



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**LA VALORACIÓN DE LA FACILIDAD DE USO DE LA
PLATAFORMA ELECTRÓNICA BANCANET 3.0 POR
PARTE DE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS
EN EL BANCO LAFISE TORRE PRINCIPAL EN LA
CIUDAD DE TEGUCIGALPA**

SUSTENTADO POR:

**CRISTIAN JOSUÉ REYES GONZALES
ERICK JOEL REYES GONZALES**

PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE

**MÁSTER EN
DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

TEGUCIGALPA, FRANCISCO MORAZAN, HONDURAS, C.A.

ENERO, 2019

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
CENTROAMERICANA**

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

**LA VALORACIÓN DE LA FACILIDAD DE USO DE LA
PLATAFORMA ELECTRÓNICA BANCANET 3.0 POR
PARTE DE LOS CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS
EN EL BANCO LAFISE TORRE PRINCIPAL EN LA
CIUDAD DE TEGUCIGALPA**

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

MÁSTER EN

DIRECCIÓN EMPRESARIAL

ASESOR

ADRIANA GEORGINA HERNANDEZ

MIEMBROS DE LA TERNA:

GUILLERMO BERLIOZ

FRANCISCO MOLINA



FACULTAD DE POSTGRADO

La Valoración de la Facilidad de Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa.

**Cristian Josué Reyes Gonzales
Erick Joel Reyes Gonzales**

Resumen

Grupo LAFISE es un holding empresarial moderno y diversificado que busca integrar y dinamizar los mercados de la región mediante una plataforma tecnológica avanzada y un servicio ágil amigable de calidad mundial, donde aportan soluciones financieras para los requerimientos de instituciones, como empresas y personas, apoyando el desarrollo de las comunidades y los países. Bancanet es una plataforma completamente hecha en casa por un grupo de programadores del Banco. Tiene más de 15 años y ha tenido muchas transformaciones y mejoras continuas procurando siempre satisfacer las necesidades básicas de los clientes. Es por eso por lo que el presente estudio tiene por objetivo medir La Valoración de la Facilidad de Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa, basados en las variables de atención del clientes internos y externos, servicios, uso de la plataforma electrónica Bancanet 3.0 y de esta manera saber el impacto que estos factores tienen sobre el grado de satisfacción final de los usuarios. Para estos fines, se lleva a cabo un estudio descriptivo lineal, con la entrevista y utilizando la encuesta. Con los resultados obtenidos se busca la propuesta para lograr mejoras continuas para la institución.

Palabras claves: (Cliente, Plataforma, Usuario, Calidad, Satisfacción)



GRADUATE SCHOOL

The Valuation of the Ease of Use of the Bancanet 3.0 Electronic Platform by the Internal and External Clients in the LAFISE Main Tower Bank in the city of Tegucigalpa.

**Cristian Josué Reyes Gonzales
Erick Joel Reyes Gonzales**

Abstract

Group LAFISE is a modern and diversified business holding company that seeks to integrate and revitalize the markets of the region through an advanced technological platform and an agile service of world-class quality, where they provide financial solutions for the requirements of institutions, such as companies and individuals, supporting the development of communities and countries. Bancanet is a platform completely made at home by a group of programmers of the Bank. It has more than 15 years and has had many transformations and continuous improvements always trying to meet the basic needs of customers. That is why this study aims to measure the Valuation of the Ease of Use of the Bancanet 3.0 Electronic Platform by the Internal and External Clients in the LAFISE Main Tower Bank in the city of Tegucigalpa, based on the internal and external customer service variables, services, use of the Bancanet 3.0 electronic platform, and in this way to know the impact that these factors have on the degree of final satisfaction of the users. For these purposes, a linear descriptive study is carried out, with the interview and using the survey. With the results obtained, the proposal is sought to achieve continuous improvements for the institution.

Palabras claves: (Client, Platform, User, Quality, Satisfaction)

DEDICATORIA

A mi Gran Dios Todopoderoso

En primer lugar agradezco a Dios, Quién siempre me sostuvo con su providencia, dándome los dones de la salud, sabiduría, perseverancia, paciencia y guiándome hacia el camino correcto durante estos años como estudiante universitario de Post Grado. Gracias a Él por su amor, misericordia, bondad y permitirme vivir grandes experiencias, alegrías y lecciones que formaron parte en mi vida y ahora en convertirme en un profesional.

A mis Padres

Por el gran apoyo incondicional, emocional y económico ya que han sido un pilar fundamental para llegar a esta estancia muy importante en mi vida, también por influir siempre positivamente sobre las adversidades enfrentadas a lo largo de mi preparación universitaria de Post Grado.

Cristian Josué Reyes Gonzales

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso

En primer lugar le doy gracias a Dios quien siempre me apoya en todo momento me permitió culminar esta meta impuesta con mucho esfuerzo, sacrificio y paciencia.

Sobre todo en mi etapa de estudiante universitario de Post Grado medio salud, además me dio la fuerza cada día para seguir hacia adelante. Quien me otorgo unos padres excelentes que siempre me brindaron su apoyo para convertirme en un profesional.

A mis Padres.

Que son mis primeros maestros, por todo el gran apoyo tanto económico y emocional para culminar mis estudios en una Universidad de Post Grado, siempre tuvieron las palabras para cada situación tanto en los aciertos y los desaciertos que ayudaron para siempre ir hacia adelante. Por ser el apoyo incondicional en mi vida para luchar hasta el final sin rendirme también sus innumerables consejos, velando por mi futuro académico y espiritual.

Erick Joel Reyes Gonzales

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios Todopoderoso, por permitirnos concluir esta etapa de nuestra formación académica, por darnos la fuerza y motivación para poder llegar hasta este punto.

A nuestras familias que han dado todo su apoyo incondicional en estos arduos años de estudio. Que han logrado acompañarnos en nuestras ausencias, y apoyarnos en los momentos que más lo hemos necesitado.

A los catedráticos que durante los últimos años con paciencia nos han logrado llevar de la mano en este arduo camino. A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) por habernos abierto sus puertas y brindarnos las herramientas necesarias para facilitar nuestra meta.

A nuestra asesora metodológica, Adriana Georgina Hernández, que con mucha paciencia se tomó el tiempo para podernos guiar, orientar y aconsejar en la culminación de este proyecto.

A todos los usuarios, Clientes Internos y Externos del Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa por haber estado dispuestos a participar en las entrevistas y encuestas para la realización de este estudio.

A las autoridades de del Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa y a todo su personal, por habernos permitido la entrada a la realización de este estudio dentro de las instalaciones, brindándonos todo el apoyo necesario para los fines.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	ix
DEDICATORIA.....	x
AGRADECIMIENTO	xi
ÍNDICE DE CONTENIDO	xii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1 Introducción	15
1.2 Antecedentes del Problema	16
1.3 Definición del Problema.....	17
1.4 Objetivos del Proyecto	19
1.5 Justificación.....	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	21
2.1 Análisis de la Situación Actual	21
2.2 Teorías de Sustento	27
2.2.1 Análisis de las metodologías	27
2.2.2 Antecedentes de las metodologías.....	38
2.2.3 Análisis crítico de las metodologías.....	40
2.3 Conceptualización	41
2.4 Instrumentos Utilizados.....	42
2.5 Marco Legal	42
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	44
3.1 DISEÑO METODOLÓGICO	44
3.1.1 POBLACION Y MUESTRA	44
3.1.1.1 Población.....	44
3.2 Universo	45
3.2.1 Población.....	45
3.2.2 Muestra.....	45
3.2.3 Criterios de Inclusión.....	46
3.2.4 Criterios de Exclusión.....	46
3.2.5 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES	47
3.2.6 INSTRUMENTACION.....	50

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	52
4.1 Edad de Clientes Internos Vrs Género de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal	52
4.2 Edad de Clientes Externos Vrs Género de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal	54
4.3 Edad y Género de Clientes Internos Comparado con Edad y Género de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal.....	56
4.4 Grado Académico Clientes Internos Vrs Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal.....	56
4.5 Grado Académico Clientes Externos Vrs Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal.....	57
4.6 Grado Académico y Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 Clientes Internos Vrs de Grado Académico y Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal.....	58
4.7 Nivel de Confiabilidad de la Plataforma Bancanet 3.0 Clientes Internos Vrs Tipo de Transacción de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal	59
4.8 Nivel de Confiabilidad de la Plataforma Bancanet 3.0 Clientes Externos Vrs Tipo de Transacción de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal	61
4.9 Buena Atención del personal del Banco Vrs El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal.....	63
4.10 Buena Atención del personal del Banco Vrs El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal.....	65
4.11 ¿Ha Tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Bancanet Cliente Interno? Vrs ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Interno del Banco LAFISE Torre Principal?	67
4.12 ¿Ha Tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Bancanet Cliente Externo? Vrs ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Externo del Banco LAFISE Torre Principal?.....	68
4.13 ¿En general que tan bueno ha sido su experiencia con la Plataforma Electrónica Bancanet del banco y que tanto lo recomendaría Cliente Interno? Vrs ¿Cuál es el tipo de beneficio que presenta la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Interno del Banco LAFISE Torre	

Principal?.....	69
4.14 ¿Considera que hay una Buena Carga de la Pagina Web de la Plataforma Electrónica Bancanet del banco Cliente Externo? Vrs ¿Cuál es el Nivel de Confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Externo del Banco LAFISE Torre Principal?	71
CAPÍTULO V. PROPUESTA DE MEJORA	72
5.1 Estrategias Bancarias para la Satisfacción y Fidelización de Clientes	72
5.2 Generación Omnicanal	77
5.2.1 Nueva propuesta de valor para lograr una armoniosa atención al Cliente	77
CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
6.1 Conclusiones	83
6.2 Recomendaciones.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	87
ANEXOS	89
Anexo 1 Formato de Entrevista a Profundidad con Experto #1	89
Anexo 2 Formato de Entrevista a Profundidad con Experto #2.....	90
Anexo 3 Formato de Entrevista a Profundidad con Experto #3.....	91
Anexo 4 Formato de Encuesta para Clientes Interno.....	92
Anexo 5 Formato de Encuesta para Clientes Externo.....	94

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

El presente trabajo de investigación se elaboró con el objetivo de encontrar la percepción y valoración de los clientes internos y externos la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de los productos y servicios que esta genera, así mismo conocer sus elementos y características clave de la institución financiera Banco LAFISE Torre Principal de la ciudad de Tegucigalpa, también encontrar una solución adecuada que permita dar mayor facilidad de uso para así aprovechar todos los beneficios lograr una mayor satisfacción en el cliente final.

Las plataformas electrónicas, el e-banking, Netbanking, Banca electrónica o Internet banking son los términos utilizados que definen la posibilidad de realizar una gran parte de las transacciones bancarias por internet, lo cual se ha convertido en una herramienta de uso común, principalmente por las facilidades que ofrece en el ahorro de tiempo, disponibilidad de horario y economía, al eliminar la necesidad de trasladarse hasta la sucursal.

Para los objetivos que buscan los modelos de calidad de servicio en los cuales basamos esta investigación, Los autores definen la calidad de servicio como la diferencia entre el nivel de servicio esperado y la percepción del cliente sobre el nivel del servicio recibido. Los autores sugieren cinco dimensiones que reflejan las características que los clientes tienen en cuenta cuando evalúan la experiencia del servicio (Dolors Setó Pamies, 2004), de acuerdo con (Muci y Martín 2004), las instituciones financieras tienen características diferentes a cualquier empresa comercial, ya que manejan el dinero del público, por esta razón estas instituciones deben tener bases de seguridad, transparencia y confianza; en esta idea está inmersa igualmente la banca en línea. Como, los avances tecnológicos no solamente añaden un elemento de minimización de costos a los bancos, sino que son un cambio en el modo tradicional de realizar las operaciones, en este sentido, la informática abre nuevas oportunidades y riesgos.

Para los fines de esta investigación, se decidió basar el nivel de satisfacción percibido en la facilidad de uso de la plataforma Bancanet 3.0 por los usuarios en variables que consideramos fundamentales en la evaluación de una atención integral.

1.2 Antecedentes del Problema

El desarrollo de las tecnologías, en la última década, ha dado un impulso notable a nuevos medios de comunicación, los cuales hasta hace pocos años no pasaban de ser experimentos comunicacionales, con un radio de acción restringido. La profesora María del Pilar Vidal (2006).

Grupo LAFISE es un holding empresarial moderno y diversificado que busca integrar y dinamizar los mercados de la región mediante una plataforma tecnológica avanzada y un servicio ágil amigable de calidad mundial, donde aportan soluciones financieras para los requerimientos de instituciones, como empresas y personas, apoyando el desarrollo de las comunidades y los países. Bancanet es una plataforma completamente hecha en casa por un grupo de programadores del Banco. Tiene más de 15 años y ha tenido muchas transformaciones y mejoras continuas procurando siempre satisfacer las necesidades básicas de los clientes.

Actualmente se pueden realizar transferencias entre cuentas propias, transferencias a cuentas de terceros y otros bancos del Grupo, pagos a entidades privadas y públicas (LAFISEservicios), Transferencia Internacional, Recarga Cel, Ordenar Chequeras, entre otras. Cuenta con un portafolio de servicios bastante amplio, sin embargo cada cliente puede estimar a su conveniencia que opciones habilitar. El cliente puede acceder a la información de todas sus cuentas y realizar transacciones bancarias Realizar transacciones bancarias ingresando al sitio web del Banco.

El cliente obtiene su acceso al servicio de Bancanet solicitando su Número de Usuario y Número de Identificación Personal (PIN) en el área de servicios bancarios de cualquier sucursal de Banco LAFISE Honduras, anteriormente se estaba utilizando la plataforma electrónica Bancanet 2.0 que posteriormente se actualizó por Bancanet 3.0 con el fin de modernizar, minimizar los errores dentro de la plataforma, mejorando su flujo de la información, el fin de la creación de Bancanet es para administrar de manera eficiente las finanzas del usuario, en cualquier parte que el cliente se encuentre, el canal de la plataforma se incorporó Banca Móvil, posteriormente hubo un cambio de dirección y se fueron incorporando otros servicios de mayor uso adicionalmente otros canales, ahora conocidos como LAFISE Móvil, ATM LAFISE,

ServiRed LAFISE, Fono Banca y Redes Sociales (Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat)

Desde hace varios años, las instituciones bancarias empezaron a ofrecer a sus clientes la posibilidad de realizar diversos trámites a través de los medios electrónicos y aunque esta transición se ha dado lentamente, hoy en día miles de usuarios optan por manejar sus cuentas a través de Internet y con la facilidad de un simple “clic” desde cualquier parte del mundo.

Los estudios comprueban que el sector que más está usando las tecnologías de información en el mundo es el sector financiero. Esto se explica por la necesidad que tienen las instituciones de este sector de proveer opciones tecnológicas que satisfagan las necesidades de los clientes. A medida que se desarrollan las necesidades tecnológicas, el consumidor se aleja de aquel banco que no las tiene.

En Honduras la banca electrónica se afianza más, el nuevo mercado está siendo explorado por la mayoría de las instituciones financieras hondureñas, con productos que buscan hacer más ágil la entrega de los servicios y productos a sus clientes, sin necesidad de ir a una agencia bancaria. El Estudio de banca móvil y dinero móvil en Honduras de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) señala que la cantidad total de las transferencias a través de banca móvil realizadas en el 2014 superaron los 3,500 millones de lempiras, representando el 0.87% del total del producto interno bruto (PIB) para el 2014.

1.3 Definición del Problema

La Valoración de la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa.

Enunciado del Problema:

La plataforma electrónica ha evolucionado a Bancanet 3.0 de Banco LAFISE a nivel regional que ha brindado sus servicios durante más de 15 años, sirviendo a diferentes tipos de clientes, ayudándoles a dar la mejor experiencia y al acceso a una conexión de forma más rápida

y simplicidad en los atributos esenciales en la evolución de transferencias, servicios y productos con un concepto que se integra de manera total con una relación de asesoramiento con los clientes de la región donde pasa a ser una interacción única y diferenciada con rápida capacidad de respuesta, con la idea que sea de un fácil uso que permita a los distintos clientes realizar las diferentes operaciones que deseen ejecutar en tiempo forma según sea la necesidad requerida por ellos, desde la comodidad de su casa, lugares de trabajo o en el extranjero, la demanda de los usuarios crece cada vez más. El nivel de crecimiento de la demanda obliga a evaluar con detenimiento la situación actual de los servicios brindados a los usuarios, facilidad de uso y acceso, para visualizar el comportamiento de los usuarios con la plataforma electrónica céntranos en nuestra investigación para conocer La Valoración de la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa.

Formulación del Problema

¿Cómo Valoran la Facilidad de Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la Ciudad de Tegucigalpa?

Preguntas de Investigación

- 1) ¿Cuáles son los usos más frecuentes que le dan los clientes internos y externos a la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?
- 2) ¿Cuáles son las dificultades que tienen los clientes internos y externos en la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 desarrollada en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?
- 3) ¿Cuál es el nivel de confiabilidad percibido por parte de los clientes internos y externos de Bancanet 3.0 desarrollada en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?
- 4) ¿Existe una buena capacidad de respuesta en la atención por el uso de la plataforma Bancanet 3.0 en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?

1.4 Objetivos del Proyecto

1.4.1 Objetivo General

Analizar la Valoración de la Facilidad de Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la Ciudad de Tegucigalpa.

1.4.2 Objetivos Específicos

1) Determinar cuáles son los usos más frecuentes de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los clientes internos y externos en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa.

2) Medir el nivel de confiabilidad de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los clientes internos y externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la Ciudad de Tegucigalpa.

3) Describir las dificultades presentadas en la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los clientes internos y externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la Ciudad de Tegucigalpa.

4) Establecer propuestas de mejora que aporten al beneficio en el uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los clientes internos y externos en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa.

1.5 Justificación

La pretensión de realizar esta investigación es determinar cuál es La Valoración de la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa.

La investigación está focalizada en medir el nivel de La Valoración de la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal, ubicada en Próceres de la ciudad de Tegucigalpa, el estudio permitirá ver la apreciación que tienen los usuarios internos y externos de usabilidad de plataforma que ofrece el Banco LAFISE, teniendo la oportunidad de incrementar la demanda de clientes y lograr

fidelidad. Se evalúan indicadores como la facilidad de manejo de la plataforma para clientes internos y externos, atención y servicio del mismo, beneficios. Estos indicadores permitirán obtener puntos de intervención una vez obtenidos los resultados, para que de esta forma se proponga un plan de mejora que permita disminuir los aspectos que no agregan valor en cuanto a la usabilidad de la plataforma electrónica y unos servicios o productos diferenciado a los demás bancos de Tegucigalpa. Los beneficiarios de este estudio serán los clientes que tienen cuenta de banco, recibiendo servicios y productos, otras opciones que agregan mayor calidad, como también con la visión que el banco sea reconocida como una de las mejores Instituciones financieras en Honduras que se encarga de brindar excelente servicios al cliente en temas de banca electrónica y en general.

La valoración de Bancanet como el servicio de banca electrónica con el que se puede realizar desde cualquier computadora o dispositivo móvil todas tus consultas, transferencias y pagos de forma fácil y segura, los usuarios por medio de esta plataforma se ven beneficiados para la administración y control absoluto en línea de las diferentes cuentas, montos máximos, operaciones y transacciones financieras, también para conocer la nueva actuación de Bancanet 3.0 y como lo han valorado los clientes en cuanto rapidez, comodidad, y seguridad así mismo conocer más de esta plataforma su desarrollo, comportamiento, beneficios, aceptación de los diferentes usuarios.

La importancia de que los clientes estén satisfechos con la variedad de servicios que ofrece, banca en línea le permitirá al usuario comprobar los saldos a detalle, transferir fondos entre cuentas, pagar facturas y cambiar información personal, también el cliente puede abrir y cerrar cuentas en línea, comprar acciones y controles de orden.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Análisis de la Situación Actual

El sector financiero siempre ha apostado por la tecnología como medio para desarrollar su actividad, hasta tal punto que ha sido el segundo sector económico (después de la informática y la I+D) con mayor penetración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), adelantado recientemente por los servicios empresariales (Ontiveros, Martín, Navarro y Rodríguez, 2012). Por otro lado, cuestiones como la transparencia en la gestión, la personalización de los servicios o la comunicación bidireccional deben ser el objetivo de una nueva estrategia, puesto que la mayoría de los internautas comparan ahora la oferta de diversas entidades antes de tomar una decisión de contratación de productos financieros (Heng, Meyer y Stobbe, 2007). El carácter virtual de los servicios que se ofrecen en el mundo financiero hace que el crecimiento en el uso de la banca por Internet tenga una importante repercusión en el sector bancario.

Se ha observado cómo fue surgiendo este proceso de incursión de la tecnología en el mundo financiero, dadas a las ventajas que presenta Internet como canal electrónico financiero, pasaría a convertirse en una necesidad competitiva que debería adoptarse obligatoriamente por la mayoría de las instituciones financieras y actividades bancarias (Tan y Teo, 2000). Los sofisticados productos y servicios ofrecidos por la banca en Internet proveen a sus clientes información minuciosa, permitiéndoles a estos, tomar sus decisiones financieras de manera oportuna (Kalakota y Whinston, 1996), desde hace varios años que se trabajaba procesando la información en ordenadores centrales de mayor capacidad, hasta este momento de importante desarrollo tecnológico en el que son varios los canales que se complementan para ofrecer un mejor servicio al cliente, en ambientes virtuales de comunicación la confianza es aún más crítica (Pavlou, 2003).

Se ha visto un crecimiento bastante pronunciado de las ofertas de sistemas de banca en línea por parte de las entidades bancarias, en los últimos años. Hay una marcada tendencia en las opciones disponibles por estos sistemas hacia el pago de servicios y las transferencias entre cuentas, muchas variables son consideradas, como por ejemplo, la velocidad, la navegabilidad, la conectividad y la disponibilidad del servicio (Lee y Turban, 2001). Se espera que en los próximos años, las competencias se refieren, a las habilidades, capacidades y características que

llevan a una de las partes a dominar una temática específica que es relevante para el éxito de la transacción (Mayer et al., 1995) en este segmento del mercado se vuelva más feroz, ya que la diversificación de estos servicios y la innovación se están haciendo notar en el sistema financiero nacional. La nueva Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 del Banco LAFISE, el permite realizar transferencias monetarias interbancarias, presupone una infraestructura tecnológica básica avanzada de interfaz amigable de fácil uso entre las entidades financieras involucradas, para poder entrar en esta nueva partida, ha demostrado la benevolencia está relacionada con la creencia del consumidor, de que la empresa está interesada en lograr el beneficio mutuo entre las partes (Doney y Cannon, 1997), sin anteponer su propio interés sobre el de sus clientes (Sirdehsmukh et al., 2002) y sin comportarse de manera oportunista (Larzelere y Huston, 1980).

Se podido ver la Banca a distancia, y especialmente la banca en línea, se ha desarrollado al ritmo de la profundización en la sociedad de la información en muchas partes del mundo, hasta consolidarse como un canal esencial para la distribución de servicios financieros, gracias a la confianza tendería a aumentar en la medida que las personas tengan experiencias positivas con un determinado suceso (Smith y Swinyard, 1982). Cuatro factores han facilitado esta situación: los cambios normativos y regulatorios, los desarrollos tecnológicos del mercado, las mejoras en el acceso y uso y funcionalidad ofrecida y, por último, las mejoras en la seguridad de los canales electrónicos (Artículo Ekonomiaz N° 66, 3, cuatrimestre, 2007).

Se percibe que existe un aumento significativo en la banca móvil en el desarrollo de aplicaciones orientadas hacia dispositivos móviles, principalmente celulares y teléfonos inteligentes, tabletas, el desafío es alcanzar la confianza de los consumidores. Lograr una percepción de seguridad es uno de los factores claves que permiten alcanzar la confianza hacia un banco en Internet (Cheung y Lee, 2005). Sin embargo, al comparar los servicios de la región centroamericana con los servicios ofrecidos en los países asiáticos por ejemplo, nos podemos dar cuenta que esto podría ser incluso un plan piloto, ya que la tecnología mundial está ofreciendo nuevas y más sofisticadas herramientas desde un dispositivo móvil, aprovechando, tanto la tecnología SMS, como la tecnología WAP (Protocolo de aplicación sin hilos que permite acceder a internet desde un teléfono móvil). Hay más entidades bancarias como BAC, Banco FICOHSA y por su puesto Banco LAFISE están implementando sus propias soluciones, el desarrollo y el

uso apropiado de mecanismos de seguridad para dar protección no sólo a los consumidores, sino también a la propia empresa (ChenyBarnes,2007).

Se ha percibido la BANCA TRADICIONAL VS BANCA ELECTRÓNICA Banca tradicional: hace referencia a un canal físico que en este caso está dado por un banco, tomando la conceptualización de banco expresada por Rojas (2009), donde menciona. Los bancos son instituciones financieras que tienen autorización para aceptar depósitos y para conceder créditos. Estos persiguen la obtención de beneficios. Por eso tratan de prestar los fondos que reciben de tal forma que la diferencia entre los ingresos que obtienen y los costos en que incurren sea lo mayor posible (p.5). Según el especialista en innovación Brett King en su intervención en Miami el 5 de septiembre de 2015, donde se abordó el impacto de la tecnología y los servicios financieros, indica que la banca tradicional corre el riesgo de desaparecer a menos que se transforme y de pasos hacia la innovación, expresando "Si usted no elimina cualquier firma en cualquier producto en los próximos 5 años usted no es un banco digital. Si no lo hace, va a estar en camino a salir del negocio". (Revista Líderes, 2015).

Por otro lado está la diferenciación entre banca electrónica, banca Virtual y banca on-line donde: Banca Electrónica: es el conjunto de productos y procesos que permiten, mediante procedimientos informáticos, que el cliente pueda realizar una serie, cada vez más amplia, de transacciones bancarias sin necesidad (Tamames & Gallego, 1994). Banca virtual: es un sistema basado en internet para la comunicación de información e interacción empresarial. Utiliza el internet para conexiones entre personas (clientes) y sitios de información, incluyendo rígidos mecanismos de seguridad para que el envío de información sea privado y confidencial (Quimis & Carreño, 2014, p.9). Banca on-line: Se refiere a todas las herramientas que son ofertadas a los usuarios por las entidades bancarias, para que éstos realicen todas sus operaciones bancarias únicamente con el soporte de una computadora que esté conectada a internet. Se puede decir que la banca on-line es el sistema de información que permite al usuario el uso de todos los recursos tecnológicos que brinda la red, para que los clientes realicen sus trámites bancarios de forma virtual. (Quimis & Carreño, 2014, p.9).

Según un estudio realizado por la empresa Technisys y la Universidad de Stanford sobre la situación de la banca electrónica en América Latina (Revista Líderes, 2015), la gran mayoría de las organizaciones bancarias continúa dando una alta importancia a las sucursales. "En

América Latina el 80% de los bancos aún continúa clasificando a las sucursales entre los canales más importantes para la interacción con el cliente y por el número de transacciones que se efectúan”. No obstante el 67% y el 80% de las instituciones bancarias califican como prioridad a los cajeros electrónicos y a los servicios bancarios a través de internet. Aun así, la mayoría de los bancos considera que necesita trabajar más para cumplir con las necesidades de sus clientes digitales y el 61% asegura estar invirtiendo en forma activa para lograrlo. Sólo el 28% de los bancos entrevistados para este estudio, que incluyó entidades de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Honduras, México, Perú y Uruguay, consideran que están cumpliendo adecuadamente con estas necesidades electrónicas.

Finalmente, podemos mencionar a la usabilidad. Se nota en el nuevo entorno electrónico, la usabilidad percibida en el sitio web podría influir en el comportamiento de compra del consumidor de manera similar a cómo influyen los diferentes aspectos asociados al diseño de los establecimientos tradicionales, la seguridad debe ser capaz de resistir ataques de terceros que puedan comprometer los datos y los servicios ofrecidos por la empresa (Schneider, 1998). En un sitio web, la usabilidad refleja la facilidad percibida para la navegación en el mismo o la realización de compras a través de Internet (Davis, 1989). En concreto, hace referencia a la facilidad con la que el usuario es capaz de aprender a manejar el sistema, a su facilidad para memorizar las rutinas básicas de su funcionamiento, al nivel de eficiencia con la que se ha diseñado el sitio web, al grado de reducción de errores y en definitiva, a la satisfacción general que experimenta el usuario al manejarlo. En su relación con la confianza, en la literatura se ha destacado que los atributos que caracterizan al sitio web, y más concretamente su grado de usabilidad, inciden de manera significativa en las percepciones del consumidor, y por consiguiente sobre su grado de confianza hacia la empresa que realiza sus transacciones a través de Internet (Kim y Moon, 1998).

Desde el punto de perspectiva de la observación, fue apreciado de gran manera fomentar el desarrollo de estudios que integren los factores influyentes en la valoración y la percepción de una plataforma electrónica en una institución bancaria. Se cree en una iniciativa para llegar a consenso nacional y así establecer medidas comunes y uniformes del desempeño, mejora y calidad de los servicios en línea.

Es por ese motivo se realizó esta investigación ver el valoración y la percepción de los clientes internos y externos de la plataforma electrónica Bancanet 3.0 de los productos y servicios que genera en el Banco LAFISE Torre Principal de Próceres en Tegucigalpa. El Banco LAFISE es una institución financiera sólida que tiene presencia a nivel regional, caracterizándose por estar a la vanguardia de la tecnología y de brindar soluciones financieras innovadoras e integrales para sus clientes y funcional operacionalmente dentro los diferentes agencias. Se creó la plataforma electrónica Bancanet 3.0 con el fin de beneficiar a la población en general, de manera que pueda ofrecer servicios y productos de calidad en el más oportuna, dándole al cliente la oportunidad de mayor comodidad y realizar todas las transacciones desde su hogar sin necesidad de trasladarse al Banco o una agencia.

Funcionabilidad de la Plataforma Bancanet 3.0

La nueva y mejorada Sucursal en Línea que le permite vía Internet consultar, transferir, pagar, establecer paro de cheques y mucho más desde sus cuentas bancarias, préstamos, tarjetas de crédito, depósitos a plazo fijo y más, desde la comodidad del hogar, oficina o desde cualquier sitio en que se encuentre de forma rápida, segura, privada y sin restricciones de horario.

El canal web consta de una interfaz innovadora, diseñada para asegurar una experiencia de usuario amigable, sencillo y eficiente. La simplicidad, personalización y relevancia de la información desplegada son fundamentales para garantizar esta experiencia.

En esta plataforma encontrará nuevas y mejores funcionalidades que le permitan realizar sus transacciones de manera efectiva.

Valor Agregado

- Disponible en idioma Español e Inglés
- 3 opciones de Menús. Usted podrá acceder de forma rápida a las funcionalidades más utilizadas a través del Quick Bar.
- 4 tipos de vistas segmentadas (Simple, combinada, agrupada y por país)
- Desbloqueo de usuario en línea.
- Generación de nueva contraseña (disponible para usuarios con LAFISEid)

- Alertas transaccionales (Balance de tarjetas de crédito, saldos y movimientos de cuentas)
- Ayuda desde la opción Contáctenos en la web.
- Web responsive. Aplicación adaptable a diferentes dispositivos tales como Smartphones y Tablets.

Beneficios

- Totalmente gratis
- Número de transacciones o consultas ilimitadas
- Interfaz amigable
- Mayor seguridad en sus transacciones
- Consulta de cuentas y movimientos

Servicios Disponibles

- Transferencias entre cuentas propias
- Transferencias a terceros en Grupo LAFISE
- Transferencias Interbancarias vía ACH o TEF
- Transferencias Internacionales
- Transferencias vía eCCAPPS
- Paro de cheques u ordenar chequera.
- Envío Veloz (Transferencia a ATM LAFISE)
- LAFIServicios (Pago de Servicios Públicos y Privados)
- Pago a Tarjetas de Crédito LAFISE (Propias o de terceros)
- Pago a Préstamos LAFISE (Propios o de terceros)
- Recarga de Tarjeta Prepago Joven (Propia y de terceros)

Experiencia del Usuario

La Plataforma Bancanet 3.0 permite a los usuarios realizar sus transacciones en cualquier momento y desde cualquier lugar sin desplazarse a una agencia bancaria. Las necesidades de los consumidores a nivel mundial está creciendo en forma acelerada que ha llevado a la institución

financiera a renovar la plataforma electrónica para ir de la mano de los clientes. A través de Bancanet está respondiendo a dichas necesidades en forma oportuna en cuanto a tiempo y movimientos transaccionales. Uno componente clave de la plataforma, es que le permite a los usuarios reducir la portación de efectivo en sus bolsillos y ser menos susceptible al riesgo de la delincuencia.

2.2 Teorías de Sustento

2.2.1 Análisis de las metodologías

Modelos Explicativos el Proceso de Innovación Tecnológica en las Organizaciones

A lo largo de la historia se han desarrollado diferentes modelos que explican la generación de innovaciones, los esbozados a continuación cuentan con un amplio reconocimiento científico, como lo son: (a) Modelo Lineal (Modelo de Empuje de la Tecnología y Tirón de la Demanda), (b) Modelo por Etapas, (c) Modelos Interactivos o Mixtos, (d) Modelo Integrado, (e) Modelo de Red y (f) Modelo de la London Business Scholl. En los últimos cuarenta años ha cambiado la conceptualización de los procesos de innovación tecnológica y el enfoque de su gestión (Rothwell, 1994).

El Modelo Lineal

De acuerdo con Nuchera, León y Pavón (2002:66) esta manera de entender el proceso de innovación tecnológica va desde la ciencia hasta la tecnología y la representa mediante un modelo lineal que interpreta el origen de la innovación tecnológica como un proceso secuencial y ordenado que, a partir de conocimiento científico y tras diversas fases (investigación aplicada, desarrollo y producción) Es decir, según esta óptica la innovación inicia con la investigación básica, seguida por la investigación aplicada, posteriormente el desarrollo del prototipo, para luego culminar con la producción y comercialización de las innovaciones.

Con el objeto de responder como la innovación es parte fundamental en los procesos y desarrollo de nuevas ideas de forma secuencial y ordena que permita brindar un servicio eficiente, rápido como es la plataforma electrónica así como nuevas vías que pueda dar beneficios para los diferentes usuarios.

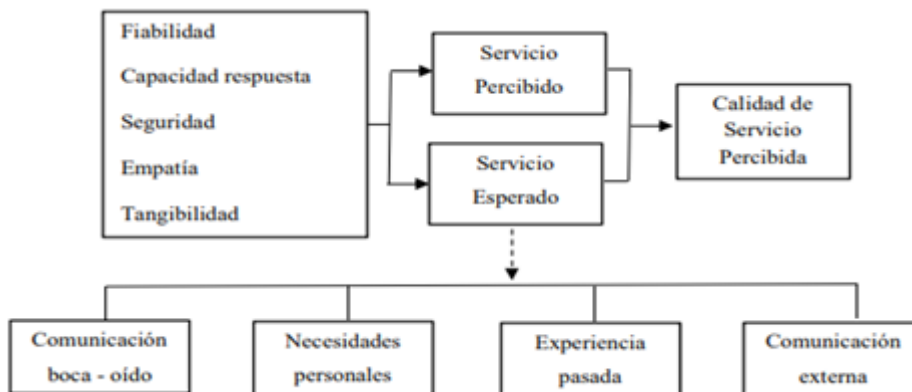
Modelo de Calidad de Servicio según Parasuraman, Zeithaml y Berry

A este modelo también se lo conoce como el modelo americano y se basa en el Paradigma de la Disconformidad. Los autores definen la calidad de servicio como la diferencia entre el nivel de servicio esperado y la percepción del cliente sobre el nivel del servicio recibido. Los autores sugieren cinco dimensiones que reflejan las características que los clientes tienen en cuenta cuando evalúan la experiencia del servicio (Dolors Setó Pamies, 2004). El modelo supone que los clientes comparan sus expectativas con sus percepciones para cada una de las dimensiones, ver Ilustración 1.

Modelo de Calidad de Servicio: Nuevas Aportaciones

El interés en la calidad de servicio ha crecido enormemente desde los años ochenta (Grönroos, 1983; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985; Lewis y Klein, 1987; Gummesson y Grönroos, 1988; Zeithaml, Berry y Parasuraman, 1988). Hoy en día, los productos y servicios no sólo tienen que ser aptos para el uso que se les ha asignado, sino que además tienen que igualar e incluso superar las expectativas que los clientes han depositado en ellos.

Ilustración 1. Modelo de Parasuraman Zeithaml y Berry (1993) adaptado de la calidad de servicio a la fidelidad del cliente (Seto, 2004) ESIC Editorial.



Según Rust y Oliver (1994) los juicios de satisfacción son el resultado de la diferencia percibida por el consumidor entre sus expectativas y la percepción del resultado. Estos autores plantean un

modelo de calidad de servicio formado por tres grandes dimensiones que se muestran a continuación, ver Ilustración 2:

- El resultado del servicio o producto
- La entrega del servicio
- El entorno del servicio



Ilustración 2. Calidad de Servicio según Rust y Oliver (1994) adaptado de calidad de servicio a la fidelidad del cliente (Seto, 2004) ESIC Editorial.

Con el fin de incorporar diferentes perspectivas, Garvin (1984) resalta ocho dimensiones de la calidad como un marco de referencia para el análisis de la planificación estratégica:

- Desempeño
- Características
- Confiabilidad: Probabilidad de un mal funcionamiento
- Apego: Habilidad de cumplir con las especificaciones
- Durabilidad
- Aspectos del servicio: Rapidez, cortesía, competencia y facilidad de corregir problemas

- Estética
- Calidad percibida.

Tiene como objetivo principal mejorar la calidad de servicio ofrecida de modo que los usuarios estén satisfechos con el desarrollo de la plataforma, así como sus quejas puedan ser atendidas de forma rápida y oportuna con una retroalimentación adecuada para corregir, atender y dar soluciones a posibles fallos.

Riesgos Propios de la Banca Electrónica

De acuerdo con Muci y Martín (2004), las instituciones financieras tienen características diferentes a cualquier empresa comercial, ya que manejan el dinero del público, por esta razón estas instituciones deben tener bases de seguridad, transparencia y confianza; en esta idea está inmersa igualmente la banca en línea. Como ya se ha expresado, los avances tecnológicos no solamente añaden un elemento de minimización de costos a los bancos, sino que son un cambio en el modo tradicional de realizar las operaciones, en este sentido, la informática abre nuevas oportunidades y riesgos. De acuerdo con los autores Muci y Martín (2004) el Comité de Basilea para la Supervisión Bancaria, ha emitido al respecto unos principios de manejo de riesgo para la banca en línea, los mismos han sido agrupados en cuatro (4) categorías: 1. Supervisión de la alta gerencia y junta directiva 2. Controles de seguridad 3. Protección de la confidencialidad de la base de datos 4. Manejo del riesgo legal y de reputación o buen nombre. (p. 354)

1. **Supervisión de la alta gerencia y junta directiva:** como en cualquier otra empresa la gerencia debe actuar de forma diligente lo que requiere conocimientos, destrezas y prudencias y al tratarse los bancos de instituciones que manejan recursos impropios, al presentarse negligencia de la gerencia podría acarrearles la cancelación o revocación de la autorización de funcionamiento y verse impedido para cumplir con sus servicios. Igualmente, es la gerencia la responsable del manejo de la banca en línea, de forma que se integre a las estrategias de la institución, el establecimiento de controles para identificar y mitigar los riesgos de las actividades bancarias ejecutadas por internet. Así

mismo, se debe prestar especial atención a las relaciones de dependencia (terciarias u outsourcing) con los proveedores de tecnología en los cuales los bancos no tienen el control directo, de esta forma se deben establecer y verificar los controles que prevengan e impidan el acceso no autorizado.

2. **Controles de seguridad:** siguiendo con lo expuesto por Muci y Martín (2004), una de las características y limitaciones de la banca en línea es que la relación “banco cliente es ciega”, es decir no se tienen certeza de la identidad del cliente aún cuando éste posea un número de identificación personal o una clave numérica o alfanumérica, el banco presume que el titular de la cuenta es con quien está interactuando en un momento determinado. Para que el banco pueda prevenir y atender de manera eficiente puede utilizar diversidad de metodologías para establecer la autenticación de los clientes, entre los cuales se tiene:

- Números de identificación personal (PIN)
- Contraseñas
- Tarjetas inteligentes
- Certificados electrónicos. (p.357)

Igualmente, las firmas electrónicas tienen la eficacia jurídica y valor probatorio de la manuscrita.

3. **Protección de la confidencialidad de la base de datos:** “confidencialidad implica el valor por el deber de mantener el secreto bancario” Muci y Martín (2004) (p.350) Según el banco de Basilea, las políticas y controles internos para el manejo de la confidencialidad de las bases de datos deben comprender: a) a la base de datos sólo podrán tener acceso las personas autorizadas, b) toda información confidencial debe ser mantenida en un ambiente seguro que la proteja de revisiones no autorizadas o cambios durante su transmisión por las redes públicas o privadas, c) que los estándares y controles internos sean asumidos por los terceros que prestan servicios de tecnología de información, consultoría, etc. O se encuentren vinculados al banco por efecto de alianzas tecnológicas.

4. **Manejo del riesgo legal y de reputación o buen nombre:** los servicios bancarios en línea deben ser prestados de manera continua y consistente en conformidad con las expectativas de los clientes, en relación a la rapidez, disponibilidad y atención inmediata de sus operaciones, y apegados igualmente a la legislación de la jurisdicción dónde se preste los servicios. Así mismo, la institución bancaria debe tener mecanismos para hacer frente de manera efectiva y eficiente cualquier incidente o ataque, interno o externo, que pudiera surgir y sufrir, los servidores y el sistema informático que le dan vida a la banca en línea. Como se puede ver, la gerencia bancaria tiene la responsabilidad de ser diligentes, efectivos, eficaces y eficientes, manteniendo controles que resguarden las operaciones en línea y así mismo su imagen como institución que maneja el dinero de los clientes.

Efecto de la Tecnología en el Negocio Bancario

En el sector bancario se denota la dificultad para diferenciarse con algo que sea único, intangible y no copiable. En cierta forma las nuevas tecnologías actúan como un arma de doble filo: por un lado constituyen una amenaza al aumentar la competitividad dentro del sector y, por otro, suponen una oportunidad para las entidades que sean capaces de transformarlas en un factor crítico para lograr mayor eficiencia sin aumentar el tamaño. Al respecto Sebastián y López (2001), manifiestan que en la banca electrónica viene a sumar beneficios y no a desplazar o reemplazar a los canales comerciales tradicionales. En la medida en que los bancos mejoren los servicios y diferencien la oferta con respecto a la competencia, independientemente de la reducción de costos, pueden sacar mayores beneficios a las nuevas tecnologías. Igualmente las entidades financieras no pueden ignorar ni las nuevas reglas de la competencia ni las necesidades de sus clientes, es decir se debe ofrecer servicios financieros donde, como, y cuando los clientes los requieran.

Arquitectura SET

Como método de pago basado en tarjeta, la solución SET (ver Ilustración 3) conlleva la presencia de 3 nuevas entidades electrónicas a parte de los sistemas tradicionales ya utilizados en la actualidad. Los nuevos componentes son: Entidad “Merchant” SET o Comerciante SET es la entidad encargada de gestionar el pago del bien o servicio iniciado por un comprador. El pago siempre lleva asociado una transacción con un aceptador (“acquirer”) para la autorización del importe a pagar por el comprador. Habitualmente a esta entidad se le denomina POS (“Point Of Sale”) o TPV (Terminal Punto de Venta) virtual ya que su comportamiento, entre otras funciones, simula el de los sistema tradicionales. Entidad “Cardholder” SET o Titular SET es la encargada de actuar en nombre del titular de la tarjeta virtual para realizar el pago. Habitualmente a esta entidad se le conoce como Wallet o Cartera ya que su funcionalidad es muy similar a una cartera en la cual se almacenan las tarjetas. Entidad “Gateway” SET o Pasarela SET cuya función es la de hacer de puente entre el sistema aceptador SET y el sistema financiero propietario ya existente. Esta entidad es muy importante en cuanto supone la conexión de los sistemas y redes de autorización privados existentes con el mundo de Internet.



Ilustración 3. Componentes de SET

En el sistema SET la seguridad en las transacciones se ha cuidado hasta el último detalle. El sistema utiliza las últimas tecnologías de firma digital y certificación para llevar a cabo la protección de los datos a través de Internet. (La seguridad de las transacciones bancarias en internet Jordi Buch i Tarrats Director de servicios profesionales de Safelayer Francisco Jordán Director de Investigación y Desarrollo de Safelayer).

Como función principal es tomar en cuenta la seguridad de las transacciones de los diferentes clientes de modo que se puedan sentir cómodos con el uso de la plataforma electrónica Bancanet

3.0, y la importancia de la protección de los datos, cuentas e información privada de los usuario para que los clientes tenga confianza para utilizar la plataforma electrónica.

Confianza Online

La denominada “e-confianza” es el pilar fundamental que sustenta la sociedad de la información y el comercio electrónico, permitiendo a los consumidores o usuarios establecer relaciones seguras con las empresas que comercializan productos o servicios en Internet (Pacheco, 2015).

La falta de contacto físico y la intangibilidad de los servicios online, hace que se considere a la confianza como uno de los factores más relevantes en las situaciones y actividades online (Gefen et al., 2003; Gefen y Straub, 2004; Harridge, 2006; Pavlou y Fygenson, 2006; Riegelsberger et al., 2005; Walczuch y Lundgren, 2004). Una razón para explicar este fenómeno es que en los ambientes virtuales muchas veces maximizan el grado de incertidumbre y riesgo (Hershel y Andrews, 1997). Según (Stell y Paden, 2002) la inexperiencia puede liderar una situación, el uso de Internet puede disminuir la falta de confianza y generar acciones de compra o transacciones online.

Algunos estudios indican que el nivel de confianza existente entre los consumidores online es reducido, a pesar de que la cantidad de individuos que utilizan de forma habitual Internet es cada día más elevada (Blanco, C. F., & Blasco, M. G. 2006). Según (Shaemi, A., & Saneian, Z. 2014). Este fenómeno quizás se deba a la variedad y complicación de las transacciones en línea. También (Grabner-Kräuter, 2002) indica que la desconfianza puede darse por la incertidumbre que está asociada a las transacciones online específicamente. Las preocupaciones sobre la privacidad en Internet y la confianza están conectados inseparablemente y puede tener impacto en la intensión de compras en línea (Manzano, J. A., Navarré, C. L., Mafé, C. R., & Blas, S. S. 2011).

Según (Weisberg et al., 2011). La confianza debe ser forjada por medio de la página web pues es la única fuente de fiabilidad para el consumidor, en otras palabras el consumidor debe estar seguro de que el vendedor que en este caso es la página web no abusará, ni violara su privacidad y siempre le presentara información correcta.

Dado que la clave del éxito operaciones económicas es evitar comportamientos oportunistas, los clientes en línea generalmente evitan los vendedores en línea en el que no confía ni conocen. Por lo tanto, los precursores importantes para continuidad de las relaciones comerciales son las creencias y tendencias de los clientes asociadas con la confianza en el vendedor de sitio web. Tales creencias dependen del nivel de riesgo percibido por el cliente y su nivel de percepción de control de información que el vendedor web tiene para intercambiar (Palvia, 2009).

En resumen la importancia inicial de construir y mantener confianza entre las partes es la pieza clave para facilitar el éxito de las transacciones online, la que está siendo reconocida en academias y también en comunidades de profesionales (Grabner-Kräuter y Kaluscha, 2003).

Confianza en servicios financieros y la banca online

Frente a mercados altamente competitivos y cada vez más saturados, ser percibido como digno de confianza es considerado un diferenciador importante (Ambler, 1997), convirtiéndose de este modo en un factor crítico para el éxito de los negocios especialmente en empresas de servicios (Parasuraman et al., 1985).

Como consecuencia de la naturaleza de riesgo e incertidumbre que involucra los negocios bancarios (Zineldin, 1995), la confianza adquiere un papel importante para el éxito de las actividades financieras y a su vez es considerado como medio para lograr relaciones a largo plazo. Bajo la lógica que la confianza impacta fuertemente en las relaciones comerciales, se puede deducir que los clientes que confían en sus bancos en contextos tradicionales, pueden extender estas expresiones hacia los servicios online. Tal como sugiere (Lynch et al 2001), la confianza tiene una correlación positiva con la lealtad hacia la marca, de modo que es extensible a todos los productos y servicios.

El comercio electrónico requiere de la banca por internet para realizar pagos por ello el uso de los sistemas electrónicos por las organizaciones financieras es cada vez más popular (Pour Zarandi y Najafi, 2012) y la confianza cumple un papel aún más relevante. De hecho, la desconfianza es una de las principales barreras que ha impedido que un importante número de

personas realicen operaciones con una institución financiera a través de Internet (Rexha et al., 2003).

La vulnerabilidad y riesgo que en muchas ocasiones asume el individuo al entregar sus datos bancarios (posibilidad de que la entidad ceda los perfiles de sus clientes a otras empresas del grupo, que no exista la suficiente seguridad en el desarrollo de una transacción monetaria, la pérdida de tiempo asociada al conocimiento del manejo del sistema o la imposibilidad del contacto personal con un asesor etc.) hacen necesaria la existencia de confianza (Pikarrainen et al., 2004). De lo contrario, el consumidor se muestra reacio a utilizar los servicios de la banca a distancia (Mukherjee y Nath, 2003).

Por lo tanto la confianza es muy importante para este tipo de negocio bancario, pues existe una preocupación por parte de muchos usuarios que temen que el medio no les ofrezca las suficientes garantías, y la ausencia de esta pueden provocar no solo a la intención de compra sino también al comportamiento de compra (preferencia, coste y frecuencia de visitas etc.) y, por tanto, a la rentabilidad de cada cliente.

En el contexto de las actividades bancarias de Internet, el confiador es típicamente un consumidor, quien decide si acepta realizar sus actividades bancarias a través de Internet, adoptando el servicio o permanece con el servicio tradicional para realizar sus transacciones financieras.

(Wang, 2005) Propone dos dimensiones amplias para la confianza online, la primera dimensión dura o hard dimension, que está basada en la funcionalidad e involucra; habilidad, capacidad y previsibilidad del objeto en que se confía, esta dimensión se basa en la cognición y es relevante para la confianza en el contexto del comercio electrónico: el website, la empresa que el website representa, y la tecnología subyacente. La segunda es la dimensión suave o soft dimensión de la confianza abarca características o cualidades tales como honradez, integridad, benevolencia y credibilidad que se refieren a lo intrínseco.

La confianza en sistemas técnicos principalmente se basa en la funcionalidad percibida del sistema (Lee y Turbant, 2001). Por lo tanto, se puede argumentar que la “dimensión dura” de la confianza es relevante para la conceptualización y operatividad de la confianza online.

El análisis de la confianza online en el contexto de las actividades bancarias de Internet no debe centrarse exclusivamente en relaciones interpersonales, más bien debe considerar formas impersonales de confianza. La tecnología por sí misma, sirve como un medio para realizar transacciones financieras e incluye servicios de seguridad y soluciones técnicas incorporadas en tecnologías de comercio electrónico y estas deben ser consideradas como objetos de la confianza (Corritore et al., 2003; Ratnasingam, 2005).

(Ratnasingham, 2005) propone lograr la confianza en la tecnología por medio de dimensiones como el servicio de seguridad que involucra mecanismos de confidencialidad, autenticación y control de acceso. También se puede incrementar la confianza en la tecnología a través de capacidad de proceso que sirve como soporte de privacidad, exactitud y responsabilidad en las transacciones electrónicas. (Mukherjee y Nath, 2003), proponen que conociendo el grado de confianza en el sistema electrónico sirve como una aproximación para conocer la confianza que tienen en actividades bancarias de Internet. Investigaciones acerca del comportamiento del consumidor online, han mostrado que este es influenciado por la confianza que tiene en la tecnología, es decir si el usuario online confía en la seguridad e infraestructura del comercio electrónico, será mucho más fácil para él poder acceder a realizar y confiar en las transacciones económicas online.

En el proceso para el desarrollo de e-trust, Donney y Cannon (2001) sugieren que este depende de la habilidad de una de las partes para predecir la conducta de la otra parte. Debido a que la confianza requiere una estimación de la credibilidad y benevolencia, se debe tener información acerca de la conducta pasada, promesas realizadas y de las interacciones repetidas, de modo que el individuo que está confiando pueda prever de mejor manera las acciones futuras de la otra parte. En el sector bancario online, puede resultar fundamental la experiencia que se tienen con la institución dentro del contexto offline, (Xiao, Zheng, Pan, Xie, 2010) argumentan al respecto un “patrón de extensión” para la generación de confianza en el cual se utiliza a una tercera persona o experiencia anterior como base para la confianza.

(Yousafzai, Pallister, Foxall, 2003) indican que además de las interacciones repetidas, otro requerimiento para generar confianza, es que exista un mayor desarrollo de la relación donde cada parte aprenda más acerca de la otra, haciendo que la confianza crezca en la medida

que las dos partes compartan una variedad de experiencias, mejorando la habilidad de cada una para predecir el comportamiento de la otra.

La confianza también puede ser alcanzada por medio de un proceso de transferencia de confianza, denominado “Word of Mouth”, la confianza es transferida a partir de una persona que funciona como “recurso de prueba”, a otra persona o grupo con el cual no se tiene experiencia previa. (Kim, Lee, Lee, Holland, 2011).

2.2.2 Antecedentes de las metodologías

En el presente, los bancos están experimentando en general una gran presión competitiva que los está obligando a revisar sus métodos y herramientas utilizadas para proporcionar sus servicios bancarios. La globalización, que ha introducido a los mercados nuevos competidores, junto con la desregulación y liberalización de la actividad bancaria, es uno de los factores que ejerce presión para bajar los costos y brindar, a la vez, mejores servicios. Afortunadamente, la industria bancaria cuenta hoy en día con diversos recursos y soluciones disponibles; y esto gracias al desarrollo reciente de la tecnología y las comunicaciones. Es sabido que el negocio bancario, por manejar grandes bases de datos, de clientes, cuentas, cotizaciones, transferencias, fondos y otros está ligado estrechamente con la información, lo que le hace propicio liderar innovaciones constantes; pero también es cierto que los bancos son una de las organizaciones más conservadoras, por lo que ellos deben ofrecer, a la vez que productos novedosos, seguridad a toda prueba en un negocio en el que la confianza los es todo.

La importancia de la satisfacción en la literatura de marketing se ha relacionada históricamente por considerarse como el factor más importante en la construcción de lealtad. Construir altos niveles de satisfacción en los clientes es una de las mayores metas de las compañías (Oliver, 1999). Su importancia también se reflejada en el comportamiento de compra, ya que estudios sostienen que al aumentar los niveles de satisfacción, aumentarán los niveles de recompra También se ha establecido que la satisfacción es un factor importante para otros constructos como; Confianza, compromiso y reputación, que son relevantes en el marketing relacional, siendo importantes en ambientes tradicionales como virtuales (Evanschitzky et al 2004). Por otro lado, se considera que la satisfacción en el contexto online, permite generar mejores relaciones entre la compañía y sus clientes.

La satisfacción demuestra la actitud favorable del consumidor hacia un producto ó servicio, está actitud es la respuesta a la consistencia de largo plazo del comportamiento de la empresa. Por lo tanto, la satisfacción es modificada con cada nuevo intercambio o interacción entre las partes, ya que la opinión del usuario es alimentada por nueva información y es esta nueva información que determina el nivel de satisfacción del cliente en un momento dado.

Actualmente en Marketing existen argumentos que sustentan la existencia de dos componentes de la satisfacción, que abarca el cognitivo y el emocional, el componente cognitivo se refiere principalmente a la evaluación del rendimiento percibido, en términos de la adecuación de este sobre algún tipo de expectativa estándar. Básicamente, esto se refiere a las percepciones sobre la calidad de un servicio y la percepción del individuo sobre la confirmación o no de los estándares existentes (Jones y Suh, 2000). En los ambientes online sucede algo parecido con la oferta de diversas clases de servicios tales como motores de la búsqueda, cuentas de correo electrónico libres, información diaria, y actualizaciones en línea de las noticias, que ayudan al usuario a percibir niveles de satisfacción atributiva del servicio del sitio web, basado en su satisfacción acumulativa con los servicios individuales que reciben. Adicionalmente, estudios realizados por (Perks, 2005), sobre el componente emocional de la satisfacción, plantean que este consiste básicamente en emociones como la alegría, sorpresa y decepción que puede experimentar el consumidor frente a un producto o servicio.

La satisfacción online (e-satisfaction) se ha definido como la alegría de los clientes con respecto a su experiencia anterior de compra que le ha proporcionado una firma de comercio electrónico (Anderson y Srinivasan, 2003). Dentro del contexto online, los consumidores forman sus niveles de satisfacción hacia los portales online basados en la satisfacción acumulativa, la interacción y las experiencias pasadas con los sitios web. Sin embargo, al momento de definir sus niveles de satisfacción utilizaran la información adquirida en diferentes sitios webs como comparativa para juzgar funcionamiento y satisfacción. En añadidura a lo expuesto, algunos autores sugieren que los usuarios online determinan sus niveles de satisfacción hacia un sitio web, tomando en cuenta factores como; diseño del sitio Web, la conveniencia, el proceso de comercialización (ofertas e información de productos), la seguridad financiera, el tiempo de transacción, correcto funcionamiento y actualizaciones, que son considerados calculadores significativos de la satisfacción del usuario online.

2.2.3 Análisis crítico de las metodologías

La propuesta de estudio planteada es acerca de la Valoración de la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal. Dentro de los estudios analizados previamente, se encuentra aspectos importantes para la propuesta de metodología planteada en nuestro estudio. Con respecto alguno de los estudios mencionados, el nuestro se basará en la Valoración de la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte los Clientes Internos y Externos, una vez que su necesidad de atención fue dada como soporte. Desvirtuamos la metodología de hacer encuestas vía telefónica debido al tiempo en el cual se realizará el estudio y al sesgo de la información que se pueda obtener, así mismo de hacer grupos focales por el tiempo también por el horario de trabajo de las diferentes personas y de la misma manera descartamos la entrevista a clientes que no tiene conocimiento de la plataforma electrónica.

Por el corte de información con el cual nuestro estudio será aplicado, la propuesta de un estudio descriptivo transversal parece aplicarse de manera correcta a resolver las preguntas de investigación que se han formulado, independientemente del punto de vista del cual se quiera obtener la información acerca de la Valoración de la facilidad de uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal.

La recolección de datos con la aplicación del instrumento encuesta en línea y la entrevista con personas expertas en el tema para la obtención de información también aporta una metodología que puede acoplarse a nuestro estudio. Se pueden aplicar diferentes instrumentos para la recopilación de datos más ordenada y específica así mismo incluir los ítems que reúnan las características e información que se intenta recopilar.

Dentro de las limitaciones que podemos encontrar en comparación con las metodologías previamente analizadas, tenemos el acceso limitado a información histórica para el cálculo del universo y de la muestra final. De la misma manera el tiempo en el cual se realiza este estudio es muy limitado, en comparación con los estudios que pudimos analizar, los cuales se desarrollaron por periodos de tiempo prolongados en meses y algunos en años.

2.3 Conceptualización

Banca Electrónica: La banca electrónica, o también llamada banca virtual u online, es un servicio prestado por las entidades financieras que tiene como misión permitir a sus clientes realizar operaciones y transacciones con sus productos de forma autónoma, independiente, segura y rápida a través de Internet.

Plataforma electrónica: Es el sistema que sirve de base para que funcione determinados módulos de Software (aplicaciones informáticas) y hardware (elementos tangibles de un equipo procesador de datos electrónicos).

Usuario: Todos los usuarios que asisten al banco tanto internos como externos.

Capacidad de respuesta: Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido.

Satisfacción del Cliente: Es un concepto inherente al ámbito del marketing y que implica como su denominación nos lo anticipa ya, a la satisfacción que experimenta un cliente en relación a un producto o servicio que ha adquirido, consumido, porque precisamente el mismo ha cubierto en pleno las expectativas depositadas en el al momento de adquirirlo.

Seguridad: Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

Tiempo de respuesta: La disposición inmediata para atender a los clientes y dar un pronto servicio.

Percepción del Usuario: Es el estima que la institución está cumpliendo con el servicio brindando, de acuerdo a como él valora lo que recibe.

2.4 Instrumentos Utilizados

Por medio a la investigación realizada para brindar respuesta a los objetivos se aplicarán los siguientes instrumentos:

Entrevista: son los métodos populares para obtener intercambio de ideas, información acerca de un tema en específico, hay un amplio rango de tipos de entrevistas que van desde las no estructuradas (preguntas abiertas) hasta las muy estructuradas preguntas específicas, en las que el analista entrevistador utiliza cuestionarios detallados para plantear las preguntas. También se pueden definir como un diálogo entre el entrevistador y el entrevistado.

Se realizó una serie de preguntas a una persona experta del tema de la plataforma electrónica Bancanet 3.0 de Banca LAFISE Torre Principal en la Ciudad de Tegucigalpa (Ver Anexos 1, 2 y 3).

Cuestionario: se realizan preguntas para obtener estadísticas, las cuales pueden ser abiertas o cerradas de esta manera se impiden modificaciones en las respuestas, obtiene un panorama real para dar respuesta al planteamiento del problema. También se pueden aplicar a una parte de la organización para evaluar los procesos, sistemas, con los resultados obtenidos se pueden tomar decisiones siempre pensando en la mejora continua de la empresa (Ver Anexos 4 y 5).

2.5 Marco Legal

Contraseña

- Se podrá cancelar el código de acceso o contraseña por las siguientes razones:
- Cierre de Cuentas.
- Cambio del Representante Legal (Persona Jurídica).

Cancelación del Contrato

El servicio de Bancanet podrá ser cancelado por el (los) Titular(es) de la(s) cuenta(s) en caso de personas naturales o por el Representante Legal en caso de las personas jurídicas.

El Banco podrá cancelar el contrato previa notificación al Cliente por escrito con veinticuatro (24) horas de anticipación.

Renovación del Contrato

El Contrato de Afiliación a Servicios Electrónicos de Banco LAFISE se renovará automáticamente cada año, excepto que haya una solicitud de cancelación expresa por escrito por el Cliente.

Reclamos

Los reclamos deberán ser atendidos a través de los Oficiales de Servicios Bancarios de cada sucursal.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 DISEÑO METODOLÓGICO

En la presente investigación muestra un estudio que tiene una definición de enfoque cuantitativo, ya que aspira a describir las diferentes variables y su comportamiento. Mediante el análisis del mismo va encaminado de manera metódica con la aplicación de la estadística descriptiva. En cuanto a la progresión se describe como transversal para tener un solo corte para la medición de las variables edad, género, nivel académico, uso de la plataforma electrónica, tiempo oportuno de respuesta, beneficios entre otras.

En el estudio se establece que es de tipo descriptivo transversal, porque da características claves que es la valoración de los clientes internos y externos de la facilidad de uso de la plataforma electrónica Bancanet 3.0 de banco LAFISE y es transversal porque la mide una sola vez en un solo momento. En síntesis, permite evaluar la proporción del problema en un periodo de tiempo corto y determinar los diferentes elementos que generen una relación con el estudio, para lograr y así identificar la problemática establecida.

Este tipo de investigación es realizable para el grupo en estudio debido que no requiere de muchos esfuerzos económicos y de largos desplazamientos ya que los clientes frecuentan el banco y las sucursales del mismo para que en ese instante se puedan recopilar los datos. La medición de la data está enfocado de forma cuantitativa permite obtener resultados sólidos, medibles, veraz con la aplicación de la estadística.

3.1.1 POBLACION Y MUESTRA

3.1.1.1 Población

El Banco LAFISE Torre Principal de la Ciudad de Tegucigalpa tiene un nivel alto de dominio poblacional, donde se ve reflejado en las diferentes horas del día. Debido a que es una institución bancaria reconocida en el país y por los distintos servicios financieros a personas y empresa que son atractivos y demandados por una gran parte de la población de Tegucigalpa y zonas cercanas de influencia, según lo observado y preguntado por los expertos las zonas de nivel alto de influencia para el Banco LAFISE Torre Principal están aglomeradas a la población residente Parque comercial los próceres, Avenida los próceres, Colonia San Carlos, Boulevard Morazán, Los Castaños, Las Lomas del Guijarro, Hospital San Felipe, a través del tiempo ha ido

incrementando la demanda de clientes por los distintos servicios que ofrece el banco uno de ellos es su servicio electrónico de Bancanet.

3.2 Universo

El universo lo comprenden todos los diferentes tipos de clientes ya sea internos o externos que ha acudido y pertenecen ya a una cartera dentro del Banco LAFISE y que a través de los años se han incrementado, también desde el inicio de sus operaciones atrayendo diferentes clientes de Honduras.

3.2.1 Población

La población total de los clientes entre corporativos, individuales que maneja actualmente el banco ronda los 32,000, estos datos se recolectaron según la base de datos presentes de la LAFISE Torre Principal de la Ciudad de Tegucigalpa que ha usado la plataforma electrónica Bancanet 3.0

3.2.2 Muestra

La muestra se determinó iniciando de los registros de la base de datos encontrados en el banco según sus estadísticas y cartera del universo de población de clientes que son un total de 32,000 en Tegucigalpa de los cuales (500 clientes internos, 9,000 clientes externos activos en la plataforma). Se tomará un margen de error del 5%, con un nivel de confianza del 95% y una variabilidad conocida del 50%, dando como resultado un tamaño recomendado de la muestra es de 217 personas clientes internos y 368 clientes externos.

- P= Probabilidad Positiva 50% (0.5)
- Q= Probabilidad Negativa 50% (0.5)
- Z= Nivel de confianza 95% (1.96)
- N= Población total o universo: 500 clientes internos, 9,000 clientes externos activos en el uso de la plataforma electrónica Bancanet 3.0
- E=Margen de error: 5%
- Muestra Calculada:

- n=217 clientes internos y 368 clientes externos muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q} = 217 \text{ clientes internos, } 368 \text{ clientes externos}$$

Tipo de muestreo: Probabilístico aleatorio sistemático ya que se escogerá a los clientes del banco ya sea internos como externos, se descartara al acompañante del cliente o al cliente que no esté afiliado (si este se encuentra dentro de los criterios de exclusión).

La muestra se aplicara en línea la encuesta tanto para los clientes internos y externos y conocer sus valoraciones a cerca de la plataforma, Si es la primera vez que el cliente asiste al banco se esperará que haya finalizado el proceso de afiliación, se tomara en cuenta a las personas que tenga conocimiento sobre la banca en línea y pueda utilizarlo, se descarta a los niños y a personas que tenga poco conocimiento de la misma y que no que hayan utilizado la plataforma electrónica Bancanet 3.0, la encuesta se realizará en línea para mayor facilidad de los usuarios.

3.2.3 Criterios de Inclusión

Todos los clientes internos y externos que se presenten al Banco LAFISE Torre Principal de la ciudad de Tegucigalpa o estén en línea con el Banco y así mismo que tenga conocimiento de la banca en línea y que se encuentren aptos para poder las preguntas propuestas del cuestionario del periodo de Octubre a Diciembre del 2018.

3.2.4 Criterios de Exclusión

- Personas sin conocimiento de la banca en línea.
- Personas en estado de ebriedad.
- Personas menores de edad.
- Personas no afiliadas
- Clientes que voluntariamente decidieron no participar en el estudio.

3.2.5 OPERACIONALIZACION DE VARIABLES

Pregunta de Investigación	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítem
¿Cuáles son los usos más frecuentes que le dan los clientes internos y externos según su perfil de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 desarrollada en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?	Edad	Edad que ha vivido desde su nacimiento	Número de años cumplidos	a) 18-24 b) 25-30 c) 31-40 d) más de 41	D1. ¿Cuál es su edad?
	Cliente Interno o Externo	Persona que labora en la institución financiera o que no está en la institución	Personal dentro del banco o que no fuera del banco	Cliente Interno/Colaborador/Empleado Cliente Externo/Usuario del Banco	P1. ¿Qué tipo de cliente es en Banco LAFISE?
				Si No	F1. ¿Usted usa la plataforma Banc@Net 3.0? Si su respuesta es NO, porque motivo no utiliza la plataforma Banc@Net 3.0: _____
	Cliente	Persona que no labora en la institución financiera o que está en la institución	Cientes que busca un producto o servicio del banco	Todos los días Dos veces por semana Cada 15 días	P2. ¿Uso frecuente como cliente de la plataforma electrónica Banc@Net?
	Sexo	Usuario Hombre o Mujer	Hombre o Mujer	Genero de Nacimiento a) masculino b) femenino	D2. ¿Cuál es su género?
	Nivel Educativo	Nivel de estudio que ha cursado el usuario	Grado de académico alcanzado	a) Primaria d) Secundaria c) Universidad	D3. ¿Cuál es su último año de cursado?
Usos	Usos frecuentes en la plataforma	Calidad de operaciones ejecutadas	1) depósitos o retiros 2) actualización de cuenta 3) transferencia a cuentas de terceros 4) transferencia a cuentas propias 5) pagos	P3. ¿Cuál es el tipo de transacción que hace a través de la Plataforma Electrónica Banc@et?	

¿Cuáles son las dificultades más frecuentes que tienen los clientes internos y externos en la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 desarrollada en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?	Dificultades en el uso para el cliente	Errores frecuentes en el sistema	Fallas en el Sistema	errores en el sistema no se muestran los saldos transferencias no ejecutables acceso a internet	P4. ¿Ha tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Electrónica Banc@Net?
¿Cuáles son los beneficios percibidos y generan valor agregado para los clientes internos y externos de Bancanet 3.0 desarrollada en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?	Beneficios	Beneficios percibidos por el cliente	Rapidez, calidad de servicio que aporte a los clientes	Interfaz amigable Mayor seguridad Rapidez de respuesta Calendarización de agenda de pagos Calidad de servicio	P5. ¿Cuál es el tipo de beneficio que presenta la Plataforma Electrónica Banc@Net para los clientes?
¿Cómo se puede mejorar la plataforma Bancanet 3.0 desarrollada en el Banco LAFISE Torre Principal en Tegucigalpa?	Atención	El cliente ha solicitado atención en el manejo de la plataforma	Satisfacción en el servicio	Persona natural/Uso Personal Persona jurídica/Uso para mi Empresa	P6. ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Banc@Net?

	Fiabilidad	Habilidad para ejecutar el servicio de forma adecuada y fiable.	Credibilidad en el servicio	Muy Bueno Bueno Malo Muy Malo	P7. ¿Cuál el nivel de confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Banc@Net?
	Capacidad de respuesta	Disposición para brindar ayuda a los clientes	Rapidez en Atención	Si No	P8. ¿Cree que el tiempo de respuesta es el oportuno al utilizar los servicios de la Plataforma Electrónica Banc@Net?
	Seguridad	Conocimientos para resguardar la información de manera confidencial del usuario	Protección de información	Si No No Se	P9. ¿Se siente seguro en cuanto al uso y atención que recibió en la Plataforma Electrónica Banc@Net?
	Tiempo de Carga	Tiempo en el acceso de la pagina	Rendimiento de la página web	a) Si b) No	P10. ¿Considera que hay una buena carga de la página web de la Plataforma Electrónica del Banco?
	Empatía	Atención personalizada que da el servicio a sus clientes	Calidad de atención a sus clientes	Muy Bueno Bueno Malo Muy Malo No lo he necesitado	P11. ¿Qué tan bueno es la atención cuando ha necesitado apoyo del personal del banco?
				Muy Bueno Bueno Malo Muy Malo	P12. ¿En general que tan bueno ha sido su experiencia con la Plataforma Electrónica Banc@Net del banco y que tanto lo recomendaría?

3.2.6 INSTRUMENTACION

Cuestionario

Para el presente estudio se utilizó el cuestionario en línea con la aplicación de google formulario, en el cual ya se encuentra validado y tiene como objetivo principal obtener información de los clientes con respecto a la valoración y facilidad de uso de la plataforma Banca@Net ofrecida por una institución Financiera. El instrumento consta de un cuestionario (Ver Anexo 2) que evalúa la valoración de los clientes internos y externos y así mismo la facilidad de uso de la plataforma tomando en cuenta los siguientes elementos como: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, uso, también incluye algunos ítems de carácter propio de la institución. El instrumento consta de 14 preguntas, reuniendo aspectos sociodemográficos en 3 preguntas, estableciendo 1 filtros, 1 pregunta con escala Likert, 8 pregunta de respuesta múltiple, 1 preguntas dicotómicas.

Se enviara el link del cuestionario para que cada cliente envía su valoración sobre la plataforma electrónica y su opinión de la misma para la recolección de los datos fuera del banco, se solicitará la colaboración con el llenado del respectivo instrumento, se explicarán las instrucciones para su llenado y se procederá a tomar los datos.

Entrevista

Es importante mencionar que se aplicara una entrevista (Ver Anexo 1) con personas expertas del tema para conocer su opinión sobre la banca en línea y la plataforma y tener un estudio a mayor profundidad.

Aspectos éticos

Para la buena práctica y el óptimo desarrollo de evaluación se tuvo en cuenta los principios éticos pertinentes para estudio, se hizo énfasis respecto a la autonomía y privacidad. Para ello se hizo lo siguiente.

- Solicitar aprobación por parte de los directivos de la institución, con el compromiso de retroalimentarla con los resultados.
- Los clientes internos y externos que decidieron participar en el estudio tomaron la decisión en forma voluntaria.
- Se respetó la decisión de los clientes que decidieron no participar.

- La información obtenida fue utilizada únicamente para el estudio.

Limitaciones

- Sesgo en el comportamiento habitual de algunos clientes ya que ante la sospecha de que pudiera participar en el estudio ya que no conocen del tema, su forma de tratar al usuario sea diferente. Esto podría alterar el resultado de la investigación.
- La duración de la investigación ya que es poco tiempo que permita profundizar más sobre el tema.

Análisis Datos

La información recopilada será dirigida en una base de datos electrónica generada por el módulo de Google Formulario una vez realizado y verificado el control de calidad de la base de datos y limpieza final, se realizará el módulo Análisis, parte de la misma aplicación para generar un reporte estadístico compuesto por gráficos, tablas de frecuencia y cruce de Univariados, así como para generar estadística descriptiva con su explicación.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En el siguiente capítulo se plantea e ilustran los resultados y hallazgos encontrados en el trabajo de campo realizado en este estudio de investigación. Se ordenarán secuencialmente de acuerdo con la presentación de las variables introducidas previamente. De la mano con la presentación de resultados se realiza un análisis de estos para dar paso a la búsqueda de la resolución de los objetivos planteados en la investigación.

4.1 Edad de Clientes Internos Vrs Género de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

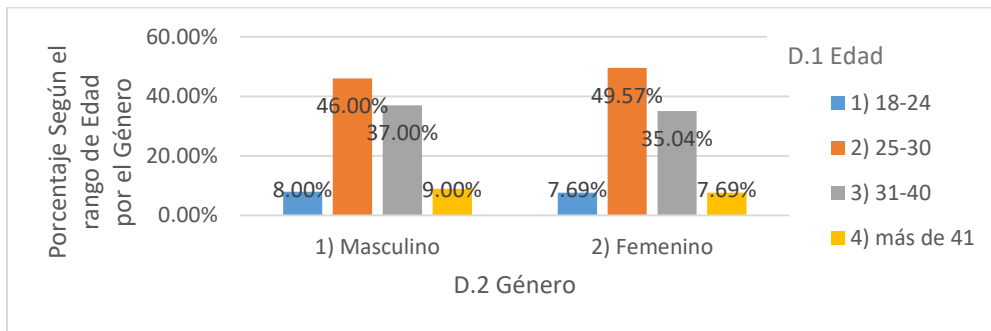
Se llevaron a cabo un total de 217 encuestas de clientes internos del Banco LAFISE Torre principal en el periodo comprendido de Octubre a Diciembre 2018. Del total del clientes internos encuestados, un 53.9% fueron del sexo femenino y un 46.1% correspondieron al sexo masculino (gráfico 3). En el (gráfico 1) se puede observar las distribuciones de rango de edad de los clientes internos encuestados en el que se denota más es el rango de edad de 25-30 años para ambos género, que quiere decir que es una Población joven Económicamente Activa (PEA) que están acostumbrados al uso de la tecnología en el día a día, una facilidad de manejo de la plataforma y mayores habilidades tecnológicas también son abiertos al cambio, otro elemento que influye es que en Honduras según la proyección divulga por el Instituto Nacional de Estadística (INE) 3.4 millones de los pobladores que habitan en el país 38% son personas que tienen de 20 a 44 años de edad, siendo un población relativamente joven.

Hallazgos: El rango de edad 25-30 años para hombres y mujeres es el que predomina en la encuesta.

Tendencia: La población joven de ambos géneros está involucrada en el uso de la tecnología.

Conclusión: El banco cuenta con personal joven para la utilización de la plataforma, tiene buena habilidad para uso de la tecnología, y son abiertos más al cambio.

Gráfico 1. Distribución por Edad y Género de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

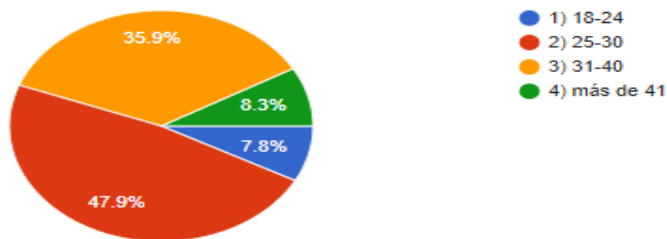


Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 2. Distribución por Edad de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

D.1 Edad:

217 respuestas

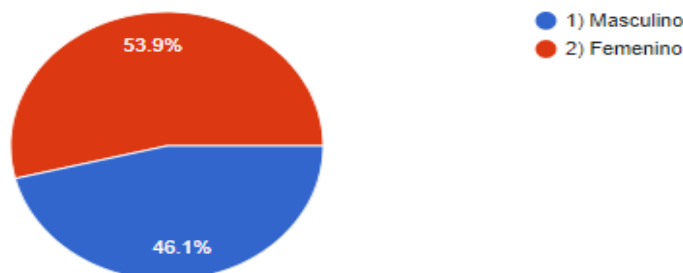


Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

Gráfico 3. Distribución por Género de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

D.2 Género

217 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

4.2 Edad de Clientes Externos Vrs Género de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

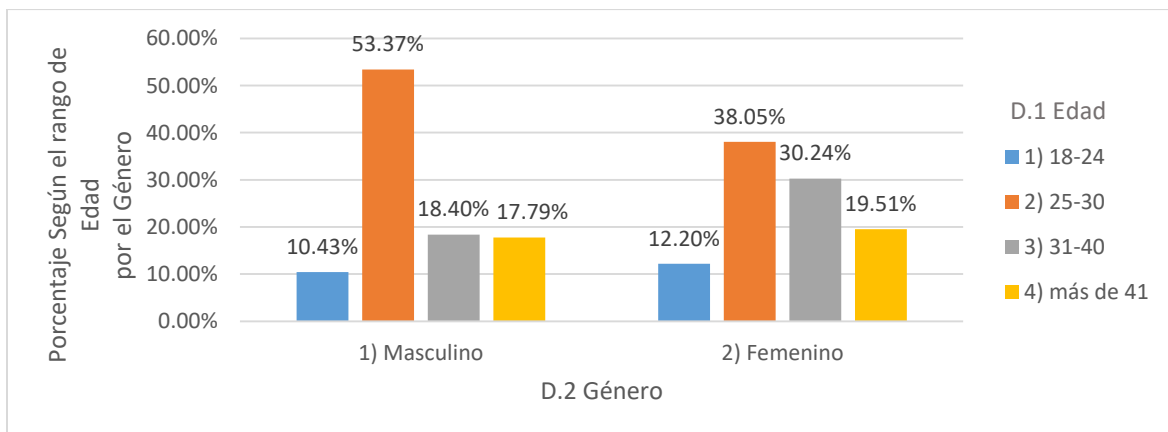
Se llevaron a cabo un total de 368 encuestas de clientes internos del Banco LAFISE Torre principal en el periodo comprendido de Octubre a Diciembre 2018. Del total del clientes externos encuestados, un 55.7% fueron del sexo femenino y un 44.3% correspondieron al sexo masculino (gráfico 6). En el (gráfico 4) se puede observar las distribuciones de rango de edad de los clientes internos encuestados en el que se denota más es el rango de edad de 25-30 años para ambos género, que quiere decir que es una Población joven Económicamente Activa (PEA) que están acostumbrados al uso de la tecnología en el día a día, una facilidad de manejo de la plataforma y mayores habilidades tecnológicas también son abiertos al cambio, otro elemento que influye es que en Honduras según la proyección divulga por el Instituto Nacional de Estadística (INE) 3.4 millones de los pobladores que habitan en el país 38% son personas que tienen de 20 a 44 años de edad, siendo un población relativamente joven.

Hallazgos: El rango de edad 25-30 años para hombres y mujeres es el que predomina en la encuesta para clientes externos al igual que en la encuesta de los clientes internos.

Tendencia: La población joven de ambos géneros está involucrada en el uso de la tecnología, no solo usuarios del banco sino también usuarios externos del banco.

Conclusión: Los clientes externos son jóvenes que utilizan la plataforma, tiene buena habilidad para uso de la tecnología, y son abiertos más al cambio.

Gráfico 4. Distribución por Edad y Género de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

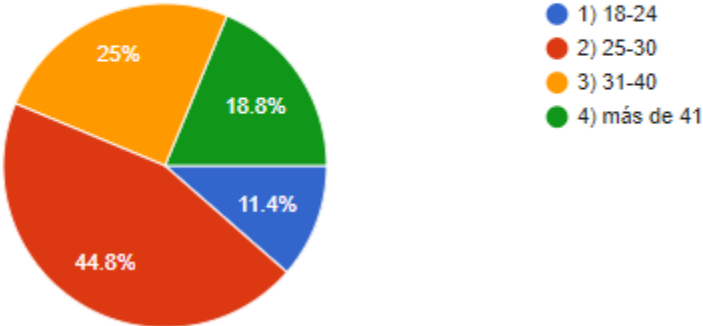


Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 5. Distribución por Edad de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

D.1 Edad:

368 respuestas

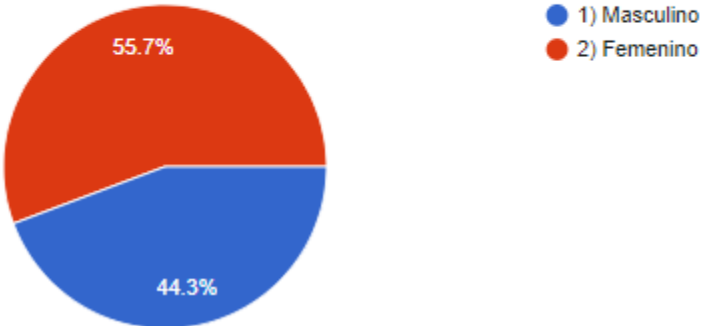


Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

Gráfico 6. Distribución por Género de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

D.2 Género

368 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

4.3 Edad y Género de Clientes Internos Comparado con Edad y Género de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

Del total de encuestas aplicadas a los clientes internos que son 217 y 368 encuestas realizadas a los clientes externos se puede apreciar en los gráficos anteriores 1 y 4 respectivamente que el rango de edad que sobresale es 25-30 años, mientras en el género en de las encuestas para los clientes internos predomina el sexo femenino con 53.9% y 46.1% sexo masculino (ver gráfico anterior 3) y para las encuetas de los clientes externos también predomina el con 55.7% género femenino y con 44.3% masculino (ver gráfico 6).

Hallazgo: La población encuestada tanto para clientes internos y externos son jóvenes.

Tendencia: La tendencia muestra que la juventud tiene la iniciativa en estar involucrado con el manejo de la tecnología específicamente en plataformas electrónicas como Bancanet 3.0.

Conclusión: Para el banco es importante la participación como clientes internos y externos en el uso de la plataforma electrónica de personas jóvenes debido a que es una generación más activa y hábil en cuanto al uso de la tecnología para dar una rápida respuesta a los cambios así como atraer a nuevos clientes.

4.4 Grado Académico Clientes Internos Vrs Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

La tabla 1 muestra la distribución en cuanto al nivel educativo de los clientes internos encuestados, encontrando un alto porcentaje de clientes con estudios superiores universitarios con el 76.44% que de 133 personas mencionaron que si utilizan la plataforma electrónica Bancanet 3.0 mientras con 95.35% de 41 personas dijeron que no usan la plataforma electrónica Bancanet 3.0 que tiene un nivel educativo de universidad, el banco cuenta con personal calificado, con conocimientos en diversos temas enfocados al uso de la tecnología, tomando el análisis anterior que es una población joven, que tiene acceso a internet así como versatilidad en uso de diferentes plataformas, la población de los encuestados dentro del banco pertenece a un grupo selecto que de acuerdo a un informe brindo por la Comisión Nacional de Comunicaciones (Conatel) en el país hay 2,240,400 habitantes que puede acceder a la red que les conecte con el mundo.

Hallazgo: La mayoría de los clientes internos del banco utiliza la plataforma electrónica y tiene un nivel muy alto en educación y preparación lo cual permite un mayor entendimiento al sistema como su rápido manejo para las diferentes aplicabilidades, debido a que los jóvenes se

arriesgan y se atreven más que las personas mayores.

Tendencia: Son muy pocos los usuarios que son clientes internos que no usan la plataforma dentro del banco, la mayoría de los encuestados si utiliza la plataforma electrónica para sus diferentes operaciones.

Conclusión: El banco cuenta con personal capacitado que en su mayoría son jóvenes de grado académico de universidad que si utiliza la plataforma electrónica Bancanet 3.0.

Tabla 1. Distribución por Grado Académico y Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

D.3 Último año de Estudios Cursado						
F.1 Usa la Plataforma Bancanet 3.0	(f) 1) Si	(f) 2) No	(f) Total general	% (Si)	% (No)	% (Total General)
1) Primaria	5	0	5	2.87	0	2.30
2) Secundaria	36	2	38	20.69	4.65	17.51
3) Universidad	133	41	174	76.44	95.35	80.18
Total general	174	43	217	100.00	100	100.00

Fuente: Elaboración Propia.

4.5 Grado Académico Clientes Externos Vrs Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

La tabla 2 muestra la distribución en cuanto al nivel educativo de los clientes externos encuestados, encontrando un alto porcentaje de clientes con estudios superiores universitarios con el 90.21% que mencionaron que si la utilizan la plataforma electrónica Bancanet 3.0 mientras con 53.38% que dijeron que no usan la plataforma electrónica Bancanet 3.0 que tiene un nivel educativo de secundaria, al igual que los clientes internos, los clientes externos que usan la plataforma tiene grado académico de universidad quiere decir que lo usa la población más preparada.

Hallazgo: Al igual que los clientes internos la mayoría de los clientes externos del banco utiliza la plataforma electrónica poseen un grado académico de universidad, lo cual es una ventaja porque permite manejar todas las funcionalidades con precisión en el sistema con rapidez, debido a que los jóvenes se arriesgan y tiene mayor contacto con medios digitales más que las personas mayores.

Tendencia: El grado académico de los clientes externos es más variado con respecto a los clientes internos, donde predominan los que tiene estudios universitarios, mientras los que tiene un menor grado académico no utilizan la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0.

Conclusión: Los clientes externos con mayor preparación son los que más usan la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 y los menos preparados son los que no la utilizan por temas desconocimiento y aptitudes para el manejo de la misma.

Tabla 2. Distribución por Grado Académico y Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

D.3 Último año de Estudios Cursado						
F.1 Usa la Plataforma Bancanet 3.0	(f) 1) Si	(f) 2) No	(f) Total general	% (Si)	% (No)	% (Total General)
1) Primaria	3	16	19	1.28	12.03	5.16
2) Secundaria	20	71	91	8.51	53.38	24.73
3) Universidad	212	46	258	90.21	34.59	70.11
Total general	235	133	368	100.00	100	100.00

Fuente: Elaboración Propia.

4.6 Grado Académico y Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 Clientes Internos Vrs de Grado Académico y Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

En la comparación de los encuestados de los clientes internos y externos se puede apreciar que ambos utilizan la plataforma tienen un grado académico de universidad, que si utiliza Bancanet 3.0, encontrando un alto porcentaje de clientes internos con el 76.44% que de 133 personas y clientes externos también con elevado porcentaje con estudios superiores universitarios con el 90.21%.

Hallazgo: Se denota que la población que si utiliza la plataforma son personas con altos conocimientos y preparación académica que involucrados con la tecnología así como las nuevas tendencias de la banca en línea.

Tendencia: Ambos tipo de cliente internos y externo han considerado la plataforma como herramienta para realizar sus transacciones electrónicas y el grado académico que tienen es de estudios superiores.

Conclusión: Los clientes internos y externos según tablas anteriores se reflejan con una preparación universitaria que si utilizan la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 del buscan sacarle provecho con sus beneficios.

4.7 Nivel de Confiabilidad de la Plataforma Bancanet 3.0 Clientes Internos Vrs Tipo de Transacción de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

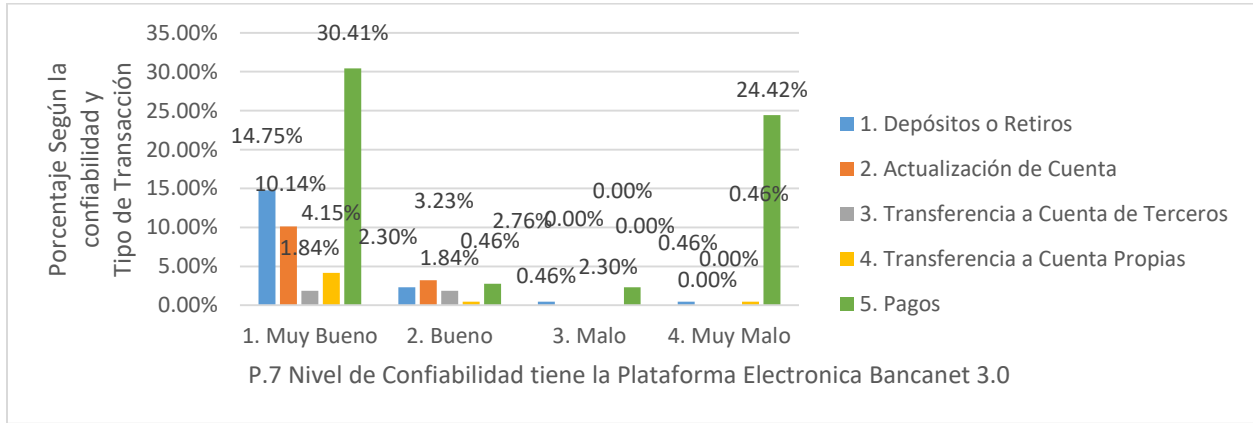
La relación del nivel de confiabilidad de la plataforma que tiene los clientes internos del Banco LAFISE Torre Principal se encontró que el 61.3% según gráfico 8 de los usuarios encuestados tiene seguridad con la misma, así mismo el mayor tipo de transacción que utilizan dentro de Bancanet 3.0 son pagos con un porcentaje del 59.9% ver gráfico 9, en el cruce de variables se puede observar en la gráfica 7 que al realizar los pagos el nivel de confiabilidad es muy bueno con 30.41% y muy malo con 24.42% lo cual nos indica hay algunos desajustes que provoquen que algunos clientes estén insatisfechos.

Hallazgos: Hay una gran parte de clientes internos que confía en la plataforma Bancanet 3.0 para realizar sus pagos de forma electrónica, por otra parte hay quienes no están satisfechos con la plataforma o no se han adaptado a la funcionabilidad de la misma.

Tendencia: Existe una aceptación y confiabilidad para realizar pagos en la plataforma Bancanet 3.0, y también hay un grupo de clientes que no están adaptados a los nuevos cambios implementados a la plataforma electrónica.

Conclusión: se denota que el nivel de confianza en uso de la plataforma es muy bueno pero hay una parte que considero que es muy malo, la mayoría realiza pagos como los servicios públicos con un porcentaje arriba del 29% que se realiza en la plataforma electrónica según la base de datos del banco, pago de planilla 42% de empresas, 16% transferencias a terceros, 10% transferencias ACH/LBTR, en el último lustro las sucursales electrónicas y las transferencias en línea entre bancos ACH/LBTR han ido desplazando a otros medios de pago tradicionales, al tiempo de buscar fidelizar a los clientes con las instituciones financieras, cifras de la Asociación de Empresas Tecnológicas de Honduras (ASEMTECH) señala que el 60% de los montos movilizado por los bancos han sido por transferencias electrónicas, otro 25% por tarjetas de débito y el resto por las operaciones de ventanilla, en base a esta información se puede decir que actualmente en Honduras es muy recurrente el uso de plataformas electrónicas para realizar pagos o transferencias, según el experto Danilo Antúnez presidente de ASEMTECH "la banca en línea ha permitido la fidelización del cliente, puesto que desde la web o una aplicación, ya sea en teléfono, Tablet o portátil, puede hacer una diversidad de transacciones.

Gráfico 7. Distribución por Nivel de confiabilidad la Plataforma Bancanet 3.0 y Tipo de Transacción de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

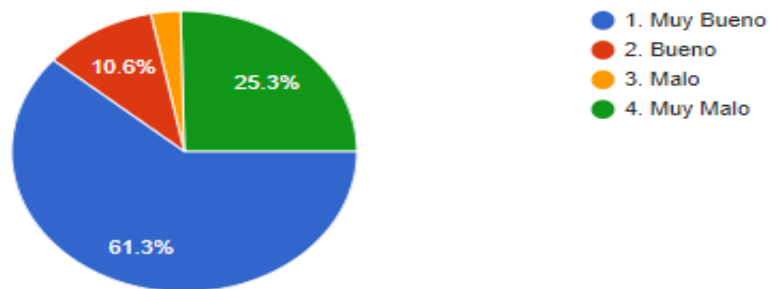


Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 8. Distribución por Nivel de confiabilidad la Plataforma Bancanet 3.0 Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

P.7 ¿Cuál el nivel de confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Banc@Net?

217 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

Gráfico 9. Distribución Tipo de Transacción de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

P.3 ¿Cuál es el tipo de transacción que hace a través de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

217 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

4.8 Nivel de Confiabilidad de la Plataforma Bancanet 3.0 Clientes Externos Vrs Tipo de Transacción de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

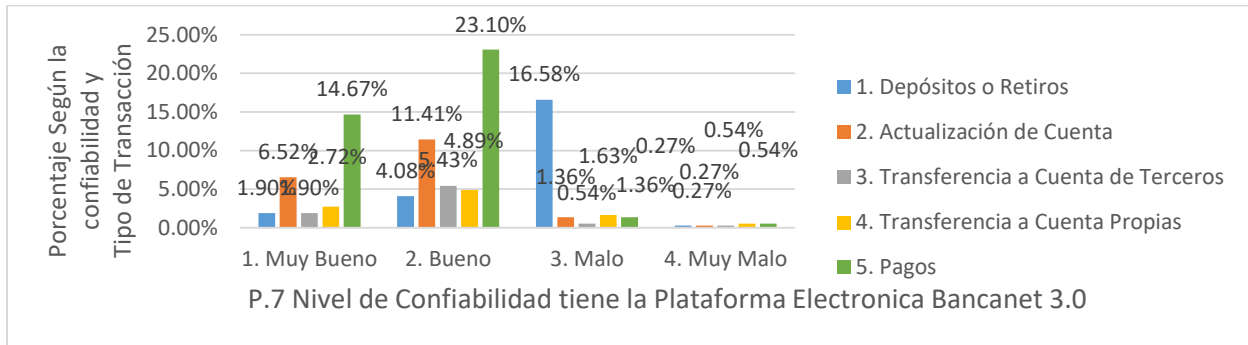
La relación del nivel de confiabilidad de la plataforma que tiene los clientes externos del Banco LAFISE Torre Principal se encontró que el 48.9% según gráfico 11 lo consideran bueno, así mismo el mayor tipo de transacción que utilizan dentro de Bancanet 3.0 son pagos como los clientes internos pero con un porcentaje del 39.7% ver gráfico 12, en el cruce de variables se puede observar en la gráfica 10 que al realizar los pagos el nivel de confiabilidad es bueno con 23.10%.

Hallazgos: Parte de clientes Externos confía en la plataforma Bancanet 3.0 para realizar sus pagos como servicios públicos de forma electrónica y lo considera bueno, pero hay clientes con 16.58% ver gráfico 10, realizan depósitos o retiros siendo la segunda transacción más realizada.

Tendencia: Existe una seguridad para realizar pagos mediante plataforma Bancanet 3.0, lo que significa que poco a poco los clientes van conociendo las nuevas funciones de la nueva plataforma electrónica para también realizar otras operaciones.

Conclusión: Se puede apreciar que el nivel de confianza que da la plataforma lo consideran bueno, pero a su vez existen algunas pequeñas observaciones de los encuestados de desconfianza por ser nueva, pero donde la mayoría de los encuestados realiza pagos al igual que los clientes internos como los servicios públicos como agua, luz, cable entre otros siendo la transacción con mayor incidencia por parte de los clientes externos.

Gráfico 10. Distribución por Nivel de confiabilidad la Plataforma Bancanet 3.0 y Tipo de Transacción de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

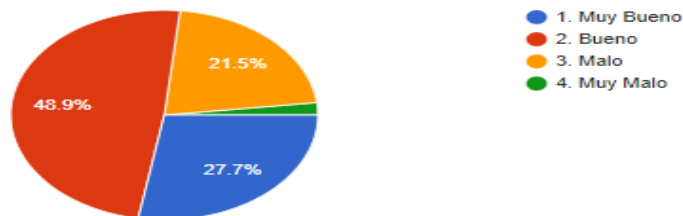


Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 11. Distribución por Nivel de confiabilidad la Plataforma Bancanet 3.0 Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

P.7 ¿Cuál el nivel de confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Banc@Net?

368 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

Gráfico 12. Distribución por Tipo de Transacción de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

P.3 ¿Cuál es el tipo de transacción que hace a través de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

368 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

4.9 Buena Atención del personal del Banco Vrs El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

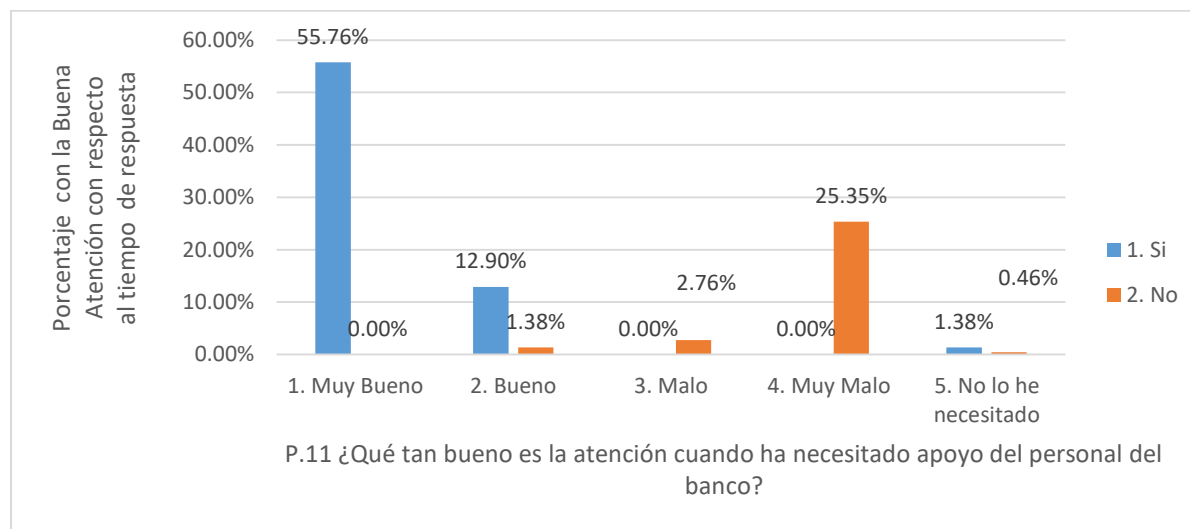
El cliente interno encuestado afirma que ha recibido muy buena atención en un alto porcentaje de 55.8% ver gráfico 14 y que el tiempo de respuesta es de 70% ver gráfico 15, en el cruce de variables ver gráfico 13 se aprecia que internamente en el banco hay una buena atención lo cual hace un servicio eficiente, ágil y los consideran muy bueno.

Hallazgo: Se percibe que hay una buena atención por parte del personal del banco que busca una buena atención, como su tiempo de respuesta a inquietudes para los clientes internos es oportuno en cuanto al servicio prestado de la plataforma electrónica Bancanet 3.0.

Tendencia: En el gráfico 13 muestra que los clientes internos marcan la tendencia que la atención es muy buena y se da en tiempo oportuno cuando hay problemas con la plataforma electrónica.

Conclusión: Para los diferentes usuarios específicamente el cliente interno tiene una buena respuesta para resolver inquietudes que se puedan presentar en el banco con los diferentes usuarios, el servicio es oportuno con respecto a la plataforma electrónica Bancanet buscando la mejora continua para resolver diferentes problemas que impidan el desarrollo de las operaciones.

Gráfico 13. Distribución por Buena Atención del personal del Banco Vrs El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

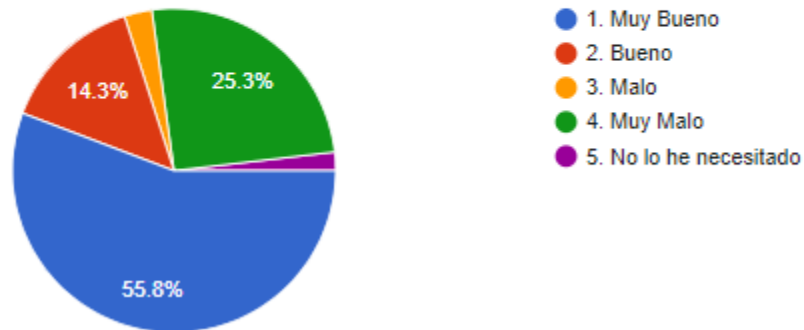


Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 14. Distribución por Buena Atención del personal del Banco Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

P.11 ¿Qué tan bueno es la atención cuando ha necesitado apoyo del personal del banco?

217 respuestas

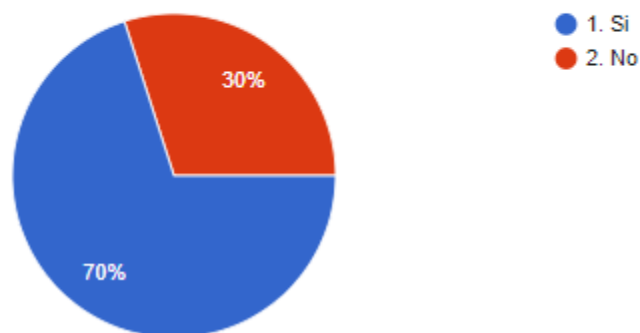


Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

Gráfico 15. Distribución por El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal

P.8 ¿Cree que el tiempo de respuesta es el oportuno al utilizar los servicios de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

217 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

4.10 Buena Atención del personal del Banco Vrs El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

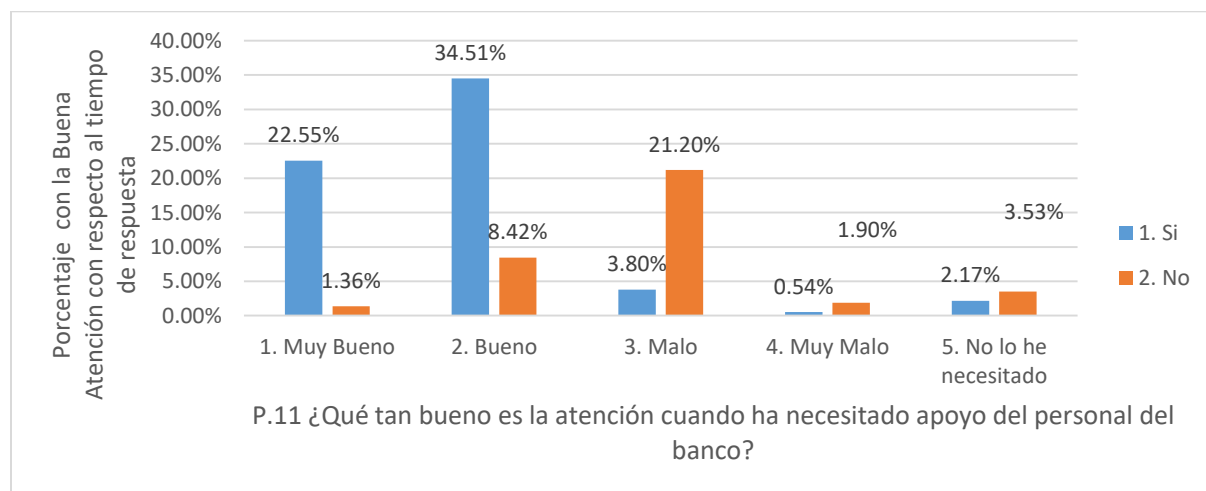
El cliente Externo encuestado considera que la atención es buena con un porcentaje de 42.9% ver gráfico 17 y que el tiempo de respuesta es de 63.6% que dijo que si ver gráfico 18, en el cruce de variables ver gráfico 16 se aprecia que con 34.51% de los encuestados dijeron que si es oportuno y da una buena atención mientras que con 21.20% dijeron que no dan un servicio oportuno y no da una buena atención para los clientes externos y que es malo.

Hallazgo: Se encuentra dividido entre un buen y mal atención así como el tiempo de respuesta oportuno para los clientes externo lo cual lo hace muy irregular en cuanto a servicio prestado que se pueda presentar en la plataforma electrónica y resolver diferentes problemas así mismo inquietudes.

Tendencia: En el gráfico 16 muestra que los clientes externos denotan una tendencia de atención irregular entre buena y mala como tiempo de respuesta oportuno con respecto a la plataforma electrónica.

Conclusión: Para los diferentes usuarios específicamente el cliente externo hay quienes han tenido una buena respuesta para resolver inquietudes que se puedan presentar mientras hay otros clientes que no se les ha dado una buena atención y un tiempo de respuesta en el tiempo oportuno lo cual genera una insatisfacción para los clientes los cual se debe considera para aplicar una mejora continua.

Gráfico 16. Distribución por Buena Atención del personal del Banco Vrs El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

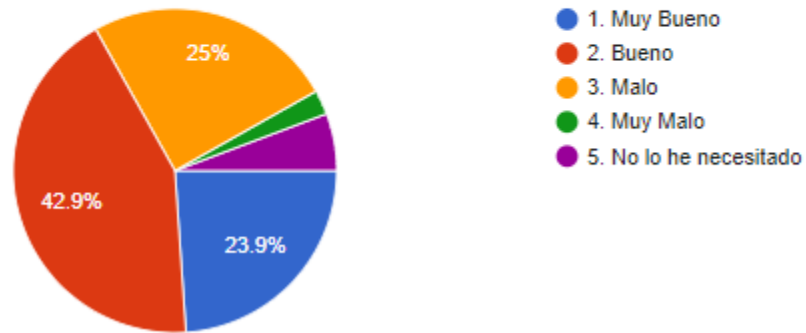


Fuente: Elaboración Propia.

Gráfico 17. Distribución por Buena Atención del personal Cliente Externo del Banco LAFISE Torre Principal

P.11 ¿Qué tan bueno es la atención cuando ha necesitado apoyo del personal del banco?

368 respuestas

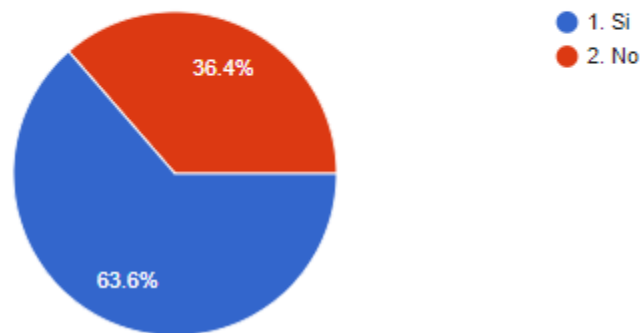


Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

Gráfico 18. Distribución por El Tiempo de Respuesta Oportuno de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal

P.8 ¿Cree que el tiempo de respuesta es el oportuno al utilizar los servicios de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

368 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

4.11 ¿Ha Tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Bancanet Cliente Interno? Vrs ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Interno del Banco LAFISE Torre Principal?

La tabla 3 muestra la distribución en cuanto a la dificultad que han tenido los usuarios en el cual representa con un porcentaje de la frecuencia de 76.96% que es de errores en el sistema como al tipo de usuario que es Persona Natural/Usó Personal en referencia a los encuestados que usan la plataforma electrónica Bancanet 3.0, se ha detectado que uno de los problemas es que producen errores en el sistema, lo cual genera algunos retrasos para actualización de los clientes y realizar diferentes tramites.

Hallazgo: Internamente debido a que recientemente se actualizo la plataforma electrónica a Bancanet 3.0 se ha presentado algunos errores en el sistema, lo cual ha generado problemas para los clientes internos.

Tendencia: La mayor tendencia está marcada en el uso personal de los clientes internos con dificultad que presentan algunos errores en el sistema con el mayor porcentaje de incidencia.

Conclusión: El mayor problema que presentan los clientes internos son los errores en el sistema de la plataforma electrónica lo es importante tener en cuenta cuales son los errores puntuales para resolver y dar un desarrollo óptimo a los usuarios.

Tabla 3. Distribución en Cuanto a la Dificultad que ha tenido los Clientes Internos y ¿Cuál el tipo usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Internos del Banco LAFISE Torre Principal?

P.4 ¿Ha Tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Bancanet?	P.6 ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet?	
	(f) 1. Persona natural/Usó Personal	Porcentaje %
1. Errores en el Sistema	167	76.96
2. No se muestran los Saldos	17	7.83
3. Transferencias no Ejecutables	21	9.68
4. Acceso a Internet	12	5.53
Total general	217	100.00

Fuente: Elaboración Propia.

4.12 ¿Ha Tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Bancanet Cliente Externo? Vrs ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Externo del Banco LAFISE Torre Principal?

La tabla 4 muestra la distribución en cuanto a la dificultad que han tenido los usuarios en el cual representa con un porcentaje de la frecuencia de 60% que es acceso a internet que corresponde al tipo de usuario que es Persona Natural/Usó Personal en referencia a los encuestados que usan la plataforma electrónica Bancanet 3.0, se ha detectado algunos problemas en la red y en cuanto al porcentaje de la frecuencia de Persona jurídica/Usó para mi Empresa es de 42.17% errores en el sistema, lo cual genera algunas dificultades para realizar ciertas operaciones o transacciones para los dueños de empresas y diferentes tramites.

Hallazgo: Uno de los problemas que afecta a los cliente externos es acceso a internet en algunos casos la señal no es buena o en algunos caso no pagar el servicio de internet lo cual dificulta para tener acceso a la plataforma electrónica Bancanet 3.0 también algunos errores en el sistema provoca entorpecer acciones y movimiento para hacer transacciones para los que tienen empresas con otras empresas, sobrecargar la plataforma de información también puede generar errores.

Tendencia: La mayor tendencia está marcada a acceso a internet para la persona natural/uso personal y persona jurídica/que poseen empresas es errores en el sistema debido a la actualización a Bancanet 3.0 que representan un problema para los usuario para desempeñar las diferentes operaciones que ofrece la plataforma electrónica.

Conclusión: El mayor problema que presentan los clientes externos el no contar con buen servicio de internet o buena señal dificultad el uso de la plataforma así como los errores en el sistema de la plataforma electrónica lo es importante tener en cuenta cuales son los errores detectarlos para resolver y dar un desarrollo óptimo a los usuarios.

Tabla 4. Distribución en Cuanto a la Dificultad que ha tenido los Clientes Externos y ¿Cuál el tipo usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 de Clientes Externos del Banco LAFISE Torre Principal?

P.4 ¿Ha Tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Bancanet?	P.6 ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Bancanet?					
	(f) 1. Persona natural/Uso Personal	(f) 2. Persona jurídica/Uso para mi Empresa	Porcentaje %	% Persona natural/Uso Personal	% Persona jurídica/Uso para mi Empresa	% (Total General)
1. Errores en el Sistema	54	35	89	18.95	42.17	24.18
2. No se muestran los SalDOS	28	10	38	9.82	12.05	10.33
3. Transferencias no Ejecutables	32	12	44	11.23	14.46	11.96
4. Acceso a Internet	171	26	197	60.00	31.33	53.53
Total general	285	83	368	100.00	100.00	100.00

Fuente: Elaboración Propia.

4.13 ¿En general que tan bueno ha sido su experiencia con la Plataforma Electrónica Bancanet del banco y que tanto lo recomendaría Cliente Interno? Vrs ¿Cuál es el tipo de beneficio que presenta la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Interno del Banco LAFISE Torre Principal?

Con respecto al gráfico 19 se puede apreciar una escala donde 5 es el punto medio que entre más cerca del 9 los clientes internos si lo recomendarían a la plataforma electrónica Bancanet 3.0 mientras entre más alejado del 9 y 5, rango de 1 a 4 significa que no recomendaría a la misma, se denota que las 217 encuestas por parte de los clientes internos 116 clientes internos si recomendaría la plataforma electrónica lo que corresponde un 53.5%, en el gráfico 20 los clientes internos consideran que el beneficio que presenta la plataforma electrónica es una interfaz amigable con 54.8%

Hallazgo: Los clientes internos recomendarían la plataforma electrónica Bancanet 3.0, debido ha se ha desarrollado internamente en el banco conocen muy bien sus virtudes y defectos así mismo proponen y denotan que posee un interfaz amigable de modo que visualmente es atractivo así como sus opciones para realizar diferentes operaciones.

Tendencia: La tendencia marca que son muy poco que no recomendaría el uso de la plataforma electrónica Bancanet 3.0 ya que la mayor parte si lo recomendaría también se denota

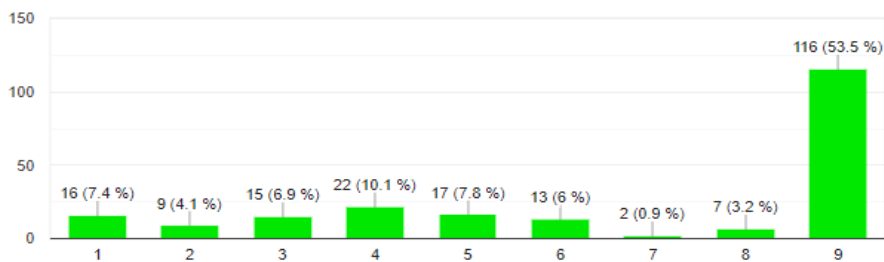
que el beneficio de la misma son interfaz amigable y mayor seguridad como los porcentajes más altos.

Conclusión: Los clientes internos poco a poco se han ido acoplando a las nuevas funciones de la plataforma Bancanet 3.0 y están de acuerdo en recomendarla como también lo definen como un alto porcentaje como interfaz amigable debido a las nuevas y atractivas funciones en beneficio de los clientes.

Gráfico 19. Distribución por qué tan bueno ha sido su experiencia con la Plataforma Electrónica Bancanet del banco y que tanto lo recomendaría Cliente Interno del Banco LAFISE Torre Principal

P.12 ¿En general que tan bueno ha sido su experiencia con la Plataforma Electrónica Banc@Net del banco y que tanto lo recomendaría?

217 respuestas

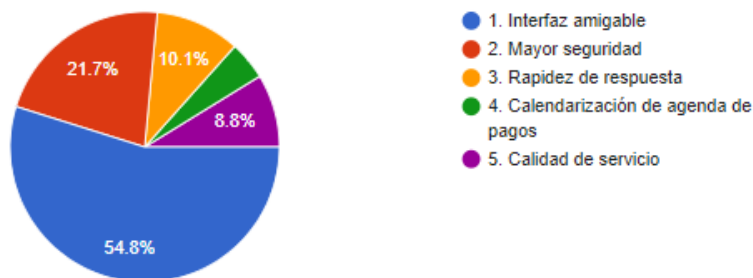


Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

Gráfico 20. Distribución por el tipo de beneficio que presenta la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Interno del Banco LAFISE Torre Principal

P.5 ¿Cuál es el tipo de beneficio que presenta la Plataforma Electrónica Banc@Net para los clientes?

217 respuestas



Fuente: Tomado de las encuestas realizadas en línea de Google Formulario.

4.14 ¿Considera que hay una Buena Carga de la Pagina Web de la Plataforma Electrónica Bancanet del banco Cliente Externo? Vrs ¿Cuál es el Nivel de Confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Externo del Banco LAFISE Torre Principal?

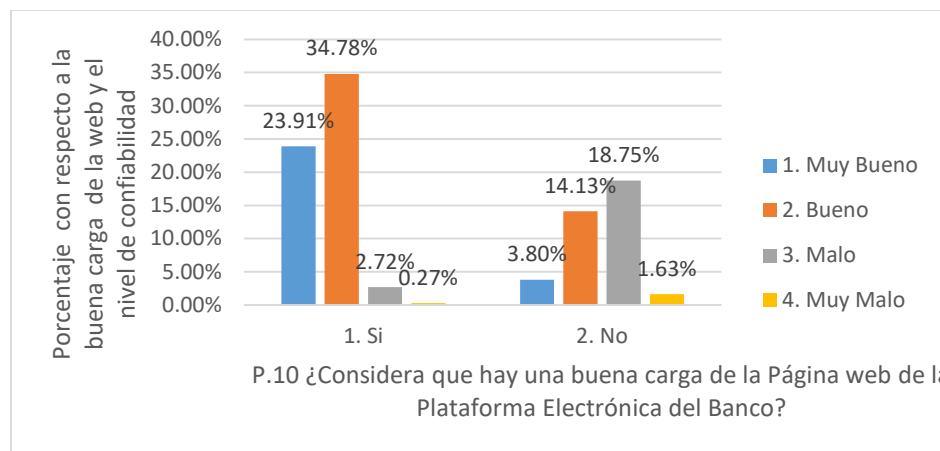
En el gráfico 21 se puede destacar que en el cruce de variables de si hay buena carga de la página web de la plataforma electrónica con respecto al nivel de confiabilidad de la misma se observa que los que dijeron que si carga la página web que comprende a los clientes externos del banco con 34.78% que es buena y se carga sin problemas mientras que los que dijeron que no lo consideran que tiene mala carga y hay problemas con la página que corresponde al 18.75%.

Hallazgo: Que gran parte de los clientes externos que hay confiabilidad en la plataforma para desplegar la información y carga la página web, mientras existen usuarios que se les presenta algunos errores al carga la información de la página web lo cual impide realizar diferente movimientos en la plataforma electrónica Bancanet 3.0.

Tendencia: El mayor porcentaje indica que si hay confianza para cargar la página lo cual poco a poco va generando una satisfacción para los clientes.

Conclusión: El nivel de confiabilidad para usar la página web del banco y de la plataforma electrónica es bueno, lo cual genera mayor seguridad para su utilización para los demás usuarios.

Gráfico 21. Distribución por Buena Carga de la Pagina Web de la Plataforma Electrónica Bancanet del banco Cliente Externo VS el Nivel de Confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Bancanet Cliente Externo del Banco LAFISE Torre Principal



Fuente: Elaboración Propia.

CAPÍTULO V. PROPUESTA DE MEJORA

5.1 Estrategias Bancarias para la Satisfacción y Fidelización de Clientes

Los clientes de Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa que utilizan la Plataforma Electrónica BANCANET 3.0 ¿Se deben Captar nuevos clientes o mantener los clientes ya existentes? Esta pregunta es fundamental para determinar qué tipos de estrategias se tiene que usar y cómo enfocarlas. Se sabe que para captar nuevos clientes se debe invertir grandemente para retener a los que ya se tiene. Un cliente satisfecho lo comentará con pocos de 2 o 3 personas muy probamente, un cliente insatisfecho, al menos lo hará con 12 o más personas. ¿Qué se debe medir entonces? ¿La fidelización o la satisfacción de los clientes?

La satisfacción se define como un inherente estado mental inestable, que se representa en el momento de haber encontrado lo que se necesita (Reichheld, Frederick F, 1996). Para poder medir el grado de satisfacción y fidelización de los usuarios debemos preguntarnos:

- ¿Quiénes son nuestros clientes?
Corporativos, persona natural, clientes interno.
- ¿Qué servicios ofrecemos?
- ¿Cuáles son las estrategias que utilizo?
- ¿Cómo me relaciono con mis usuarios?
- ¿Hasta dónde me interesa satisfacer a mis usuarios?
- ¿Hasta dónde les interesa fidelizar a mis usuarios?

Estas preguntas son claves para poder estudiar el mercado al cual se están enfocando los productos y servicios y al grupo del mercado que se quiere fidelizar o captar como nuevos clientes. Entender que la “lealtad sustentable” es clave para conseguir el éxito de la empresa, es un punto prioritario al momento de plantearse que estrategias se deben utilizar para mantener a los clientes. (Chicago, 1998). Algunas de estas estrategias pueden ser:

- Desarrollar programas integrados de fidelización.
- Desarrollo de modelos para medir la fidelidad de los clientes.
- Administración de campañas orientadas para incrementar la fidelidad.
- Proveer consultas estratégicas o iniciativas de fidelización.

Segmentación y categorización de clientes

Actualmente según las base de datos que nos dio acceso el Banco LAFISE existen registrado alrededor de 32,000 Clientes que tienen cuenta y disponible el servicio de BANCANET, se observó que no están segmentados ni categorizados. Para determinar los grados de fidelidad de los clientes, se deben analizar que segmento de clientes está fallando, cual es el ciclo de vida de los clientes, los perfiles de los clientes, desarrollar programas de administración de clientes y sobre todo evaluar las relaciones y los puntos de contacto con los clientes.

Para poder construir óptimas estrategias de fidelización de clientes como primer punto se deben establecer categorías, por nivel de fidelidad, otra forma que se puede usar para la segmentación de grupos de clientes que puede utilizar el Banco es por grupos etarios y profesionales, es decir, jóvenes, estudiantes, profesionales, familias y pensionados, entre otros. Cada uno de estos grupos pertenece a un mercado objetivo, en el cual se analizan las necesidades de cada uno para poder desarrollar productos y servicios de acuerdo a los resultados obtenidos de los estudios.

Cada segmento, en el ámbito bancario, requiere de técnicas, recursos y servicios específicos, en los espacios virtuales como físicos, tanto de acceso como de comunicación.

Algunas estrategias de fidelización y satisfacción pueden implementarse para usuarios de la plataforma electrónica

Servicios y productos para jóvenes

Promociones de verano para jóvenes y tienda virtual con productos para personas jóvenes según estudios de mercado además de comunidades donde se agrupan clientes por intereses comunes lo que permite al banco estudiar los comportamientos y necesidades de los diferentes grupos de clientes facilitándoles una plataforma de comunicación.

Servicios especializados por tipo de clientes y en segmentación etaria

El mercado objetivo define el lenguaje utilizado para ofrecer productos y servicios de manera diferente del que se utilizaría para otros grupos socio económicos.

Servicios especializados para personas mayores

El lenguaje utilizado para ofrecer estos servicios y productos es claro y formal, se trata a los clientes de ‘‘USTED’’, destacando que la vejez es la mejor época de la vida de las personas, y agradeciendo la fidelidad y la confianza de los clientes. La comunicación efectiva tiene componentes que son capaces de escuchar, entender a los clientes, poder responder de rápida y eficaz a las necesidades o quejas de los clientes.

Productos y servicios específicos para estudiantes

Tarjetas universitarias utilizables tanto dentro como fuera del centro de estudio para la compra de libros, útiles y convenios de descuentos para pago de matrícula y mensualidades, descuentos consumos en restaurantes.

Personalización de productos y servicios por segmento de clientes

- Particulares
- Empresas
- Jóvenes
- Personas mayores
- Extranjeros

Por cada segmento identificar sus patrones de comportamiento y necesidades, luego dar unos productos o servicios relacionados con la plataforma electrónica BANCANET llegando de forma más directa al cliente final. Dar accesos a los catálogos que se encuentran presentes en la plataforma, pero la calidad de estos es un indicador del grado de satisfacción que pueden tener los usuarios al formular búsquedas de información, si el catálogo es simple pero completo, un usuario demorará menos en encontrar lo que necesita por lo tanto puede alcanzar un grado de satisfacción más alto.

Estrategias para Mejorar la Oferta Digital en el Banco

Como primer plan para conquistar la web con la plataforma BANCANET, el Banco debe dejar que los clientes definan sus propias experiencias, los consumidores están buscando agilidad y comodidad, así como también servicios más personalizados. ‘‘Los avances en inteligencia artificial y tecnologías de aprendizaje automático están abriendo el camino para que los bancos ofrezcan un soporte automatizado eficaz’’ según un estudio realizado por Accenture Research.

La segunda estrategia es reescribir los procesos para la era digital. A medida que el Banco LAFISE obtenga más datos de los consumidores, intentará como ofrecer un acceso en tiempo real a productos o servicios específicos, tales como préstamos o nuevas cuentas en su propia página web de la plataforma BANCANET. Por lo anterior, es necesario implantar mejoras en la identificación digital y establecer procesos que permitan la concreción de herramientas. Cerca de 43% de los clientes de los bancos quiere ayudar a moldear los productos y servicios futuros de las compañías mediante aportaciones online.

Como tercera estrategia el Banco debe de prepararse y tomar acción en API (Application Program Interfaces), debido a que existe la necesidad de desarrollar un modelo de plataforma para servicios bancarios, ya sea integrando sus productos en BANCANET con la opción de se puede sincronizar de forma automática y que se pueda actualizar con el surgimiento de nuevos productos. Actualmente se está trabajando en ese proyecto de mejora para eficientar los procesos ser más ágil en el servicio.

La cuarta estrategia es acceder al mayor número de datos posibles, para así ofrecer precios competitivos, servicios más fáciles, rápidos y además presentar productos que sean relevantes para las necesidades financieras de sus clientes en el momento preciso. Este aspecto es importante para los buscadores de calidad, los cuales solo desean que los proveedores de servicios financieros pongan sus intereses en primer lugar y protejan sus datos.

La última estrategia es tener un buen diseño y una arquitectura amigable de la plataforma del Banco. El interfaz de la nueva BANCANET permite visualizar de mejor forma todas las funcionalidades disponibles dentro de la misma y realizar las transacciones de forma más rápida y segura con una imagen renovada.

Mejorar la experiencia de cliente es la estrategia más eficaz para incrementar la competitividad del Banco

Los bancos y empresas de servicios financieros se enfrentan a un número creciente de desafíos entre los que cabe destacar la rápida digitalización de las relaciones con sus clientes, el incremento de la movilidad y la entrada de nuevos competidores en el sector como las cadenas minoristas, plataformas de crowdfunding, préstamo entre particulares, empresas de tecnología o

proveedores de sistemas de pago basados en NFC (Near Field Communications por sus siglas en inglés), en Honduras el comportamiento de la banca en línea se está incrementando según cifras de ASEMTECH, actualmente las operaciones en línea a nivel de volumen de monto de dinero representan el 70% de las transacciones bancarias y a nivel de cantidad éstas representan el 85%.

Al día se realizan más de 50 mil transacciones. Los principales bancos que han reportado más desarrollo en el área han sido BAC, FICOHSA, Atlántida, Banpaís, Banrural y la LAFISE. Está previsto que en el próximo lustro más instituciones bancarias amplíen su portafolio a servicios tecnológicos.

HNL MM	2016	2017	Variaciones		%MarketShare
			2016	%	2017
1 Ficohsa	76,905	84,444	7,538	9.8%	19.8%
2 Atlantida	69,932	76,686	6,754	9.7%	18.0%
3 Occidente	52,163	57,376	5,213	10.0%	13.5%
4 BAC	49,820	57,051	7,231	14.5%	13.4%
5 Banpais	42,598	49,113	6,515	15.3%	11.5%
6 Davivienda	24,060	24,341	281	1.2%	5.7%
7 Banrural	13,878	17,582	3,704	26.7%	4.1%
8 Lafise	12,693	14,270	1,577	12.4%	3.4%
9 Promerica	11,571	12,495	924	8.0%	2.9%
10 Ficensa	8,904	9,853	948	10.7%	2.3%
11 Trabajadores	7,048	9,110	2,062	29.3%	2.1%
12 Banhcafe	4,272	4,280	8	0.2%	1.0%
13 Azteca	4,023	4,218	195	4.8%	1.0%
14 CITI	3,370	2,886	(484)	(14.4%)	0.7%
15 Popular	1,477	1,950	474	32.1%	0.5%
TOTAL	382,714	425,655	42,941	11.2%	

Fuente: Diario El Heraldo posición de los Banco en Honduras a nivel de activos.

Ejecución de Análisis de Tendencias BPO (Subcontratación de Procesos de Negocios) para el mercado de servicios bancarios y financieros

- **Automatización:** Soluciones de automatización del back office permiten a las empresas priorizar y gestionar de forma más eficaz las demandas realizadas por los clientes desde cualquier canal, incrementando el número y la calidad de las interacciones con clientes.
- **Optimización del back office para gestionar entornos omnicanal:** El mayor reto a la hora de ofrecer una experiencia de cliente excepcional es que el trabajo del front office y del back office son de una naturaleza diferente. Contar con un entorno de atención al cliente omnicanal, que además integre de forma eficaz el front office y el back office, puede convertirse en una importante fuente de ventaja competitiva.

- **Gestión de documentos electrónicos:** si la gestión de documentos coincide con los flujos de trabajos personales y corporativos, el resultado es la mejora en la eficiencia y la satisfacción de los usuarios, las soluciones que garantizan una digitalización, procesamiento y gestión segura de documentos pueden mejorar de forma significativa procesos como la solicitud y gestión de créditos, el análisis de riesgos, la gestión de seguros y un extenso número de servicios del sector que tiene un alto grado de dependencia de documentación.
- Implementación de una solución de automatización de procesos manuales de back office que incluye la actualización automática en los puntos de ventas, opciones de reintegro automático de cantidades reclamadas de bajo monto, búsqueda y gestión automática del historial de cliente o la automatización de los procesos de solicitud de documentos entre otros.

5.2 Generación Omnicanal

5.2.1 Nueva propuesta de valor para lograr una armoniosa atención al Cliente

El Banco LAFISE debe crear una plataforma de comunicación unificándola con Banc@Net 3.0 que, a través de cualquier combinación de voz, SMS, móvil, web y redes sociales, permita que los clientes se muevan de un canal a otro sin problemas de un autoservicio sobre su tarjeta de crédito, a una llamada directa con el agente para realizar alguna aclaración sobre un monto a cobrar.

Se debe contar con una actitud de “Servicio Proactivo al Cliente” y dar la posibilidad de enviar alertas cuando se alcanzan ciertos umbrales o líneas de tiempo, como cuando los límites de tarjetas de crédito han sido superados o cuando están por vencer o han vencido las fechas de pago. El Autoservicio Móvil debe brindar la posibilidad a los clientes de consultar su saldo en cuenta de cheques y después transferir fondos de su cuenta de ahorro a su cuenta de cheques si lo desean, todo como parte de una sola interacción.

Otra clave es el Ruteo Inteligente donde hay que asegurar que las consultas de servicio entrantes sean manejadas por el mejor recurso disponible en función del tipo de cliente (por

ejemplo, productos bancarios utilizados o el estado de un tema/investigación abierta en la actualidad). Otra variable a considerar es la del denominado Contacto Social: es la variable que permite considerar productivamente a los consumidores cuando las quejas comienzan en torno a un problema de servicio, tal como las tasas de interés de las tarjetas de crédito (la suya o de un competidor) para que pueda aprovechar la oportunidad de retener y/o atraer a los clientes.

Con el tema de la seguridad se puede impulsar a partir del reaseguro de las transacciones automatizadas de tarjetas de crédito con preguntas de seguridad generadas dinámicamente, o reducción de fraudes con el acceso a cuenta mediante biometría de voz.

5.2.2 Matriz RACI para la de Administración de Incidentes

Como propuesta la Matriz RACI servirá para un mapeo de los roles y asignación de las responsabilidades en Banco LAFISE, así como su intervención en cada una de las actividades del procedimiento, con motivo de conocer quién toma parte en cada actividad y con qué nivel de participación para la administración de los incidentes ya sea para cliente internos o externos con el fin de buscar y resolver problemas en la plataforma o servicio al cliente, donde cada letra que forma su nombre es una responsabilidad específica en la actividad. A continuación se muestra la nomenclatura a utilizar dentro de la tabla RACI definida:

Responsabilidad		Descripción
R	Responsable	Responsable de ejecutar la actividad.
A	Accountable	Encargado del cumplimiento y la calidad en la ejecución de la actividad.
C	Consulted	Aporta conocimiento y/o Información para que el responsable ejecute la actividad.
I	Informed	Rol que debe ser informado una vez que la actividad ha finalizado.

Fuente: Elaboración Propia.

- **Actividad:** Nombre de la actividad.
- **Roles:** Nombre de los roles participantes en el procedimiento de Administración de Incidentes, para una buena administración de la plataforma electrónica de la Administración de Servicios implementados.

Administración de Incidentes									
Actividad	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> Usuario / Cliente Administrador de Incidentes Agente de Punto Unico de contacto Niveles Superiores de Soporte Jefe del Área de Tecnología y S. de Inf. Administración de Problemas Administración de Cambios Administración de Niveles de Servicio </div>								
	1	Responder encuesta de Satisfacción	R	A					
2	¿Autoriza Cierre del Incidente?	R/C	A	I					
3	¿Incidente Mayor?		A/R						
4	Incidente Mayor y Relacionar a registro de Problema		A/R	I			I/C		
5	Prever al equipo de Incidentes Mayores		A/R	I		I	I		
6	Controlar el progreso del Incidente Mayor		A/R	I		I	I		
7	¿Incidente Nuevo?	I	A	R					
8	Dar tratamiento a Incidente existente	I/C	A	R					
9	Documentar nuevo Incidente y reunir informacion		A	R					
10	Informar al usuario el numero de Incidentes	I	A						
11	Asignar a Grupo Pertinente	I	A	R/I	R/I				
12	Asignar Especialista apropiado		A	I	R				
13	Tomar control del Incidente	I	A	I	R				
14	Resolver Incidente		A	R	I				

Fuente: Elaboración Propia.

5.2.3 Registro de Reportes para Manejo de Incidencias

El registro de reportes complementara y será útil para el administrador del proceso para el área de tecnología del banco, ya que muestra el comportamiento del procedimiento durante un periodo determinado así mismo para dar reportes de los incidentes que se puedan presentar en los usuarios y en la plataforma electrónica Bancanet 3.0. La información que proveen facilita la evaluación de la eficiencia y efectividad del procedimiento. A continuación se presenta una tabla que muestra los reportes definidos para la de Administración de Incidentes. Dicha tabla está conformada por lo siguiente:

- **Nombre:** Especifica el nombre del reporte.
- **Métrica o campos que incluye:** Listado de métricas y campos incluidos en el reporte.
- **Frecuencia del reporte:** Lapso de tiempo en el que será generado el reporte.

- **Rol a quien se dirige:** Rol al cual se dirige el reporte generado.
- **Fuente de información:** Repositorio del cual se obtendrán las métricas o campos que incluye el reporte.

Nombre	Indicador o Campos que Influye	Frecuencia del Reporte	Rol a Quien se Dirige	Fuente de información
Incidente por Categoría	<ul style="list-style-type: none"> • ID del Incidente • Categoría 	Mensual	Administrador de Incidentes	BD'S de Incidentes
Incidente por Estado	<ul style="list-style-type: none"> • ID del Incidente • Estado 	Mensual	Administrador de Incidentes	BD'S de Incidentes
Detalle de incidentes con incumplidos	<ul style="list-style-type: none"> • ID del incidente • Número de Incidentes con incumplidos • Ingenieros o especialistas que atendieron los incidentes 	Semanal	Administrador de Incidentes	BD'S de Incidentes
Incidentes de periodos anteriores sin solucionar	<ul style="list-style-type: none"> • ID de incidentes • Número de incidentes sin solucionar de periodos anteriores 	Mensual	Administrador de Incidentes	BD'S de Incidentes
Incidentes resueltos por Ingeniero	<ul style="list-style-type: none"> • Número de incidentes resueltos por Ingeniero 	Mensual	Administrador de Incidentes	BD'S de Incidentes
Incidentes por usuario	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de los usuarios con mayor cantidad de Incidentes reportados 	Mensual	Administrador de Incidentes	BD'S de Incidentes

Fuente: Elaboración Propia.

5.2.6 Recepción de Comentarios y Sugerencias

Para medir el impacto de calidad del servicio de Banca Electrónica se obtendrá los comentarios y observaciones de los clientes de Banco LAFISE que reciben asesorías y venta del servicio por parte de la promotora; para conformar las mejoras soluciones para la empresa y satisfacer las demandas del mercado.

De esta forma se diseñó como parte de la propuesta un formato de 5 preguntas. Que el usuario deberá llenar una vez que haya recibido este servicio en el banco. Una vez terminado se depositara en un buzón asignado para este fin. El cliente recibirá un pequeño detalle con el logo del banco al momento de finalizar el llenado del formato; esto se hará con el objetivo de motivar su participación.

<p>1.- ¿Cómo fue el servicio que se le brindó para utilizar Banca Electrónica?</p> <p><input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo</p>
<p>2.- ¿La asesoría que se le ofreció le facilito resolver sus dudas?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No ¿Porqué?</p>
<p>3.- ¿Cómo conoció el servicio de Banca Electrónica?</p> <p><input type="checkbox"/> Medio de comunicación <input type="checkbox"/> Asesora Banca Electrónica <input type="checkbox"/> En forma casual</p>
<p>4.- ¿Cómo evaluaría el tiempo de asesoría que se le otorgó?</p> <p><input type="checkbox"/> Extenso <input type="checkbox"/> Ideal <input type="checkbox"/> Breve</p>
<p>5.- ¿Qué nivel de este servicio encontró en la promotora de Banca Electrónica?</p> <p><input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo</p>

Fuente: Elaboración Propia.

CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

Posterior al análisis de los datos obtenidos en esta investigación y teniendo en cuenta que el objetivo del estudio es determinar La Valoración de la Facilidad de Uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 por parte de los Clientes Internos y Externos en el Banco LAFISE Torre Principal en la ciudad de Tegucigalpa en el periodo de Octubre a Diciembre del 2018, se puede concluir lo siguiente:

1. Desarrollar propuestas de mejora que aporten al beneficio en el uso de la Plataforma Electrónica Bancanet 3.0 para los clientes internos y externos del Banco en general.
2. En los resultados de la encuesta la participación tanto clientes internos y externos en el uso de la plataforma electrónica es de personas jóvenes debido a que es una generación más activa y hábil en cuanto al uso de la tecnología para dar una rápida respuesta a los cambios así como atraer a nuevos clientes.
3. No conformidad en los clientes externos por los errores que se han generado por la actualización de la plataforma, así mismo errores de carga por las transacciones.
4. Debe considerar para la búsqueda de soluciones mediante la implementación de diversas estrategias para la mejora continua.
5. Mediante la aplicación de herramientas, indicadores se puede manejar y detectar los errores para reducir y lograr evitarlos.
6. Implementar un registro de eventos para documentar las incidencias en la plataforma y un seguimiento y llegar a una solución más óptima.
7. El banco cuenta con personal capacitado que en su mayoría son jóvenes de grado académico de universidad que si utiliza la plataforma electrónica Bancanet 3.0.
8. La distribución en cuanto al nivel educativo de los clientes externos encuestados, encontrando un alto porcentaje de clientes con estudios superiores universitarios con el

90.21% que mencionaron que si la utilizan la plataforma electrónica Bancanet 3.0 mientras con 53.38% que dijeron que no usan la plataforma electrónica Bancanet 3.0 que tiene un nivel educativo de secundaria, al igual que los clientes internos, los clientes externos que usan la plataforma tiene grado académico de universidad quiere decir que lo usa la población más preparada.

9. En la comparación de los encuestados de los clientes internos y externos se puede apreciar que ambos utilizan la plataforma tienen un grado académico de universidad, que si utiliza Bancanet 3.0, encontrando un alto porcentaje de clientes internos con el 76.44% que de 133 personas y clientes externos también con elevado porcentaje con estudios superiores universitarios con el 90.21%.
10. La relación del nivel de confiabilidad de la plataforma que tiene los clientes internos del Banco LAFISE Torre Principal se encontró que el 61.3% según gráfico 8 de los usuarios encuestados tiene seguridad con la misma, así mismo el mayor tipo de transacción que utilizan dentro de Bancanet 3.0 son pagos con un porcentaje del 59.9% ver gráfico 9, en el cruce de variables se puede observar en la gráfica 7 que al realizar los pagos el nivel de confiabilidad es muy bueno con 30.41% y muy malo con 24.42% lo cual nos indica hay algunos desajustes que provoquen que algunos clientes estén insatisfechos.
11. Se puede apreciar que el nivel de confianza que da la plataforma lo consideran bueno, pero a su vez existen algunas pequeñas observaciones de los encuestados de desconfianza por ser nueva, pero donde la mayoría de los encuestados realiza pagos al igual que los clientes internos como los servicios públicos como agua, luz, cable entre otros siendo la transacción con mayor incidencia por parte de los clientes externos.
12. Para los diferentes usuarios específicamente el cliente interno tiene una buena respuesta para resolver inquietudes que se puedan presentar en el banco con los diferentes usuarios, el servicio es oportuno con respecto a la plataforma electrónica Bancanet buscando la mejora continua para resolver diferentes problemas que impidan el desarrollo de las operaciones.

13. El cliente Externo encuestado considera que la atención es buena con un porcentaje de 42.9% ver gráfico 17 y que el tiempo de respuesta es de 63.6% que dijo que si ver gráfico 18, en el cruce de variables ver gráfico 16 se aprecia que con 34.51% de los encuestados dijeron que si es oportuno y da una buena atención mientras que con 21.20% dijeron que no dan un servicio oportuno y no da una buena atención para los clientes externos y que es malo.

14. El mayor problema que presentan los clientes internos son los errores en el sistema de la plataforma electrónica lo es importante tener en cuenta cuales son los errores puntuales para resolver y dar un desarrollo óptimo a los usuarios.

15. El mayor problema que presentan los clientes externos el no contar con buen servicio de internet o buena señal dificultad el uso de la plataforma así como los errores en el sistema de la plataforma electrónica lo es importante tener en cuenta cuales son los errores detectarlos para resolver y dar un desarrollo óptimo a los usuarios.

16. Los clientes internos poco a poco se han ido acoplado a las nuevas funciones de la plataforma Bancanet 3.0 y están de acuerdo en recomendarla como también lo definen como un alto porcentaje como interfaz amigable debido a las nuevas y atractivas funciones en beneficio de los clientes.

17. El nivel de confiabilidad para usar la página web del banco y de la plataforma electrónica es bueno, lo cual genera mayor seguridad para su utilización para los demás usuarios.

6.2 Recomendaciones

Basado en el análisis del trabajo se pueden sugerir las siguientes recomendaciones.

1. Utilizar indicadores para medir constantemente la satisfacción de los clientes.
2. Utilizar indicadores para medir el desarrollo de la plataforma.
3. Desarrollar constantemente buenas estrategias para mantener a los clientes y atraer a nuevos.
4. Realizar análisis constantes en el cual se pueda determinar y comparar el nivel de satisfacción de los usuarios nuevos.
5. Realizar evaluaciones sobre posibles riesgos en la plataforma.
6. Contemplar un plan de contingencias en caso de errores en el sistema para tener una rápida respuesta para los usuarios de la plataforma electrónica.
7. Capacitaciones a todo el personal periódicas para evitar errores en la plataforma electrónica.
8. Tomar como referencia esta investigación con el fin de buscar herramientas que permitan mejorar la calidad de la atención del personal tanto interno como externo y así aumentar el nivel de satisfacción de los usuarios en los servicios del Banco LAFISE Torre Principal de la ciudad de Tegucigalpa.
9. Realizar estudios continuos a los clientes que visitan al banco, para conocer la atención ofrecida por parte del personal del banco y cliente externo, con el fin de evaluar su desempeño y mejorar la calidad en la atención.
10. Evaluar el mercado constantemente para diseñar estrategias con el fin de atraer nuevos clientes.
11. Aplicar Estrategias de modo para tomar mejores decisiones y buscar la mejora continua.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Pacheco Jiménez, M. (2015). LA e-CONFIANZA DEL INTERNAUTA ESPAÑOL: RETOS DE CIBERSEGURIDAD. Universidad de Castilla-La Mancha.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: an integrated model. *MIS quarterly*, 27(1), 51-90.
- Gefen, D., & Straub, D. W. (2004). Consumer trust in B2C e-Commerce and the importance of social presence: experiments in e-Products and e-Services. *Omega*, 32(6), 407-424.
- Harridge-March, S. (2006). Can the building of trust overcome consumer perceived risk online?. *Marketing Intelligence & Planning*, 24(7), 746-761.
- Pavlou, P. A., & Fygenson, M. (2006). Understanding and predicting electronic commerce adoption: An extension of the theory of planned behavior. *MIS quarterly*, 115-143.
- Riegelsberger, J., Sasse, M. A., & McCarthy, J. D. (2005). The mechanics of trust: A framework for research and design. *International Journal of Human-Computer Studies*, 62(3), 381-422.
- Walczuch, R., & Lundgren, H. (2004). Psychological antecedents of institution-based consumer trust in e-retailing. *Information & Management*, 42(1), 159-177.
- Stell, R., & Paden, N. (2002). Creating retail web sites for different consumer shopping orientations. *Journal of Internet Commerce*, 1(1), 3-16.
- Blanco, C. F., & Blasco, M. G. (2006). La confianza y el compromiso en las relaciones a través de Internet: dos pilares básicos del marketing estratégico en la red. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (29), 133-160.
- Shaemi, A., & Saneian, Z. (2014). Building trust in e-banking and its effect on positive word-of-mouth advertising. *Management Science Letters*, 4(5), 967-976.
- Grabner-Kraeuter, S. (2002). The role of consumers' trust in online-shopping. *Journal of Business Ethics*, 39(1-2), 43-50.
- Manzano, J. A., Navarré, C. L., Mafé, C. R., & Blas, S. S. (2011). Análisis de los factores determinantes de la lealtad hacia los servicios bancarios online. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(1), 26-39.
- Weisberg, J., Te'eni, D., & Arman, L. (2011). Past purchase and intention to purchase in ecommerce: The mediation of social presence and trust. *Internet Research*, 21(1), 82-96.
- Palvia, P. (2009). The role of trust in e-commerce relational exchange: A unified model. *Information & management*, 46(4), 213-220.
- Ambler, Tim. "How much of brand equity is explained by trust?." *Management Decision* 35.4 (1997): 283-292.

- Parasuraman, Anantharathan, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. "A conceptual model of service quality and its implications for future research." *the Journal of Marketing* (1985): 41-50.
- Zineldin, Mosad. "Bank-company interactions and relationships: some empirical evidence." *International Journal of Bank Marketing* 13.2 (1995): 30-40.
- Rexha, Nexhmi, Russel Philip John Kingshott, and Audrey Shang Shang Aw. "The impact of the relational plan on adoption of electronic banking." *Journal of services marketing* 17.1 (2003): 53-67.
- Mukherjee, Avinandan, and Prithwiraj Nath. "A model of trust in online relationship banking." *International Journal of Bank Marketing* 21.1 (2003): 5-15.
- Wang, Y. D., & Emurian, H. H. (2005). Trust in e-commerce: consideration of interface design factors 1. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 3(4), 42.
- Corritore, C. L., Kracher, B., & Wiedenbeck, S. (2003). On-line trust: concepts, evolving themes, a model. *International journal of human-computer studies*, 58(6), 737-758.
- Ratnasingam, P. (2005). Trust in inter-organizational exchanges: a case study in business to business electronic commerce. *Decision support systems*, 39(3), 525-544.
- Mukherjee, A., & Nath, P. (2003). A model of trust in online relationship banking. *International Journal of Bank Marketing*, 21(1), 5-15.
- Xiao, Y., Zheng, X., Pan, W., & Xie, X. (2010). Trust, relationship commitment and cooperative performance: supply chain management. *Chinese Management Studies*, 4(3), 231-243.
- Yousafzai, S. Y., Pallister, J. G., & Foxall, G. R. (2003). A proposed model of e-trust for electronic banking. *Technovation*, 23(11), 847-860.
- Kim, S. H., Lee, Y. K., Lee, C. K., & Holland, S. (2011). Trust transfer effects on values and attitudes toward China and the Shanghai Expo 2010.
- Oliver, R. L., Rust, R. T., & Varki, S. (1997). Customer delight: foundations, findings, and managerial insight. *Journal of retailing*, 73(3), 311-336.
- Evanschitzky, H., Iyer, G. R., Hesse, J., & Ahlert, D. (2004). E-satisfaction: a reexamination. *Journal of retailing*, 80(3), 239-247.
- Jones, M. A., & Suh, J. (2000). Transaction-specific satisfaction and overall satisfaction: an empirical analysis. *Journal of services Marketing*, 14(2), 147-159.
- Anderson, R. E., & Srinivasan, S. S. (2003). E-satisfaction and e-loyalty: A contingency framework. *Psychology & marketing*, 20(2), 123-138.

ANEXOS

Anexo 1 Formato de Entrevista a Profundidad con Experto #1

ET-0__

ENTREVISTA

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD CON EXPERTOS DEL TEMA EN TEGUCIGALPA QUE UTILIZAN LA PLATAFORMA ELECTRONICA BANC@NET 3.0 EN BANCO LAFISE TORRE PRINCIPAL EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO MORAZAN.

Nombre del Experto: Manuel Centeno
Electrónicos

Puesto: Ejecutivo de Canales

Su opinión es muy importante, ayúdenos a conocer su punto de vista, observaciones y ampliar conocimiento.

La presente entrevista tiene por objeto conocer a detalle diferentes elementos importantes de Banc@Net y cómo valoran y si existe una facilidad en el uso de la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 y la percepción de los productos o servicios que esta genera dentro del Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa.

Indicaciones: Por favor conteste las siguientes preguntas de la entrevista según considere a su criterio personal:

P.1 ¿Cómo describe la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Es una herramienta tecnológica que busca simplificar los procesos cotidianos para hacer el día a día de las personas sea más simple ágil y eficiente.

P.2 ¿Considera que existe facilidad de uso para la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

En su mayoría si, en lo cual mi opinión, el éxito de la plataforma y al nivel de usuarios, se busca que las cosas se hagan de la forma más fácil posible sin dejar de lado los aspectos de seguridad de la información. Son pocas las empresas que preocupan por estos detalles, LAFISE es una de ellas.

P.3 ¿Qué beneficios presenta la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Ahorro de tiempo, eficiencia en operaciones realizadas, a nivel de personas naturales y empresas, acceso a información histórica de transacciones realizadas y generación de reportes de forma rápida y eficaz.

P.4 ¿Cómo percibe la utilización de la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Las percepciones son buenas, los cambios son necesarios para un mejor flujo en el negocio financiero del banco y es atractivo para nuevos cliente potenciales.

P.5 ¿Considera que la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 ha tenido una aceptación para los Clientes?

Sí, pero la aceptación dependen de factores, como perfil académico y socioeconómico, personas en edades avanzadas prefieren realizar operaciones en forma manual, siendo las generaciones actuales que prefieren hacer uso de la tecnología en sus actividades cotidianas.

P.6 ¿Qué cosas considera que pueden mejorar aun en la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Creo que se deben prestar más atención al diseño, diseñadas en esquemas de alta disponibilidad, para reducir significativamente de incidentes por fallas de la comunicación, también de inclusión de asistencia o soporte en línea (Chat) para optimar la experiencia del usuario en el uso de la plataforma.

P.7 ¿A qué segmento de mercado considera que va dirigido la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Socioeconómico: medio – alto, Demográfico: jóvenes – jóvenes adultos y adultos de ambos géneros.

P.8 ¿Cómo mira a futuro la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Globalizadas y ofreciendo la más amplia gama de productos posible dentro del rubro, ejemplo: Amazon y eBay que han creado sus propios mecanismos de pago.

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 2 Formato de Entrevista a Profundidad con Experto #2

ET-0__

ENTREVISTA

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD CON EXPERTOS DEL TEMA EN TEGUCIGALPA QUE UTILIZAN LA PLATAFORMA ELECTRONICA BANC@NET 3.0 EN BANCO LAFISE TORRE PRINCIPAL EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO MORAZAN.

Nombre del Experto: Jorge Cano
Productos

Puesto: Ejecutivo de Proyectos y

Su opinión es muy importante, ayúdenos a conocer su punto de vista, observaciones y ampliar conocimiento.

La presente entrevista tiene por objeto conocer a detalle diferentes elementos importantes de Banc@Net y cómo valoran y si existe una facilidad en el uso de la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 y la percepción de los productos o servicios que esta genera dentro del Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa.

Indicaciones: Por favor conteste las siguientes preguntas de la entrevista según considere a su criterio personal:

P.1 ¿Cómo describe la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?
Es medio digitales mediante el cual se puede realizar diferentes tipos de acciones, que ayuda a facilitar ciertas actividades que antes ocupan de mucha interacción humana teniendo impacto directo en el tiempo.

P.2 ¿Considera que existe facilidad de uso para la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Si, particularmente para eso fue creada para facilitar la interacción del cliente con tareas específicas.

P.3 ¿Qué beneficios presenta la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Presentan ahorros monetarios para la institución, y ahorro de tiempo ya que mediante ciertas tareas electrónicas no se necesitan interacción humana lo cual genera pasivo laboral y tiempo involucrado.

P.4 ¿Cómo percibe la utilización de la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

La percibo como una herramienta electrónica que facilita ciertas actividades a través de un ordenador o teléfono móvil.

P.5 ¿Considera que la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 ha tenido una aceptación para los Clientes?

Creo hay un factor social y generacional que envuelve la respuesta a esta pregunta, si bien la plataforma electrónica ayuda a los usuarios, en países como Honduras hay una cierta renuencia por parte de cierta generación al utilizarlo y aun así el número de personas que las utilizan van aumentando con el paso de los años.

P.6 ¿Qué cosas considera que pueden mejorar aun en la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Ninguna plataforma electrónica es igual a la otra, siempre existen diferencias ya que cada una puede tener diferentes creadores.

P.7 ¿A qué segmento de mercado considera que va dirigido la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

A todo segmento comercial y de servicio, ya que la interacción con el cliente es más directo.

P.8 ¿Cómo mira a futuro la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

El futuro de la plataforma electrónica es muy prometedor ya que año tras a año salen a la luz nuevos avances tecnológicos.

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 3 Formato de Entrevista a Profundidad con Experto #3

ET-0__

ENTREVISTA

ENTREVISTA A PROFUNDIDAD CON EXPERTOS DEL TEMA EN TEGUCIGALPA QUE UTILIZAN LA PLATAFORMA ELECTRONICA BANC@NET 3.0 EN BANCO LAFISE TORRE PRINCIPAL EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO MORAZAN.

Nombre del Experto: Josué Rodas
Producto

Puesto: Oficial de

Su opinión es muy importante, ayúdenos a conocer su punto de vista, observaciones y ampliar conocimiento.

La presente entrevista tiene por objeto conocer a detalle diferentes elementos importantes de Banc@Net y cómo valoran y si existe una facilidad en el uso de la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 y la percepción de los productos o servicios que esta genera dentro del Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa.

Indicaciones: Por favor conteste las siguientes preguntas de la entrevista según considere a su criterio personal:

P.1 ¿Cómo describe la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?
Como una plataforma amigable, con interfaz adecuada a los nuevos estándares de tecnología, con controles de seguridad adecuados y políticas establecidos, además que cuenta con nuevas herramientas y procesos mejorados para una mayor facilidad en el servicio.

P.2 ¿Considera que existe facilidad de uso para la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Si existe porque hay una facilidad en el acceso a las diferentes herramientas y menú para el usuario, además se establecieron procesos menores, la calidad de la información más sostenible que la anterior y más eficiente.

P.3 ¿Qué beneficios presenta la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Es la compatibilidad con los sistemas en el mercado, la seguridad es confiable, es menos engorrosa en los procesos para hacer una transacción.

P.4 ¿Cómo percibe la utilización de la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

La percibo como una herramienta útil y eficaz para todo tipo de operación y transacción como persona o empresa que desea realizar.

P.5 ¿Considera que la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 ha tenido una aceptación para los Clientes?

Si hay una aceptación ya que se acopla a las distintas necesidades que el cliente requiere.

P.6 ¿Qué cosas considera que pueden mejorar aun en la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Para el mejoramiento de la plataforma agregar nuevos tipos de servicio para que el cliente tenga más opciones para ver, mejorar el tiempo de carga de la plataforma, mejorar los tiempos de atención con se necesite soporte técnico.

P.7 ¿A qué segmento de mercado considera que va dirigido la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Va dirigido a todas las personas, mi PYMES, y todo tipo de empresas.

P.8 ¿Cómo mira a futuro la Plataforma Electrónica Banc@Net 3.0 en Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa?

Se mira confiable a futuro va a cumplir con las necesidades de los clientes así mismo se acoplara a los nuevos procesos que surjan en el camino y se ajustaran a los nuevos patrones de comportamiento de los nuevos clientes que surjan.

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 4 Formato de Encuesta para Clientes Interno

E-0__

ENCUESTA

POTENCIAL DEMANDA DE CLIENTES INTERNOS DE TEGUCIGALPA QUE UTILIZAN LA PLATAFORMA ELECTRONICA BANC@NET 3.0 EN BANCO LAFISE TORRE PRINCIPAL EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO MORAZAN.

Su opinión es muy importante, ayúdenos a conocer su punto de vista y observaciones en unos minutos

La presente encuesta tiene por objeto conocer si la población de clientes externos del Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa como valoran y si existe una facilidad en el uso de la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 y la percepción de los productos o servicios que esta genera.

Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según considere marcando con una x:

P.1 ¿Qué tipo de cliente es en Banco LAFISE?

1. Cliente Interno/Colaborador/Empleo
2. Cliente Externo/Usuario del Banco

P.2 ¿Uso frecuente como cliente de la plataforma electrónica Banc@Net?

1. Todos los días
2. Dos veces por semana
3. Cada 15 días

P.3 ¿Cuál es el tipo de transacción que hace a través de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Depósitos o Retiros
2. Actualización de Cuenta
3. Transferencia a Cuenta de Terceros
4. Transferencia a Cuenta Propias
5. Pagos

P.4 ¿Ha tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Errores en el Sistema
2. No se muestran los Saldos
3. Transferencias no Ejecutables
4. Acceso a Internet

P.5 ¿Cuál es el tipo de beneficio que presenta la Plataforma Electrónica Banc@Net para los clientes?

1. Interfaz amigable
2. Mayor seguridad
3. Rapidez de respuesta
4. Calendarización de agenda de pagos
5. Calidad de servicio

P.6 ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Persona natural/Usó Personal
2. Persona jurídica/Usó para mi Empresa

P.7 ¿Cuál el nivel de confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Muy Bueno

- 2. Bueno
- 3. Malo
- 4. Muy Malo

P.8 ¿Cree que el tiempo de respuesta es el oportuno al utilizar los servicios de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

- 1. Si _____
- 2. No _____

P.9 ¿Se siente seguro en cuanto al uso y atención que recibió en la Plataforma Electrónica Banc@Net?

- 1. Si _____
- 2. No _____
- 3. No se _____

P.10 ¿Considera que hay una buena carga de la página web de la Plataforma Electrónica del Banco?

- 1. Si _____
- 2. No _____

P.11 ¿Qué tan bueno es la atención cuando ha necesitado apoyo del personal del banco?

- 1. Muy Bueno
- 2. Bueno
- 3. Malo
- 4. Muy Malo
- 5. No lo he necesitado

P.12 ¿En general que tan bueno ha sido su experiencia con la Plataforma Electrónica Banc@Net del banco y que tanto lo recomendaría?

(Marque 1 siendo el de mayor importancia y así sucesivamente)

Elementos	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. No lo Recomendaría									
2. Si lo Recomendaría									

DATOS DEMOGRAFICOS

D.1 Edad:

- 1) 18-24
- 2) 25-30
- 3) 31-40
- 4) más de 41

D.2 Género: F M

D.3 Último año de estudios cursado:

Primaria Secundaria Universidad

F.1 Usted usa la plataforma Banc@Net 3.0: Sí No

Si su respuesta es NO, porque motivo no utiliza la plataforma Banc@Net 3.0: _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

Anexo 5 Formato de Encuesta para Clientes Externo

E-0__

ENCUESTA

POTENCIAL DEMANDA DE CLIENTES EXTERNOS DE TEGUCIGALPA QUE UTILIZAN LA PLATAFORMA ELECTRONICA BANC@NET 3.0 EN BANCO LAFISE TORRE PRINCIPAL EN EL MUNICIPIO DE FRANCISCO MORAZAN.

Su opinión es muy importante, ayúdenos a conocer su punto de vista y observaciones en unos minutos

La presente encuesta tiene por objeto conocer si la población de clientes externos del Banco LAFISE Torre Principal de Tegucigalpa como valoran y si existe una facilidad en el uso de la plataforma electrónica Banc@Net 3.0 y la percepción de los productos o servicios que esta genera.

Indicaciones: Por favor conteste el presente cuestionario según considere marcando con una x:

P.1 ¿Qué tipo de cliente es en Banco LAFISE?

1. Cliente Interno/Colaborador/Empleo
2. Cliente Externo/Usuario del Banco

P.2 ¿Uso frecuente como cliente de la plataforma electrónica Banc@Net?

1. Todos los días
2. Dos veces por semana
3. Cada 15 días

P.3 ¿Cuál es el tipo de transacción que hace a través de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Depósitos o Retiros
2. Actualización de Cuenta
3. Transferencia a Cuenta de Terceros
4. Transferencia a Cuenta Propias
5. Pagos

P.4 ¿Ha tenido alguna dificultad antes en la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Errores en el Sistema
2. No se muestran los Saldos
3. Transferencias no Ejecutables
4. Acceso a Internet

P.5 ¿Cuál es el tipo de beneficio que presenta la Plataforma Electrónica Banc@Net para los clientes?

1. Interfaz amigable
2. Mayor seguridad
3. Rapidez de respuesta
4. Calendarización de agenda de pagos
5. Calidad de servicio

P.6 ¿Cuál es el tipo de usuario atendido en la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Persona natural/Usó Personal
2. Persona jurídica/Usó para mi Empresa

P.7 ¿Cuál el nivel de confiabilidad tiene la Plataforma Electrónica Banc@Net?

1. Muy Bueno

- 2. Bueno
- 3. Malo
- 4. Muy Malo

P.8 ¿Cree que el tiempo de respuesta es el oportuno al utilizar los servicios de la Plataforma Electrónica Banc@Net?

- 1. Si _____
- 2. No _____

P.9 ¿Se siente seguro en cuanto al uso y atención que recibió en la Plataforma Electrónica Banc@Net?

- 1. Si _____
- 2. No _____
- 3. No se _____

P.10 ¿Considera que hay una buena carga de la página web de la Plataforma Electrónica del Banco?

- 1. Si _____
- 2. No _____

P.11 ¿Qué tan bueno es la atención cuando ha necesitado apoyo del personal del banco?

- 1. Muy Bueno
- 2. Bueno
- 3. Malo
- 4. Muy Malo
- 5. No lo he necesitado

P.12 ¿En general que tan bueno ha sido su experiencia con la Plataforma Electrónica Banc@Net del banco y que tanto lo recomendaría?

(Marque 1 siendo el de mayor importancia y así sucesivamente)

Elementos	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. Experiencia									
2. Si lo Recomendaría									

DATOS DEMOGRAFICOS

D.1 Edad:

- 1) 18-24
- 2) 25-30
- 3) 31-40
- 4) más de 41

D.2 Género: F M

D.3 Último año de estudios cursado:

Primaria Secundaria Universidad

F.1 Usted usa la plataforma Banc@Net 3.0: Sí No

Si su respuesta es NO, porque motivo no utiliza la plataforma Banc@Net 3.0: _____

¡Muchas gracias por su colaboración!

