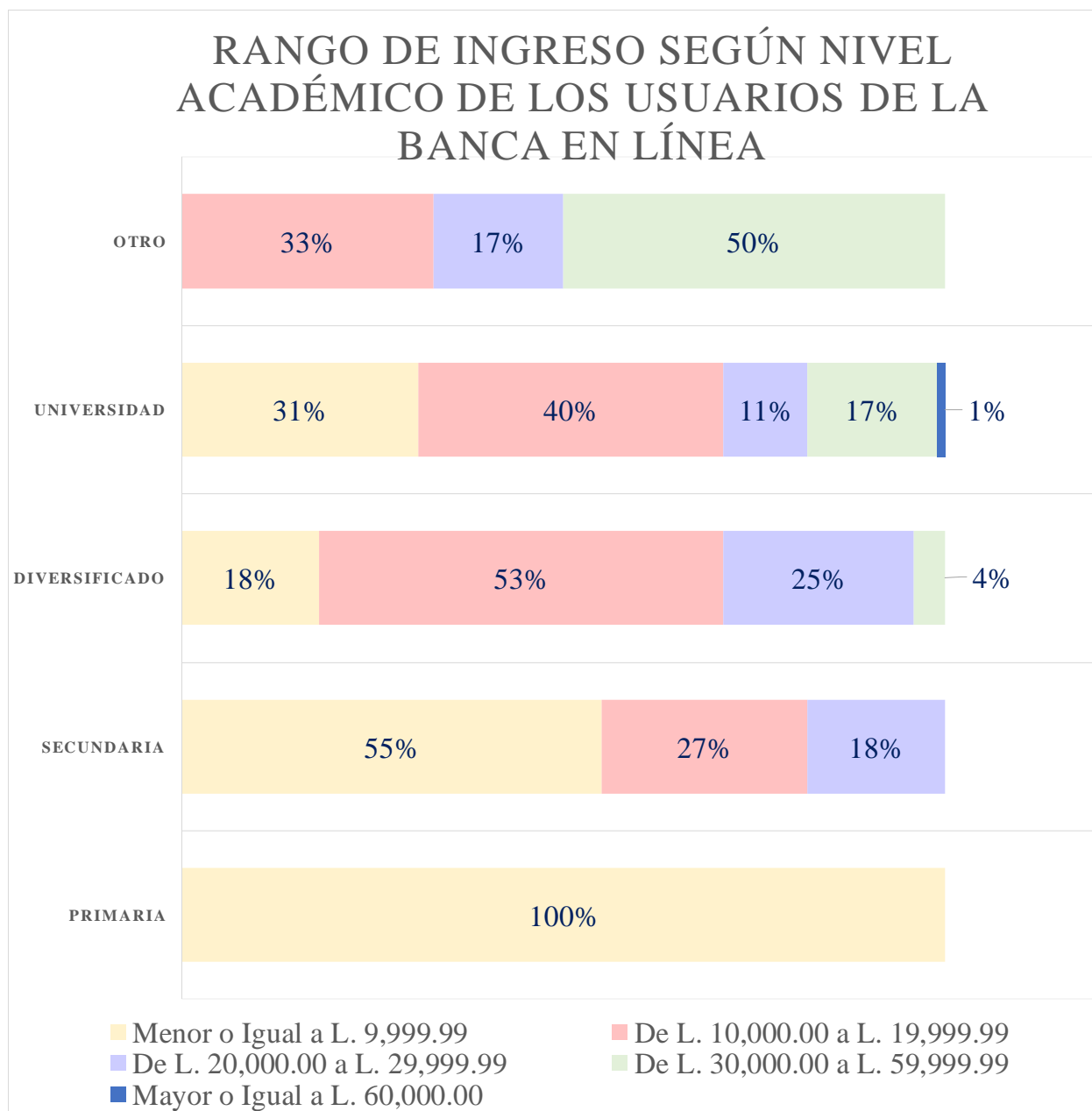


Gráfico 40- 6.40 Usuarios en Línea según Rango de Ingreso y Nivel Académico

Análisis Descriptivo: Logramos conocer que la muestra con un nivel académico primario, sus ingresos no exceden de L. 9,999.00, que los universitarios reciben ingresos desde 9,999.00 hasta más de 60,000.00 lempiras y finalmente que las personas con un oficio pueden llegar a tener ingresos mayores de 30,000 lempiras en su mayoría.

6.2.1.4. Resultado de Análisis Objetivo Específico 4

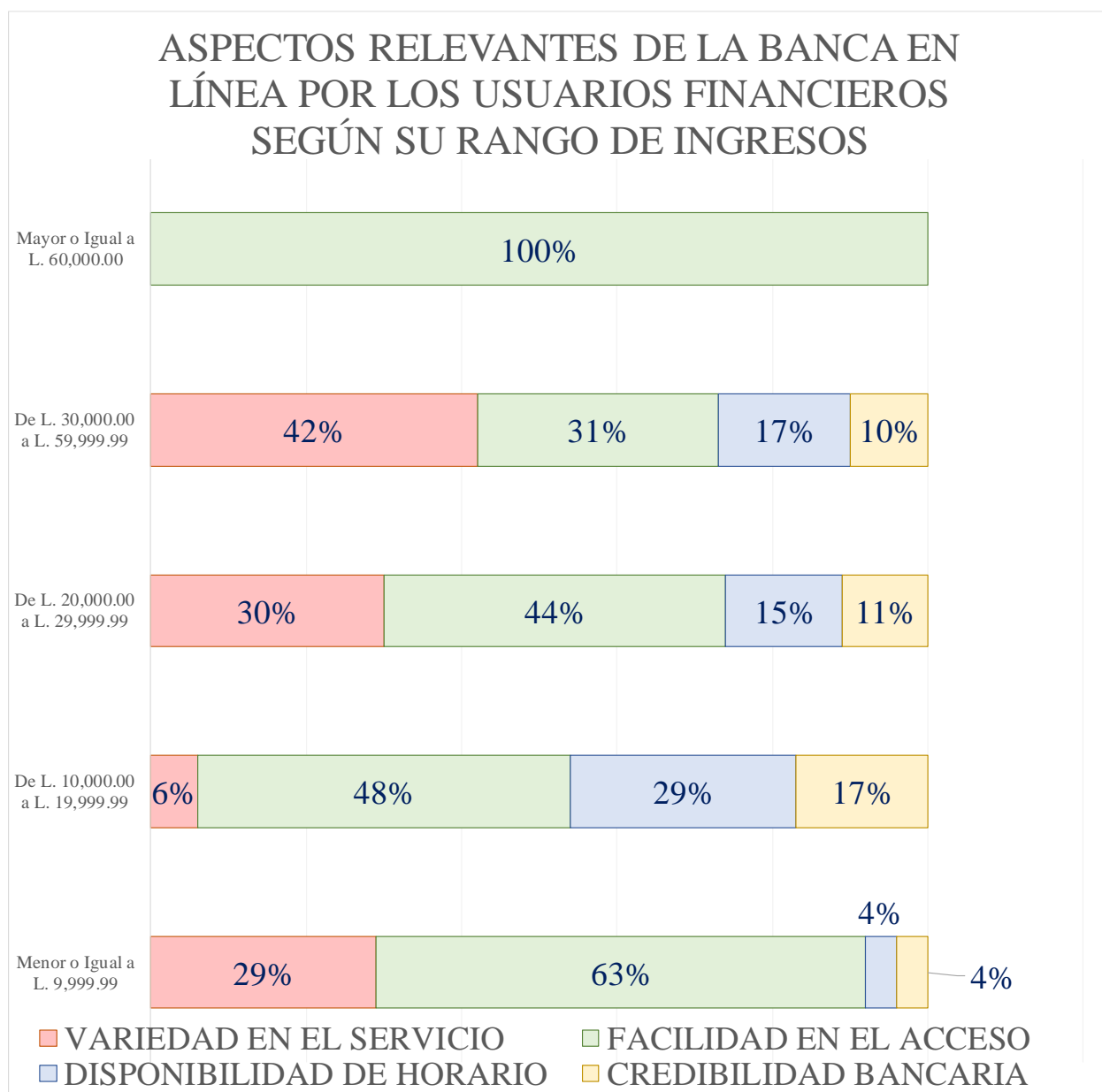


Gráfico 41- 6.41 Aspectos Relevantes de la Banca en Línea por los Usuarios Financieros según su Rango de Ingresos.

Análisis Descriptivo: Se logró conocer que la muestra considera que la facilidad en el acceso a la sucursal electrónica es el factor más importante a la hora de hacer uso de ella, siendo los usuarios con ingresos igual o mayor a 60,000.00 lempiras los que en un 100% lo afirman, para el resto de los encuestados el segundo factor es la variedad en el servicio.

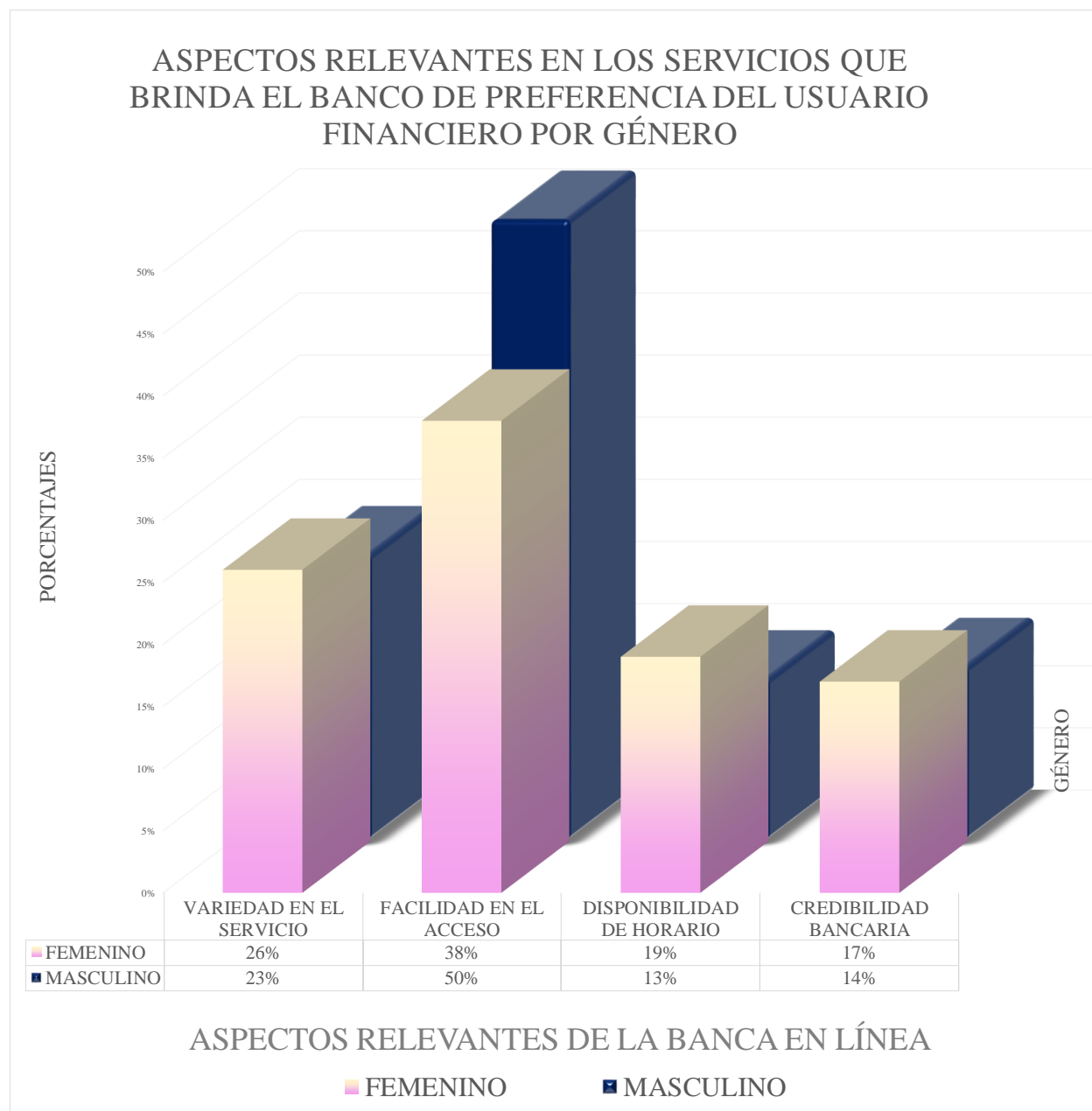


Gráfico 42- 6.42 Criterio de los Usuarios Financieros por Género, sobre los Aspectos Relevantes de las Instituciones Financiera (Aspectos Relevantes).

Análisis Descriptivo: Según la muestra representativa de la población, el aspecto más importante al utilizar la Banca en Línea es la facilidad en el acceso, siendo las personas con un ingreso mayor o igual a 60,000.00 lempiras las que mayor importancia dan en un 100% a este aspecto a la hora de utilizar la Banca en Línea, seguido de la variedad en el servicio que la mayoría de usuarios indicaron como segunda más importante.

La siguiente Tabla refleja el posicionamiento y la valoración otorgada por el Usuario Financiero sobre la calidad percibida mediante el uso frecuente de las plataformas digitales en la nueva normalidad en la ciudad de Tegucigalpa, M. D. C.

Tabla 15- *6.10 Posicionamiento Bancario según la Percepción del Usuario Financiero*

Posicionamiento Bancario					
INSTITUCIÓN	MAYOR ACCESO BANCARIO	MAYOR PREFERENCIA DE LOS USUARIOS	CALIDAD EN LOS SERVICIOS EN LÍNEA	INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA	SEGURIDAD TRANSACCIONAL
BAC	1	1	1	1	1
FICOHSA	2	3	6	3	4
ATLANTIDA	3	4	3	4	3
OCCIDENTE	5	5	4	5	5
DAVIVIENDA	4	2	2	2	2
BANPAIS	6	6	5	6	6

Fuente: Propia

A continuación, los Autores resumen los resultados de la encuesta obtenidos de la siguiente manera:

1. La percepción del Usuario Financiero según los datos recopilados en la encuesta, reflejan que un 69.7% de los clientes de la Banca en Línea, considera que el Banco de su preferencia a innovado en los servicios que ofrece su Institución Bancaria, sin embargo, el 30.3% considera que puede mejorar en cuanto a incluir servicios por medio de la App móvil que es el dispositivo de mayor uso por la población encuestada, de esta población el 59% corresponde al género femenino y 41% al masculino.

2. La satisfacción del cliente es uno de los puntos más importante para comprobar si se está brindando un servicio de calidad ya que esto afecta de manera positiva o negativa la relación entre Banco-Cliente; en la nueva normalidad muchos Bancos han transformado inclusivamente sus servicios para poder retener sus clientes, atraer nuevos, mejorar su imagen y desarrollar experiencias que generen bienestar.

Se concluye que el 87.1% de los Usuarios Financieros revelan satisfacción en el uso de las plataformas en línea, valorando positivamente que la atención que su Banco le ofrece es de calidad, asimismo, el 83% manifiesta que el Tiempo de Respuesta que se le ha brindado es satisfactorio integrando aspectos relevantes como facilidad de acceso y variedad en el servicio, es deber de las Instituciones Financieras optimizar sus recursos y dar el debido seguimiento a las necesidades de sus clientes por medio de la tecnología.

3. Mediante este primer estudio exploratorio derivado de la encuesta aplicada en la ciudad de Tegucigalpa M. D. C., se presentaron los diferentes niveles socioeconómicos a los que pertenecen los Clientes Bancarios, reflejando así que:

- a. El mayor porcentaje pertenece al Rango de Edad de 26 a 35 años con un 40.1%, seguido del rango 18 a 25 años con 32.9%, para el rango de 36-45 años corresponde un 22.5% y finalizando con el rango de 46 a 55 años 4.5%;
- b. Predomina el género Femenino con el 63.1% de la muestra de la población y el 36.9% al género masculino;
- c. El 78.2% posee un grado Académico Universitario, el 13.2% se establece en el nivel Diversificado;
- d. El estado civil predominante son los Solteros con un 66.7%, un 21.6% son casados y completando con 11.7 en Unión Libre.
- e. El 69% actualmente labora y el restante no.
- f. El 40.6% posee un Rango de Ingreso Mensual de L. 10,000.00 a L. 19,999.99, seguido con un 31.1% ingresos menores o iguales a L. 9,999.99.

Sin embargo, solo el 60% de la muestra de la población encuestada son Usuarios Activos de la Banca en Línea, el otro 40% aun utiliza de manera tradicional los servicios Bancarios presenciales.

La muestra de la población de Usuarios Financieros Activos de la Banca en Línea según su percepción manifestó lo siguiente:

- a. Los que pertenecen al Rango de Ingreso menor o igual a L. 9,999.99 el 29% opta que el Banco de su preferencia le brinde Variedad en el Servicio, mientras que el 63% prefiere le otorgue Facilidad en el Acceso.

De este segmento de la muestra corresponde el 26% a los usuarios activos.

- b. Los que pertenecen al Rango de L. 10,000.00 a L. 19,999.99 un 48% prefiere Facilidad en el Acceso, y el 29% estableció que para ellos lo más importante es la Disponibilidad de Horario de las transacciones en línea.

De este segmento de la muestra corresponde el 23% a los usuarios activos.

- c. La muestra con un Rango de Ingreso de L. 20,000.00 a L. 29,999.99 el 44% prefiere la Facilidad en el Acceso y el 30% considera la Variedad en el Servicio.

De este segmento de la muestra corresponde el 21% a los usuarios activos.

- d. La muestra con un Rango de Ingreso de L. 30,000.00 a L. 59,999.99 el 42% prefiere la Variedad en el Servicio y el 31% prefiere la Facilidad en el Acceso.

De este segmento de la muestra corresponde al 10% a los usuarios activos.

- e. La muestra con un Rango de Ingreso mayor a L. 60,000.00 el 100% prefiere la Facilidad en el Acceso en los servicios Bancarios en Línea.

De este segmento de la muestra corresponde al 20% a los usuarios activos.

4. El Benchmarking aplicado en esta Investigación permitió comparar algunos de los servicios que integraba cada Institución Bancaria, y comprender la percepción del Usuario Financiero, a través de la encuesta permitió posicionar a los cinco (5) Bancos con mayor preferencia, teniendo en cuenta la innovación, tecnología, seguridad transaccional y calidad valorada por sus clientes:

En primer lugar, se encuentra BAC, en segundo DAVIVIENDA, tercer lugar ATLÁNTIDA, cuarto FICOHSA y quinto OCCIDENTE.

Sin embargo, el Benchmarking reveló que a pesar que los Bancos han integrado servicios en sus plataformas digitales no han brindado un seguimiento continuo y de calidad a las reclamaciones de los usuarios.

Esta Investigación permitió conocer que el 30% aún no son usuarios activos de la Banca en Línea y que prefieren la atención presencial no importando las restricciones de movilidad y demás amenazas del entorno que se enfrentan los clientes, en tal sentido, los Bancos deben tener en cuenta que una gran porción de sus clientes aun no son parte de la evolución digital Bancaria, encontrándose aquí una oportunidad de crecimiento y rentabilidad; deben medir de manera constante y evaluar las metodologías de atención según las necesidades segmentadas de sus clientes para brindar una comunicación competente y efectiva.

En un mercado altamente competitivo, como es el Sistema Financiero de Honduras, es requerido contar con las mejores y más actualizadas tecnologías, que le permitan al Usuario Financiero sentirse identificado con el Banco de su preferencia, no solamente es invertir en tecnología es adecuar los procesos para renovar la percepción y experiencia del Usuario a través del uso de las herramientas alternativas que su Institución Financiera le ofrece.

Ante esta nueva normalidad que impuso cambios en los estilos de vida de las personas, para los Usuarios Financieros no fue la excepción, la Pandemia incitó un mayor uso de las plataformas digitales para satisfacer las necesidades transaccionales Bancarias precipitando la transformación tecnológica financiera; por lo que se espera que a través del tiempo incrementen los Usuarios Financieros en Línea.

Los Bancos en Honduras deben potenciar sus plataformas digitales de atención, brindando una mejor experiencia al cliente y así influir de manera positiva en la percepción de sus usuarios logrando satisfacción, generando fidelización y un mejor posicionamiento en el mercado financiero, la actuación de la Banca en Línea en esta Pandemia ha sido una oportunidad de mejora crucial para perfeccionar su imagen corporativa ante sus clientes, por lo que cada Institución debe tener claro el panorama de beneficio que retribuye un cliente satisfecho, en tal sentido, se recomienda analizar las estrategias implementadas a la fecha para la fidelización de sus clientes.

VII. CONCLUSIONES

1. **Nivel de Satisfacción:** Los Usuarios Financieros encuestados se sienten satisfechos con el servicio recibido a través de las plataformas digitales que el banco de su preferencia ha puesto a su disposición, con nuevas innovaciones mostradas en estos tiempos de nueva normalidad, sin embargo, aún existe un porcentaje de los usuarios que piden más mejoras en la sucursal electrónica utilizada.

2. **Valoración de la Calidad:** Los Usuarios Financieros encuestados valoraron que los productos o servicios ofrecidos por el banco de su preferencia posee calidad, resaltando así, que la percepción del Usuario califica la integración de los servicios a raíz de la Pandemia como excelente.

3. **Nivel Socioeconómico:** Los Usuarios Financieros que solo cuentan con un nivel académico primario, su ingreso mensual no excede de L. 9,000.00, conjuntamente, la muestra reveló los clientes Bancarios que tienen un ingreso mensual de L. 30,000.00 a L. 59,999.99 el 58% de ese segmento no son usuarios activos de la Banca en Línea, por lo que, podemos concluir que las personas con ingresos menores son las que mayor hacen uso de las Plataformas Digitales y son las que se sienten satisfechas en un 100%.

4. **Comparar las Facilidades:** Según la apreciación los Usuarios de la Banca en Línea mediante el uso frecuente reveló que la Facilidad en el Acceso es lo más importante para sus clientes, seguido de la Variedad en el Servicio, destacando también que para sus clientes lo más relevante es el Ahorro de Tiempo en las transacciones que realiza.

En la nueva normalidad detonada por la Pandemia, el Servicio Bancario en Línea ha sido un mecanismo clave de atención para continuar con transacciones básicas en la vida del hondureño, no obstante, algunas Instituciones Financieras han implementado mayores innovaciones en sus servicios con el fin de atender las necesidades transaccionales de sus clientes de manera digital.

Se concluye que BAC es el Banco que más ofrece tecnología innovadora y un servicio de calidad, ofreciendo a sus clientes una mejor experiencia en el uso de la Banca en Línea generando así un nivel de satisfacción mayor en el uso frecuente transaccional.

VIII. RECOMENDACIONES

La Pandemia ha marcado un antes y un después; incrementando la demanda transaccional en línea, siendo clave para estos tiempos de nueva normalidad. A continuación, los Autores expresan las recomendaciones basados en este primer estudio exploratorio:

1. **Nivel de Satisfacción:** Para incrementar el nivel de satisfacción, es importante robustecer la cultura de mejora continua en las Instituciones Bancarias y que por medio de los canales alternos de servicio renueven sus políticas de atención, mediante estrategias que ayuden a optar por las opciones innovadoras y de calidad que fortalezcan los canales digitales impulsando a sus clientes con servicios de conveniencia, seguridad transaccional, tiempo de respuesta y facilidades en el acceso.

2. **Valoración de la Calidad:** Se recomienda a cada Ente Bancario dar un seguimiento perenne a las quejas emanadas de sus clientes financieros obtenidas de sus plataformas digitales, mismas que se pueden obtener por medio de pequeñas encuestas de satisfacción. Los Bancos deben ofrecer mejoras inmediatas, de esta manera evitar que el usuario sienta la necesidad de emigrar a otro Banco creando una mala e irreconciliable relación (Banco-Cliente).

3. **Nivel Socioeconómico:** Al renovar las políticas de atención e implementar la mejora continua en sus canales de atención en línea, captaran mayores segmentos de mercado que a la fecha no se han integrado, por lo que se recomienda analizar y atender las nuevas necesidades, mejorar el nivel de satisfacción ya que ellos demandan una atención sencilla, rápida, segura, que no inviertan mucho tiempo y sobretodo que simplifiquen la vida de los Usuarios Financieros brindando bienestar, procurando una relación saludable bilateral.

4. **Comparar las Facilidades:** Los Bancos que no han digitalizado la mayoría de sus servicios se les motiva a adaptarse y beneficiar a sus clientes con facilidades y las ventajas que emanan de una excelente e inclusiva atención virtual al alcance de la tecnología, mejorando su experiencia por medio de la innovación, generando confianza, respaldo y seguridad en las transacciones que realiza, con el fin de reforzar la relación comercial existente.

IX. BIBLIOGRAFÍA

- AHIBA. (18 de 03 de 2020). *Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias*. Obtenido de Comunicado Sistema Bancario COVID-19: <https://ahiba.hn/comunicado-sistema-bancario-covid-19/>
- Alvaro, C. (Marzo de 2010). *Nueva Sociedad*. Obtenido de Honduras: de la crisis política al surgimiento de un nuevo actor social: <https://nuso.org/articulo/honduras-de-la-crisis-politica-al-surgimiento-de-un-nuevo-actor-social/>
- Americas Market Intelligence. (01 de 03 de 2020). *La banca digital*. Obtenido de https://newsroom.mastercard.com/latin-america/files/2020/04/AMI_2002_Mastercard_Digital_Banking_in_Latin_America_Best_Practices_Spanish.pdf
- Antúnez, D. (06 de 09 de 2018). La prensa. *Economía*. Tegucigalpa, Francisco Morazan, Honduras. Obtenido de <https://www.laprensa.hn/economia/1213985-410/banca-electronica-honduras-transacciones-virtuales->
- Antúnez, D. (06 de 09 de 2018). La Prensa. *Economía*. Tegucigalpa, Francisco Morazan, Honduras. Obtenido de <https://www.laprensa.hn/economia/1213985-410/banca-electronica-honduras-transacciones-virtuales->
- Apple. (17 de 08 de 2020). *Apple*. Obtenido de App Store: <https://www.apple.com/es/ios/app-store/>
- Balcáceres, P. (20 de 07 de 2020). *Revista Estrategia & Negocios*, Digital. (Revista Estrategia & Negocios) Obtenido de Servicios digitales, salvavidas en tiempo de confinamiento: <https://www.estrategiaynegocios.net/coronavirus/1395271-442/especial-en-bancos-servicios-digitales-salvavidas-en-tiempo-de-confinamiento>
- Bancaria, C. d. (1998). *GESTION DE RIESGOS PARA LA BANCA ELECTRONICA Y ACTIVIDADES CON DINERO ELECTRONICO*.

- Banco Mundial. (30 de Septiembre de 2019). *Medio ambiente*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/topic/environment/overview>
- Banco Mundial. (2020). *Honduras: panorama general*. Obtenido de <https://www.bancomundial.org/es/country/honduras/overview>
- BBC. (05 de Enero de 2018). *Cómo la tecnología cambiará nuestro mundo*. Obtenido de *Cómo la tecnología cambiará nuestro mundo*: https://www.bbc.com/mundo/noticias/2018/01/130104_tecnologia_ciencia_ficcion_aa
- Caballero, L. T. (2019). *Gestionar El Cambio*. Universidad De Barcelona. Universidad De Barcelona, Barcelona, España. Obtenido de https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/1490/03.MLTC_3de4.pdf?sequence=3
- Cañas, U. C. (2018). *LA GLOBALIZACIÓN DE LOS MERCADOS FINANCIEROS INTERNACIONALES Y LA INTEGRACIÓN*. El Salvador. Obtenido de http://www.uca.edu.sv/facultad/clases/maestrias/made/m230054/02CAP-0_GLOBALIZACION.pdf
- Castañer, M., Camerino, O., & Anguera, M. T. (15 de 10 de 2013). *Revista Apunts*. doi:[http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2013/2\).112.01](http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2013/2).112.01)
- Chen, C. (04 de 11 de 2019). *Significado*. Obtenido de *Significado de TIC (Tecnologías de la información y la comunicación) y Características de las TIC*: <https://www.significados.com/tic/>
- CNBS. (2019). *¿Qué es FINTECH y el CFIT?* Obtenido de <https://www.cnbs.gob.hn/fintech/>
- CNBS. (23 de 11 de 2019). *La CNBS brinda respuestas a preguntas frecuentes sobre el uso de canales alternativos habilitados por las instituciones financieras para la prestación de sus productos y servicios*. Obtenido de *PREGUNTAS Y RESPUESTAS*: <https://www.cnbs.gob.hn/blog/2019/08/19/news-19082019/>
- CNBS. (16 de 03 de 2020). *Comisión Nacional de Bancos y Seguros*. Obtenido de <https://www.cnbs.gob.hn/>

Cobis. (26 de 05 de 2015). *3 Innovadoras tendencias en tecnología para bancos*. Obtenido de Financial Agility Partners: <https://blog.cobiscorp.com/3-innovaciones-tecnologicas-para-bancos-america-latina>

Comisión Nacional Banca y Seguros. (30 de 06 de 2020). *Publicaciones Estadísticas y Financieras*.

doi:https://publicaciones.cnbs.gob.hn/boletines/_layouts/15/xlviewer.aspx?id=%2Fboletines%2FRanking%20NIIF%2FRanking.xlsx&Source=https%3A%2F%2Fpublicaciones.cnbs.gob.hn%2Fboletines%2FPaginas%2FRanking-NIIF.aspx&action=edit

Comisión Nacional de Bancos y Seguros. (02 de 12 de 2013). Obtenido de CIRCULAR CNBS No.246/2013: <https://www.cnbs.gob.hn/files/CIRCULARES/CNBS2013/C246-2013.pdf>

Comisión Nacional De Bancos Y Seguros. (16 de Julio de 2020). *CNBS*. Obtenido de CNBS: <https://www.cnbs.gob.hn/blog/2020/07/17/comunicado-medidas-covid-19/>

Couso, R. P. (2005). La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente. En R. P. Couso, *La comunicación y la calidad del servicio en la atención al cliente* (pág. 5). España: Vigo : Ideaspropias.

Couso, R. P. (2005). Servicio al cliente. En R. P. Couso, *Gestión Empresarial* (pág. 150). Pontevedra, España: Ideaspropias Editorial S.L.

Datos Macro. (2019). *La competitividad estable en Honduras*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/honduras>

Datos Macros. (2020). *Honduras: Economía y demografía*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/honduras#:~:text=Su%20capital%20es%20Tegucigalpa%20y,40%2C16%25%20del%20PIB.&text=La%20%20C3%BA%20tasa%20de%20variacion%20del%203%2C1%25>.

David, F. R. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica* (Novena Edición ed.). (E. Quintanar Duarte, Ed., & M. Á. Sánchez Carrión, Trad.) Naucalpan de Juárez, Estado de México, México: Pearson Educación. doi:ISBN 970-26-0427-3

De La Torre, J. (18 de Mayo de 2020). La crisis del COVID-19 como impulsor del cambio tecnológico. *Byte TI*. Obtenido de <https://revistabyte.es/tendencias-tic/covid-19-impulsor-cambio-tecnologico/>

Diario El Herald. (14 de 08 de 2020). Obtenido de Transacciones Electrónicas en la Banca Hondureña Crecen en 45.1%: <https://www.elheraldo.hn/economia/1401121-466/transacciones-electr%C3%B3nicas-en-la-banca-hondure%C3%B1a-crecen-en-451>

Diario El Herald. (08 de 03 de 2020). *Abastecimiento, servicios bancarios y actividades académicas: Así están las medidas por Covid-19 en Honduras*. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/especiales/coronavirus/1367915-528/abastecimiento-servicios-bancarios-y-actividades-acad%C3%A9micas-as%C3%AD-est%C3%A1n-las-medidas-por-covid-19>

Diario La Prensa. (16 de 06 de 2011). *Banca electrónica se expanden en Honduras*. Obtenido de https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Honduras_Banca_online_nueva_cultura

Diario La Tribuna. (16 de 03 de 2020). *AHIBA sugiere a clientes hacer uso de la banca en línea*. Obtenido de <https://www.latribuna.hn/2020/03/16/ahiba-sugiere-a-clientes-hacer-uso-de-la-banca-en-linea/>

Dominguez, Freddy; *Revista Forbes*. (01 de 04 de 2015). *La migración a la banca en línea es una realidad y está aquí para quedarse*. Obtenido de 4 ventajas de la banca en línea: <https://www.forbes.com.mx/4-ventajas-de-la-banca-en-linea/#:~:text=La%20banca%20en%20l%C3%ADnea%20puede,hecho%20un%20dep%C3%B3sito%20entre%20otros>.

Dotras, E. R. (02 de Noviembre de 2014). La nueva era de los mercados financieros y su globalización. *Oikonomics [en línea]*, 25-30. doi:<https://doi.org/10.7238/o.n2.1414>

E&N. (15 de Noviembre de 2017). *La banca se interesa más por la sostenibilidad*. Obtenido de <https://www.estrategiaynegocios.net/finanzas/1126346-330/la-banca-se-interesam%C3%A1s-por-la-sostenibilidad>

- Economipedia. (11 de 08 de 2020). *Barreras de Entrada*. (J. Galán Sánchez, Editor) Obtenido de Las barreras de entrada a un mercado son obstáculos de diverso tipo que complican o dificultan el ingreso de empresas, marcas o productos nuevos.: <https://economipedia.com/definiciones/barreras-de-entrada.html>
- Evo Banca Inteligente. (2020). *Evo Banca Inteligente*. Obtenido de Evo Banca Inteligente: <https://www.evobanco.com/ayuda/al-dia-con-EVO/banca-online/beneficios-banca-electronica/>
- Fahey, L., & Narayanan, V. K. (1968). Análisis macro-ambiental en gestión estratégica. En L. Fahey, & V. K. Narayanan, *Macroenvironmental Analysis for Strategic Management (The West Series in Strategic Management)*. St Paul, MN, Estados Unidos de América: West Publishing. doi:ISBN-13: 978-0314852335
- Fonseca Zarate, R. (2015). COMPETITIVIDAD LA CLAVE DEL EXITO EMPRESARIAL. En *COMPETITIVIDAD LA CLAVE DEL EXITO EMPRESARIAL* (pág. 53). Bogotá, Colombia: ALFAOMEGA.
- Galagarza, J. E. (18 de Octubre de 2018). *Actualidad: ¿Cómo nos afecta la tecnología en la vida cotidiana?* Obtenido de <https://medium.com/@jorge.nicho/actualidad-c%C3%B3mo-nos-afecta-la-tecnolog%C3%ADa-en-la-vida-cotidiana-ba410b91d753>
- García Zaballos, Antonio; BID. (25 de 03 de 2020). *¿Cómo la tecnología y la conectividad pueden ayudar a enfrentar la crisis causada por el coronavirus?* Obtenido de <https://blogs.iadb.org/innovacion/es/tecnologia-y-conectividad-enfrentar-crisis-coronavirus/>
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Redalyc*, 19.
- Gonzales, F. (2011). Innovación. Perspectivas para el siglo XXI. *Carloratti*, 12. Obtenido de https://www.carloratti.com/mat/publications/on_us/20111013_Innovacionparalabanca.pdf
- González, C. (21 de 10 de 2017). *Harvard Deusto*. Obtenido de Business & Technology: <https://www.harvard-deusto.com/confianza-y-seguridad-para-las-empresas>

- Google. (02 de 08 de 2020). *Google Play*. Obtenido de https://play.google.com/store?hl=es_419
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. En R. Hernández Sampieri, *Metodología de la Investigación* (pág. 40). México: Mc Graw Hill.
- Hernández, S. (30 de 03 de 2017). *Universidad de Celaya*. Recuperado el 18 de 08 de 2020, de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=XSrAyG5DufE>
- Herrera, Roger; Diario La Prensa. (10 de 09 de 2018). *Con FinTech, banca eleva el desarrollo de la inclusión financiera*. Obtenido de Tendencias Financieras: <https://www.laprensa.hn/economia/1215095-410/fintech-bancos-sistema-financiero-honduras->
- IO Digital. (06 de Octubre de 2019). *IO Digital*. Obtenido de <https://iodigital.es/optimizacion-de-procesos-mediante-tecnologia/>
- Ibarra, M. (17 de Julio de 2013). *Lifeder*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/sustento-teorico-investigacion/#:~:text=El%20sustento%20te%C3%B3rico%20de%20una,dar%20soluciones%20a%20un%20problema.>
- Instituto Nacional de Estadística Honduras. (16 de Agosto de 2020). *Instituto Nacional de Estadística Honduras*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística Honduras: <https://www.ine.gob.hn/V3/imag-doc/2019/08/Distrito-central.pdf>
- Jorge Flores Silva, J. (June de 2017). TECNOLOGÍA DE PROCESOS: ALCANCES Y LIMITACIONES. *ResearchGate*, 3(1). Obtenido de <http://www.iies-unah.org/Revista>
- Jorge, R. (1 de Mayo de 2020). *COVID-19 podría dejar entre 300 a 500 mil personas desempleadas en Honduras*. Obtenido de <https://presencia.unah.edu.hn/noticias/covid-19-podria-dejar-entre-300-a-500-mil-personas-desempleadas-en-honduras/>
- La Tribuna. (23 de marzo de 2020). *Entorno Social Hondureño y La pandemia*. Obtenido de <https://www.latribuna.hn/2020/03/23/entorno-social-hondureno-y-la-pandemia/>

- Larran, J., & Reyes, M. (2007). Labanca por Internet como innovación tecnológica en el sector bancario. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 2, 9. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10419/54403>
- Martínez, L. (16 de 03 de 2020). *AHIBA: Bancos operarán normalmente en medio de alerta roja por COVID-19*. Obtenido de <https://tiempo.hn/ahiba-bancos-operaran-normalmente-en-medio-de-alerta-roja-por-covid-19/>
- Mejía, O; Diario El Heraldó. (12 de 07 de 2016). *Crece uso de la banca electrónica en Honduras*. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/economia/dineroynegocios/979101-466/crece-uso-de-la-banca-electr%C3%B3nica-en-honduras>
- Meneses, N. (03 de Diciembre de 2019). *Cuando la banca tiene conciencia medioambiental*. Obtenido de https://elpais.com/economia/2019/12/02/actualidad/1575300897_634994.html
- Miranda, K. (2013). GUÍA METODOLÓGICA PARA IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD EN INSTITUCIONES . (*Tesis De Maestria*). Universidad de Piura, Piura.
- Organización Mundial de la Salud. (14 de 04 de 2020). Actualización de la Estrategia frente a la Covid-19. Ginebra, Suiza.
- Organización Panamericana de la Salud. (19 de 05 de 2020). *Directora de la OPS llama a proteger a los grupos vulnerables de los efectos de la pandemia de COVID-19*. Obtenido de <https://www.paho.org/es/noticias/19-5-2020-directora-ops-llama-proteger-grupos-vulnerables-efectos-pandemia-covid-19>
- Ortiz Villarraga, D., & Ruiz Pedraza, G. (2019). ESPACIO ESTUDIANTIL. *Sistemas de servicio al cliente implementados en las empresas: un análisis de su eficiencia en el logro de la calidad del servicio*, <http://www.bdigital.unal.edu.co/26602/1/24217-84796-1-PB.pdf>. Obtenido de <http://www.bdigital.unal.edu.co/26602/1/24217-84796-1-PB.pdf>

- Panda Media Center. (23 de 08 de 2018). *Los riesgos de seguridad frenan la adopción de la banca online*. Obtenido de <https://www.pandasecurity.com/spain/mediacenter/seguridad/ciber-riesgos-banca-online/>
- Parada, P. (2013). *Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno*. Obtenido de <http://www.pascualparada.com/analisis-pestel-una-herramienta-de-estudio-del-entorno/>
- Pérez Rodríguez, Y., & Coutín Dominguez, A. (01 de 12 de 2015). *ScieLo*. Obtenido de La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352005000600004
- Porter, M. E. (2008). Estrategia Competitiva. En M. E. Porter, & M. P. Co. (Ed.), *Técnicas para el Análisis de los Sectores Industriales y de la Competencia* (Trigésima Octava Reimpresión ed., págs. 20-64). D. F., México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de www.editorialpatria.com.mx
- Porter, M. E. (30 de 06 de 2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*. Cambridge, Massachusetts, United States of America. Obtenido de https://www.youtube.com/watch?v=mYF2_FBCvXw
- Ramos Mejía, T. (17 de Abril de 2019). Tecnología aplicada a la optimización de los procesos. *Ambito(7228)*. Obtenido de <https://www.ambito.com/edicion-impresia/tecnologia/aplicada-la-optimizacion-los-procesos-n5026764>
- Red Honduras. (2020). *Sistema Financiero de Honduras*. Obtenido de <https://redhonduras.com/economia/sistema-financiero-honduras/>
- Redacción, E. (24 de 03 de 2018). *Diario El Herald*. Obtenido de Las Aplicaciones más Usadas en el Sistema Financiero: <https://www.elheraldo.hn/economia/1163394-466/las-aplicaciones-m%C3%A1s-usadas-en-el-sistema-financiero>
- Redalyc. (12 de Agosto de 2005). Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones. *Redalyc, vol. 11, núm., 5*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>

REVISTA ALERGIA MÉXICO. (03 de OCTUBRE de 2019). El protocolo de investigación IV: las variables de estudio. (N. H. Méndez, Ed.) *REVISTA ALERGIA MÉXICO*, 27. Obtenido de <http://revistaalergia.mx/>

Revista Expansión. (15 de 12 de 2016). *BBVA: Las barreras de entrada al negocio bancario están desapareciendo*. (R. Lander, Editor) Obtenido de La Banca simplifica la vida: <https://www.expansion.com/empresas/banca/2016/12/15/585289dee2704e41378b45a3.html>

Revista FORBES. (19 de agosto de 2020). *Honduras: La reactivación de la economía y el decisivo rol de la banca*. Obtenido de La reactivación de la economía y el decisivo rol de la banca.: <https://forbescentroamerica.com/2020/08/19/honduras-la-reactivacion-de-la-economia-y-el-decisivo-rol-de-la-banca/>

ROCA JUNYENT, M. (05 de 05 de 2020). *Una nueva normalidad*. Obtenido de <https://www.lavanguardia.com/opinion/20200505/48978204138/una-nueva-normalidad.html>

Rodriguez, L. (06 de Octubre de 2019). La banca en línea se usa cada vez mas en Honduras. (E. HERALDO, Ed.) Tegucigalpa, Francisco Morazán, Honduras. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/economia/1324270-466/por-qu%C3%A9-la-banca-en-l%C3%ADnea-se-usa-cada-vez-m%C3%A1s-en>

Rodríguez, L; Diario El Heraldo. (22 de 04 de 2017). *Conozca los medios de pago más usados en Honduras*. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/economia/1064830-466/conozca-los-medios-de-pago-m%C3%A1s-usados-en-honduras>

Rodríguez, L; Diario El Heraldo. (20 de 05 de 2017). *Honduras: Conozca los pros y contras de la banca electrónica*. Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/economia/1072800-466/honduras-conozca-los-pros-y-contras-de-la-banca-electr%C3%B3nica>

Rodríguez, L; Diario El Heraldo. (06 de 10 de 2019). *¿Por qué la banca en línea se usa cada vez más en Honduras?* Obtenido de <https://www.elheraldo.hn/economia/1324270-466/por-qu%C3%A9-la-banca-en-l%C3%ADnea-se-usa-cada-vez-m%C3%A1s-en>

Rodriguez, L; Diario El Heraldo. (21 de 02 de 2019). Las transferencias en línea sumaron L 87,102 millones en Honduras. Electrónica. Tegucigalpa, M. D. C., Honduras. Obtenido de Plataformas electrónicas han cobrado auge en los últimos años: <https://www.elheraldo.hn/economia/1261334-466/las-transferencias-en-1%C3%ADnea-sumaron-l-87102-millones-en-honduras>

Rodríguez, L; Diario La Prensa. (20 de 06 de 2020). *El confinamiento deja más ahorros en la banca local de Honduras*. Obtenido de <https://www.laprensa.hn/economia/dineroynegocios/1388863-410/el-confinamiento-deja-mas-ahorros-en-la-banca-local-honduras>

Roldán, P. N. (12 de 10 de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Modelo de Kano: <https://economipedia.com/definiciones/modelo-de-kano.html>

Silva, D. d. (16 de Mayo de 2020). Sistema de atención al cliente. *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/sistemas-de-atencion-al-cliente/>

Tábora, M. R. (2007). *Competencia y Regulación en la Banca; el Caso de Honduras*. Distrito Federal: IDRC CRDI.

Thompson, A. A., Gamble, J. E., Peteraf, M. A., & Strickland III, A. J. (2012). *Administración Estratégica Teoría y Casos* (18va ed.). (M. Á. Toledo Castellanos, Ed.) Delegación Álvaro Obregón, D. F., México: Mc Graw Hill/Interamericana Editores, S. A. de C. V. doi:ISBN 978-607-15-0757-0

Tiempo Digital. (2020). *CNBS: Depósitos aumentaron en cerca de L26 mil 125 millones*. Obtenido de <https://tiempo.hn/cnbs-depositos-aumentaron-en-cerca-de-l26-mil-125-millones/>

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso. (03 de Septiembre de 2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Redalyc*, 18, 8. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99346931003.pdf>

Usc University of Southern California. (14 de 06 de 2020). *USC Libraries*. Obtenido de Research Guides: <https://libguides.usc.edu/writingguide/primarysources>

Vector ITC Group. (16 de Abril de 2016). *Thinknowa*. Obtenido de <http://myvector.thinknowa.com/radar/blog/author/vector/>

Villafuerte, D. B. (2010). *MANUAL METODOLOGICO PARA EL INVESTIGADOR CIENTIFICO* (Edición electronica gratuita ed.). Perú. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros/2010e/816/>

Villalobos, C. (12 de Junio de 2019). *Hubspot*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/service/tipos-servicio-cliente>

Zamora, J. (20 de Marzo de 2013). *University of Navarra*. (L. C. www.iese.edu, Ed.) Obtenido de <https://www.iese.edu/es/noticias/las-nuevas-tecnologias-y-su-impacto-en-la-competitividad-empresarial/>

X. ANEXOS

10.1. Encuesta

¡Hola! somos alumnos de la carrera de Administración de Empresas, actualmente estamos cursando nuestro Proyecto de Graduación en CEUTEC, el presente tiene como finalidad conocer la satisfacción de los Usuarios Financieros de las diferentes Instituciones Bancarias en la ciudad de Tegucigalpa.

Variable Socioeconómica

1. Rango de edad *

- 18-25 años
- 26-35 años
- 36-45 años
- 46-55 años
- 55 años en adelante

2. Género

- Masculino
- Femenino

3. Nivel Académico Actual

- Primaria
- Secundaria
- Diversificado
- Universidad
- Otro

4. Estado Civil

- Soltero
- Casado
- Unión Libre

5. ¿Trabaja actualmente? *

- No
- Si

6. Rango de Ingreso Mensual

- Menor o igual a L. 9,999.99
- De L. 10,000.00 a L. 19,999.99
- De L. 20,000.00 a L. 29,999.99
- De L. 30,000.00 a L. 59,999.99
- Mayor o igual a L. 60,000.00

Variable Usuario

7. ¿Es usuario de la Banca en Línea? *

- No
- Si

8. ¿Hace cuánto es usuario activo de la Banca en Línea? *

- 1-11 meses
- 1-4 años
- Mayor a 5 años

9. ¿Cómo usuario de la Banca en Línea, a cuántos Bancos tiene acceso?

- Solamente a mi Banco de preferencia
- De 2 a 3 Bancos
- Más de 4 Bancos

10. ¿En qué Bancos tiene acceso para utilizar la Banca en Línea? *

- BANCO DAVIVIENDA
- BANCO ATLÁNTIDA
- BANCO FICOHSA
- BANCO DE AMÉRICA CENTRAL
- BANCO DE OCCIDENTE
- BANCO LAFISE
- BANCO FINANCIERA CENTROAMERICANA
- BANCO DEL PAÍS
- BANCO PROMERICA
- BANCO HONDUREÑO DEL CAFÉ
- BANCO DE LOS TRABAJADORES
- BANCO POPULAR
- BANCO DE DESAROLLO RURAL
- BANCO AZTECA

11. ¿Cuál de las plataformas que usted tiene acceso en línea es la de su preferencia? *

- BANCO DAVIVIENDA
- BANCO ATLÁNTIDA
- BANCO FICOHSA
- BANCO DE AMÉRICA CENTRAL
- BANCO DE OCCIDENTE
- BANCO LAFISE
- BANCO FINANCIERA CENTROAMERICANA
- BANCO DEL PAÍS
- BANCO PROMERICA
- BANCO HONDUREÑO DEL CAFÉ
- BANCO DE LOS TRABAJADORES
- BANCO POPULAR
- BANCO DE DESAROLLO RURAL
- BANCO AZTECA

12. ¿Antes del confinamiento debido a la Pandemia de la COVID-19 con qué frecuencia realizaba transacciones en la Banca electrónica?

- Frecuentemente
- 1 a 3 veces por semana
- 4 a 5 veces al mes
- Ocasionalmente

Variable Tecnología

13. ¿Cuál de los siguientes dispositivos electrónicos utiliza para realizar sus transacciones en la Banca en Línea? *

- Celular
- Computadora
- Tablet
- Todas las anteriores

14. ¿Actualmente, desde qué lugar se conecta usted con más frecuencia para realizar transacciones en la Banca en Línea?

- Casa
- Trabajo
- Otro _____

15. Al realizar usted las transacciones en línea ¿El Banco de su preferencia cuenta con herramientas que brinden asesoría e información inmediata, que iguale al servicio presencial?

- Sí, tiene un chat interactivo.
- Sí, puedo consultar por medio del Call Center
- No lo sé
- Prefiero el Servicio de Atención Presencial

16. Exceptuando el retiro de efectivo en cantidades significativas ¿Considera que la plataforma de Banca en Línea cuenta con la tecnología para sustituir las agencias presenciales? * Si, su respuesta es no, explique por qué en la siguiente pregunta

- Si
- No

17. ¿Por qué piensa que la Banca en Línea aún no puede sustituir las agencias Bancarias?

- Atención Personalizada
- Trato humano
- Variedad y acceso a los servicios
- Otro

Variable Servicio al Cliente

18. ¿Considera que el Banco de su preferencia le brinda un servicio de calidad a través de la Banca en Línea? *

(1) Pésimo, (2) Malo, (3) Regular, (4) Buena y (5) Excelente

- | | | | | |
|--------|---|---|---|-----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Pésimo | | | | Excelente |

19. ¿Qué tan satisfecho se encuentra el tiempo de respuesta sobre los servicios virtuales que le ofrece el Banco de su preferencia? *

(1) Pésimo, (2) Malo, (3) Regular, (4) Buena y (5) Excelente.

- | | | | | |
|--------|---|---|---|-----------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Pésimo | | | | Excelente |

20. ¿Cuál de estos aspectos considera usted más relevante al utilizar la Banca en Línea?

- Variedad en el servicio
- Facilidad en el acceso
- Credibilidad Bancaria
- Disponibilidad de horario

21. ¿Qué pagos realiza normalmente mediante la Banca en Línea? *

- Pago de Servicios Públicos (ENEE, SANAA, HONDUTEL)
- Pago de Cable y/o Internet Residencial
- Pago de Plan Móvil o Compra de Recarga
- Pago de Tarjeta de Crédito
- Pago de Préstamo Hipotecario
- Pago de Préstamo Personal
- Otros Pagos

22. ¿Qué gestiones efectúa regularmente mediante la Banca en Línea?

- Transferencias ACH (a diferentes Bancos)
- Transferencia entre el mismo Banco
- Redención de puntos
- Reclamos
- Solicitudes (Préstamos, T/C, Extrafinanciamiento)
- Otras transacciones

Variable Seguridad y Confianza

23. ¿Considera usted que su Banco le ofrece la seguridad necesaria para realizar sus transacciones en línea? *

- Nada confiable
- No lo he considerado
- Sí, puede mejorar
- Sí, es seguro

24. ¿Qué aspecto considera que le brinda el Banco de su preferencia al realizar sus transacciones por medio de la Banca Electrónica? *

- Ahorro de tiempo
- Seguridad
- Comodidad
- Facilidad
- Conveniencia
- Otro

25. ¿En la escala del 1 al 5 qué tan seguro se siente brindando datos personales para interactuar en su Banca electrónica? *

(1) Prefiero asistir a Agencia, (2) Poco Seguro, (3) Normal, (4) Seguro y (5) Muy Seguro.

- | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Prefiero la Agencia | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> Muy Seguro |

Variable Innovación

26. ¿El Banco de su mayor preferencia ha innovado e integrado nuevos servicios en su Banca Electrónica a raíz de la Pandemia, satisfaciendo sus necesidades?

- Sí
- No

27. ¿Durante el confinamiento debido a la Pandemia de la COVID-19 con qué frecuencia realiza transacciones en la Banca Electrónica? *

- Frecuentemente
- 1 a 3 veces por semana
- 4 a 5 veces al mes
- Ocasionalmente

28. ¿Considera usted que la plataforma digital que está utilizando necesita mejoras de atención en los servicios que le ofrece?

Sí

No

29. ¿Qué servicios de la Banca en Línea considera usted que su Banco no provee y/o debe mejorar?

Especifique _____

