

**UNIVERSIDAD GERARDO BARRIOS**  
**FACULTAD DE POSTGRADO Y EDUCACIÓN CONTINUA**  
**MAESTRÍA EN DIRECCIÓN ESTRATÉGICA DE EMPRESAS**



**TEMA:**

“Satisfacción del cliente en el uso de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel.”

**ASESOR:**

Maestro Carlos Humberto Esperanza Pineda

**PARA OPTAR AL GRADO DE:**

Master en Dirección Estratégica de Empresa

**PRESENTADO POR:**

Lic. Aranda Hernández, Franci Javier

Licda. Cerón Arévalo, Wendy Jazmín

Ing. Villafuerte Escobar, Yanci María

El Salvador, San Miguel, 02 de septiembre de 2022.

# GENERALIDADES

MSC. José Salvador Alvarenga Rivera

**Rector**

Maestro Jorge Luis Zelaya Garay

**Vicerrector Académico**

Maestro Miguel Antonio Flores Castro

**Decano de la Facultad de Postgrado**

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios todo poderoso, por reglarme salud, sabiduría y por acompañarme hasta este momento tan importante de mi formación profesional, quien como guía estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis anhelos y mis sueños.

A la Universidad Gerardo Barrios por convertirme en un profesional en lo que tanto me apasiona, gracias a cada maestro que hizo parte de este proceso integral de formación, así como a mi Asesor de Tesis., Lic. Carlos Humberto Esperanza; por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable en el desarrollo de este trabajo de investigación. A Mis Compañeras de Tesis. Wendy Cerón y Yanci Villafuerte por haber sido mis amigas y compañeras de viaje, hoy culminamos esta maravillosa aventura, gracias por su apoyo y por su tolerancia.

A Mis Padres, Brígido Aranda Martínez Q.D.D.G., Quien siempre me brindó su apoyo y me motivo e inspiro para formarme con rectitud sobre todo al inicio de mis estudios superiores; a mi madre Rosa Mélida Hernández, por haberme conducido por el camino correcto, por sus oraciones, por el amor, cariño y comprensión que me ha brindado. A Mis Hermanas Marisol y Yenis, por estar siempre presentes cuando las necesitaba., a Mis Sobrinos Ever, Kendy, Briana, Danna y Valentina, ustedes fueron motivos de inspiración para seguir luchando día a día por lo que queremos lograr en la vida.

Finalmente., a Mis Amistades un cariñoso reconocimiento por motivarme a seguir en este proceso de formación profesional y que me han demostrado su apoyo y brindado sus ánimos y consejos.

Lic. Franci Javier Aranda Hernández

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios primeramente por haberme permitido culminar esta etapa de mi vida, sé que, sin su ayuda, todo esto no hubiera sido posible.

A mis padres José Alcides Villafuerte Aguilar y María Argentina Escobar de Villafuerte quienes son mi motor y mi mayor inspiración, que, a través de su amor, paciencia, buenos valores, ayudan a trazar mi camino, por el apoyo económico que me brindaron que me impulsaron a seguir estudiando y prepararme académicamente.

A mi hija Daniela María Carballo Villafuerte por la paciencia que me tuvo durante mi carrera, la cual es mi motivo a seguir adelante.

A mis hermanas Mayra, Kelly y Karen Villafuerte por el apoyo que me han brindado en mi carrera profesional.

A mi tío José Santos Escobar por su apoyo incondicional durante esta trayectoria.

A mis compañeros de tesis Wendy y Francis, por la dedicación, responsabilidad y paciencia en este proceso de formación.

De igual forma, agradezco al Lic. Carlos Humberto Esperanza Pineda por su apoyo.

Inga. Yanci María Villafuerte Escobar.

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios todo poderoso por regalarme la vida y la salud para llegar hasta este momento, por la enorme bendición de poder continuar con mi formación educativa y la sabiduría que depositó en mi durante este proceso.

A mi papá José Israel Cerón y sobre todo a mi mamá Reina del Carmen Arévalo de Cerón que ya no está entre nosotros. Este sueño también es de ustedes porque siempre me impulsaron a seguir adelante en este camino. Sin su apoyo y su amor no hubiese podido llegar hasta aquí.

A mis hermanas, Karen y Yessica que con paciencia me apoyaron durante estos meses en clases. A mi tía María del Tránsito Arévalo porque siempre me ha dado el amor de una madre. A toda mi familia y amigos por entender los momentos en los que no pude estar con ellos debido a mis clases o tareas.

A mis compañeros de tesis Yanci y Francis, por la paciencia, comprensión, responsabilidad y dedicación en todas las tareas realizadas durante estos meses.

Licda. Wendy Jazmín Cerón Arévalo

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	12
CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	13
1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	13
1.2. DELIMITACIÓN.....	14
Delimitación espacial.....	14
Delimitación temporal.....	14
Delimitación teórica.....	14
Alcance.....	15
Limitaciones.....	15
1.3. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	15
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	15
1.5. OBJETIVOS.....	17
Objetivo General.....	17
Objetivos Específicos.....	17
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	18
2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS.....	18
Historia del internet.....	18
Los canales electrónicos en el mundo.....	19
Los canales electrónicos en El Salvador.....	21
Historia de los Bancos en El Salvador.....	23

2.2. ELEMENTOS TEÓRICOS .....	29
Satisfacción del cliente.....	29
Servicio al cliente .....	29
Diez claves para mejorar la atención al cliente en las entidades bancarias.....	29
Calidad de servicio bancario .....	32
Experiencia del cliente en bancos .....	36
La banca electrónica .....	37
Banca electrónica en El Salvador.....	38
Banca móvil .....	41
La banca en internet .....	42
Satisfacción del cliente en uso de canales electrónicos .....	43
Seguridad en la banca electrónica .....	44
Transferencias y Unitransferencias Bancarias .....	53
Servicio Transfer365 para Realizar Operaciones Bancarias 24/7 .....	56
2.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS Y VARIABLES.....	77
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	78
3.1. TIPO DE ESTUDIO.....	78
3.2. MÉTODO .....	78
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	78
Población .....	78

Muestra.....	78
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....	80
3.5. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN.....	81
3.6. PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ....	83
CAPÍTULO IV: HALLAZGOS EN LA INVESTIGACIÓN .....	84
4.1. Presentación y discusión de resultados. ....	84
4.2. Cruce de variables .....	110
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	130
5.1. CONCLUSIONES .....	130
5.2. RECOMENDACIONES .....	131
GLOSARIO .....	133
BIBLIOGRAFÍA .....	140
ANEXOS.....	146

## Índice de tablas

Tabla 1: Edad de usuarios de canales electrónicos.....	84
Tabla 2: Genero de usuarios de canales electrónicos .....	85
Tabla 3: Nivel académico de usuarios de canales electrónicos .....	86
Tabla 4: Zona de residencia de usuarios de canales electrónicos.....	88
Tabla 5: Tipo de usuario de plataformas digitales .....	89
Tabla 6: Bancos de los cuales utiliza aplicaciones electrónicas .....	90
Tabla 7: Bancos de preferencia para uso de canales electrónicos .....	92
Tabla 8: Nivel de confianza en aplicaciones de banca en línea.....	94
Tabla 9 : Productos y servicio banca en línea. ....	95
Tabla 10: Frecuencia de utilización de banca en línea. ....	97
Tabla 11: Frecuencia de uso de productos o servicios de banca en línea. ....	98
Tabla 12: Tipos de dispositivos para servicios de banca en línea.....	100
Tabla 13: Calificación de servicios de banca en línea. ....	101
Tabla 14: Satisfacción de servicios de banca en línea. ....	103
Tabla 15: Calificación de uso de plataforma de la banca en línea. ....	104
Tabla 16: Satisfacción del tiempo uso de plataforma de la banca en línea.....	105
Tabla 17: Aspectos de mejora en plataforma de la banca en línea.....	107
Tabla 18: Riesgo de uso de la plataforma banca en línea. ....	108
Tabla 19: Cruce de variable, Nivel Académico, edad y genero.....	110
Tabla 20: Residencia de usuarios de aplicaciones electrónicas .....	112

Tabla 21: Satisfacción con el servicio de banca en Línea.....	114
Tabla 22: Confianza en las aplicaciones de banca en línea .....	115
Tabla 23: Aspectos a mejorar en la banca en línea según el tipo de usuario .....	117
Tabla 24: Institución bancaria de su preferencia .....	119
Tabla 25: Productos y servicios usados con mayor frecuencia.....	121
Tabla 26: Calificación de servicios .....	123
Tabla 27: Tipo de dispositivos utilizados para banca en línea .....	125
Tabla 28: Satisfacción del tiempo de uso de banca en línea .....	126
Tabla 29: Riesgos de usar la banca en línea.....	128

## Índice de gráficas

Gráfico 1: Edad de usuarios de canales electrónicos .....	84
Gráfico 2: Genero de usuarios de canales electrónicos.....	85
Gráfico 3: Nivel académico de usuarios de canales electrónicos.....	87
Gráfico 4: Zona de residencia de usuarios de canales electrónicos .....	88
Gráfico 5: Tipo de usuario de plataformas digitales .....	89
Gráfico 6: Bancos que utilizan aplicaciones electrónicas.....	91
Gráfico 7: Bancos que prefieren los usuarios para uso de canales electrónicos.....	93
Gráfico 8: Nivel de confianza en aplicaciones de banca en línea .....	94
Gráfico 9: Productos y servicio banca en línea.....	96
Gráfico 10: Frecuencia de utilización de banca en línea.....	97
Gráfico 11: Frecuencia de uso de productos o servicios de banca en línea.....	99
Gráfico 12: Tipos de dispositivos para servicios de banca en línea. ....	100
Gráfico 13: Calificación de servicios de banca en línea.....	102
Gráfico 14: Satisfacción de servicios de banca en línea.....	103
Gráfico 15: Calificación de uso de plataforma de la banca en línea.....	104
Gráfico 16: Satisfacción del tiempo uso de plataforma de la banca en línea. ....	106
Gráfico 17: Aspectos de mejora en plataforma de la banca en línea. ....	107
Gráfico 18: Riesgo de uso de la plataforma banca en línea.....	109
Gráfico 19: Cruce de variable, nivel académico, edad y genero .....	111
Gráfico 20: Residencia de usuarios de aplicaciones electrónicas.....	113

Gráfico 21: Residencia de usuarios de aplicaciones electrónicas.....	114
Gráfico 22: Confianza en las aplicaciones móviles.....	116
Gráfico 23: Aspectos a mejorar según el tipo de usuario.....	118
Gráfico 24: Institución bancaria de preferencia.....	120
Gráfico 25: Institución bancaria de preferencia.....	122
Gráfico 26:Facilidad de los servicios de banca en línea .....	124
Gráfico 27: Tipo de dispositivos utilizados para conectarse a banca en línea.....	125
Gráfico 28: Satisfacción del tiempo de uso de banca en línea.....	127
Gráfico 29: Riesgos de usar la banca en línea .....	128

## INTRODUCCIÓN

Los servicios financieros prestados a través de medios digitales están generando un verdadero cambio en la forma en que las personas pueden acceder a los servicios y productos de las instituciones bancarias. Los servicios digitales que se desarrollan a través de plataformas digitales en El Salvador, brindan valores esenciales a la población en general, sin embargo, no todos los utilizan debido a diferentes factores entre ellos el cultural que engloba aquellas características sobre el ambiente en el que se desarrollan las personas, es claro que no tendremos el mismo pensamiento en una persona que vive en la zona urbana con alguien que ha crecido en la zona rural toda su vida.

El interés de la investigación radica en el auge que tuvo este tipo de servicios a raíz de la pandemia del Covid-19. Con este fenómeno del 2020 se pudo entender la importancia de este tipo de servicios que entre sus ventajas podríamos mencionar la reducción en el manejo de efectivo, los costos de transportación, el riesgo de robo o de recibir billetes falsos y el incremento de la velocidad de operacionalización logrando hacer los pagos con mayor comodidad, a cualquier hora y desde cualquier lugar.

En el presente informe se utilizó la metodología cualicuantitativa, tipo de muestreo a ejecutar y la teoría básica del tema a estudiar. También se detalló la situación histórica del problema y la evolución que han tenido los canales electrónicos en El Salvador, y al final se anexa la herramienta de consulta para obtener información de los clientes y usuarios del sistema financiero bancario.

En el marco del presente trabajo se realizó encuestas a usuarios de banca electrónica para evaluar su satisfacción, efectividad y preferencias de los servicios del e-banking. También se consultó información bibliográfica referente a la temática en general, entre ellas fuentes del estado que proporcionaron información actualizada.

Por medio de este estudio se determinó el nivel de satisfacción de los usuarios de canales electrónicos del sistema financiero de la ciudad de San Miguel y se brindaron sugerencias que permitirán a la banca tener un panorama más amplio de los servicios brindados a través de estas plataformas.

# CAPÍTULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

En la actualidad las comunicaciones y nuevas tecnologías constituyen un elemento básico en la interacción de los seres humanos en la sociedad lo que requiere formación profesional y sobre todo una visión estratégica para entender las transformaciones continuas que se dan en las estructuras económicas, sociales y culturales, esto debido en gran parte al avance tecnológico en el que estamos inmersos. Durante el último cuarto del siglo XX, las economías se desarrollaron basadas en redes virtuales ilimitadas las que, entre sus beneficios, acortaba el tiempo, la distancia y los costos para las compañías. Dentro de este contexto, comenzaron a desarrollar productos y servicios innovadores y un tanto sofisticados en el área tecnológica con el único interés de añadir valor a las relaciones comerciales ya que se enfrentan a individuos cada vez más informados y menos leales. (PEÑALOZA & ARDUINO, 2018)

Esta realidad ha promovido cambios en la forma de interactuar con los clientes ya que introdujeron medios alternativos o servicios electrónicos como la internet, redes sociales, centros de atención telefónica, aplicaciones móviles y cajeros automáticos, que ofrecen servicios ajustados a las nuevas tendencias tecnológicas. En nuestro entorno, muchos de los clientes aún no se habitúan a la realización de transacciones online, a pesar que, con la reciente pandemia de la Covid19 en el año 2020, muchos vivimos cuarentena domiciliar obligatoria y tuvimos que ajustarnos a las nuevas metodologías de acceso a nuestras cuentas debido a las medidas impuestas por el gobierno.

Y quizás un aspecto importante a considerar en esta situación es la confianza de los clientes de las instituciones del sistema financiero al utilizar este tipo de herramientas por la falta de conocimiento sobre el tema o incluso por el miedo a realizar operaciones erróneas que afecte directamente los saldos en sus cuentas. Muchos siguen prefiriendo acudir a las oficinas a hacer largas filas o tiempos de espera debido al congestionamiento en las instalaciones lo que muchas veces conlleva a recibir un servicio deficiente y retardado.

Pero ¿qué es lo que realmente gusta y motiva a los clientes para que decidan utilizar los canales electrónicos que ofrecen las instituciones del sistema financiero bancario? Desde esta perspectiva resulta interesante el estudio de las actitudes que asumen los usuarios de

los servicios electrónicos, la postura que toman ante estas herramientas estimando la estrecha relación que existe entre este tipo de marketing digital que desarrollan actualmente las instituciones financieras y el comportamiento humano al adaptarse a un cambio de esta naturaleza considerando la brecha generacional y tecnológica que existe. Adicional a esto y en base al crecimiento que los canales electrónicos han desarrollado en los últimos años, podemos reflexionar que estos cambios pueden ser de largo plazo mejorando los hábitos de compra de los interesados.

## **1.2. DELIMITACIÓN**

### **Delimitación espacial**

La investigación se centra en clientes y usuarios de canales electrónicos del sistema financiero bancario y se realizará en el municipio de San Miguel, departamento de San Miguel, El Salvador.

### **Delimitación temporal**

La investigación de la satisfacción del cliente en el uso de los canales electrónicos del sistema financiero en el municipio de San Miguel, inició el 21 de febrero y finaliza el 16 de septiembre de 2022.

### **Delimitación teórica**

En esta investigación se definió la satisfacción de clientes y usuarios de canales electrónicos disponibles en el sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel, la investigación de desglosa de la siguiente manera:

- ¿De qué manera beneficia el uso de los canales electrónicos a los clientes y usuarios?
- ¿Cuál es la efectividad de los canales electrónicos para la satisfacción del cliente?
- ¿Qué es lo que realmente gusta y motiva a los clientes para que decidan utilizar los canales electrónicos que ofrecen las instituciones del sistema financiero bancario?
- ¿Cuáles son los riesgos percibidos en la utilización de los canales electrónicos del sistema financiero bancario?

## **Alcance**

En esta investigación se realizó el estudio de la satisfacción de los clientes y usuarios que utilizan los servicios de canales electrónicos en el sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel.

## **Limitaciones**

- Dificultad para el acceso a la información y plataformas de las instituciones del sistema financiero bancario.
- Abstención de algunos clientes y usuarios del sistema financiero bancario a responder la guía de cuestionario.
- Poca información actualizada sobre el tema de canales electrónicos del sistema financiero bancario.
- Confiabilidad de la información que nos faciliten algunos clientes y usuarios a través de las respuestas proporcionadas en la guía de cuestionario.
- No será factible captar información de los usuarios de todas las entidades bancarías del municipio de San Miguel.

### **1.3. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

¿Cuál es nivel de satisfacción de los clientes y usuarios de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel?

### **1.4. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación es de suma importancia en vista que la evolución tecnológica y digital ha transformado la manera de realizar nuestras actividades diarias más factible y las entidades financieras no han sido la excepción incorporando a dicho sistema herramientas tecnológicas como medio de atención y satisfacción a los usuarios que permitan realizar las operaciones bancarias con rapidez y eficacia en función de un mejor servicio, en ese sentido, es pertinente indagar sobre los factores que determinan la aceptación de dichas herramientas electrónicas y cómo impactan en el desarrollo de sus operaciones diarias; el

presente proyecto de investigación constituirá un instrumento de medición, evaluación y análisis para conocer la satisfacción de clientes reales.

El interés también radica en el conocimiento de la gestión de las operaciones bancarias a partir de las herramientas digitales que tienen como objetivo satisfacer las necesidades financieras inmediatas de sus clientes a mejorar la calidad de vida de los mismos, además ser parte de ese desarrollo sostenible innovador en el municipio de San Miguel en El Salvador.

A nivel técnico, se justifica la investigación con la cual contribuiremos al desarrollo de las entidades bancarias de tal manera que puedan seguir creciendo en el mercado nacional e internacional, implementando instrumentos innovadores que fomenten una nueva forma de atención al cliente; no descuidando los medios tradicionales ya que el enfoque es la satisfacción del cliente en general, el estudio resulta beneficioso también ya que la aceptación de los servicios electrónicos servirá para que dichas entidades hagan un análisis de su gestión en cuanto a este tipo de servicios y poder mejorar continuamente.

Situaciones como las largas filas para realizar consultas o los tiempos que se deben apartar de la rutina diaria para poder ir a alguna agencia bancaria a realizar sus transacciones son solo algunos de los inconvenientes que los usuarios del sistema financiero bancario se enfrentan a diario.

Es por ello que a través de este estudio se brindarán herramientas desde el punto de vista de los mismos clientes y usuarios de las plataformas para que se cree la cultura de uso de este tipo de mecanismos que permiten la facilidad de las operaciones a realizar y crea ambientes seguros que son percibidos por los usuarios a través de las plataformas que actualmente ofrece el sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel. Con la medición de la satisfacción, se establecieron ideas de mejora que ayuden a que más personas utilicen los canales electrónicos ya que de forma práctica y cómoda pueden realizar todas sus actividades financieras personales o empresariales sin necesidad de moverse de su casa u oficina.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar el nivel de satisfacción de los clientes y usuarios de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel.

### **Objetivos Específicos**

- ✓ Medir el índice de satisfacción de los clientes y usuarios de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel.
- ✓ Constatar los beneficios del uso de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel.
- ✓ Detallar los riesgos percibidos por los clientes y usuarios en el uso de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel.
- ✓ Identificar los obstáculos para que los clientes y usuarios manejen los canales electrónicos del sistema financiero bancario del municipio de San Miguel.

## CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

### 2.1. ANTECEDENTES HISTÓRICOS

#### Historia del internet

Los inicios de internet se remontan al año 1969, cuando el Departamento de Defensa de los EE. UU desarrolló Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET por sus siglas en inglés). La Red de Agencias de Proyectos de Investigación Avanzada en español, es una red de ordenadores creada durante la Guerra Fría cuyo objetivo era eliminar la dependencia de un Ordenador Central, y así hacer mucho menos vulnerables las comunicaciones militares norteamericanas. El 07 de abril de 1969, se recuerda como el nacimiento de internet. (Bahillo, 2021)

La red creció y se hizo universal con la conexión de grandes redes que se desarrollaban paralelamente en diversas partes del mundo, como BITNET (Because It's Time Network), USENET (User Network o Red de Usuarios en español), NSFNET (National Science Foundation's Network o Red de la Fundación Nacional de Ciencias), CSNET (Computer Science Network), JANET (Red Nacional de Investigación y Educación del Reino Unido) y UUCP (Unix to Unix Copy Protocol o en español Protocolo de copia de Unix a Unix). Algunas fechas importantes del inicio de Internet son:

- 1980 la red paso a ser de interés científico lo que la llevo a desarrollarse en entornos académicos y universitarios en Europa.
- 1983 nació MILNET, una red militar especial desarrollada por el Departamento de Defensa de Estados Unidos, desmilitarizando a ARPANET.
- 1984 se considera como el año de inicio de lo que sería Internet, porque en ese año se desarrolló el concepto de Ethernet y se utilizó por primera vez TCP/IP en el CERN, en Suiza.
- 1989 ARPANET dejó de existir y se desarrolló World Wide Web (www)
- 1991, por fin, los usuarios externos al CERN comenzaron a poder acceder a internet.

Actualmente existen muchas formas de acceso a la red, entre ellas podemos mencionar la conexión por línea telefónica, conexión xDSL, conexión por televisión por cable, conexión por satélite, conexión por radio o inalámbricas, conexiones móviles 3G o 4G y PLC.

Sin embargo, con el paso del tiempo algunas fueron quedando olvidados y sin uso porque fueron superadas en términos de velocidad y calidad del servicio. (Robles, 2020)

Con la aparición del internet, las instituciones bancarias revolucionaron los servicios que prestaban a sus clientes, ofreciéndoles ventajas altamente competitivas cambiando el modelo de negocio tradicional que todos conocíamos, ya no solo contaban con sucursales físicas si no que incluyeron sucursales electrónicas par comodidad de todos.

### **Los canales electrónicos en el mundo**

El origen de los cajeros automáticos se le atribuyen a John Shepherd-Barron, un escocés quien, por llegar tarde a la sucursal bancaria para poder retirar su efectivo, pensó en una solución que le permitiera acceder a su dinero en cualquier momento del día, es así que el 01 de junio de 1967 comenzó a funcionar el primer cajero automático en Enfield, un pueblo cercano a Londres. (Banco Central de la Republica de Argentina, s.f.)

La década de los 80 se caracterizará por la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación para aumentar la eficiencia de los mercados financieros de capitales, sobre todo en los procesos de compensación y evaluación de riesgos. (Allen, McAndrews, & Strahan, 2002) Los principios de la banca online surgieron en 1983 en el Reino Unido cuando el banco de Escocia ofreció a sus clientes servicios que les permitía ordenar transferencias y pagos de recibos a través de la televisión y su teléfono. En 1990, Wells Fargo en California, Estados Unidos lanza nuevos portales e introduce el primer servicio de banca en línea. Como parte de la implementación de este nuevo servicio, Microsoft hace una fuerte apuesta en las tecnologías creando el primer software de la banca online, donde 100.000 hogares pudieron acceder a sus cuentas a través de internet, por lo que los bancos emplearon distintos tipos de estrategias para ello introdujeron nuevos canales.

En 1994 llega la modernización a los bancos de España que se caracterizó por una fuerte inversión en tecnología diseñando estrategias para captación de nuevos clientes y fomentar el crecimiento. Desde el 1998 al 2001 surgen los bancos que funcionan exclusivamente de forma online ya que carecen de sucursal física y realizan todas sus operaciones a través de la red. Esa situación presenta una clara desventaja respecto a las entidades ya consolidadas que se limitan a ampliar los canales mediante los que los clientes pueden llevar a cabo sus operaciones financieras. (Acosta, Sainz, & Salvador, 2006)

Un año más tarde apareció la banca telefónica en España gracias a Banesto y BCH, inicialmente solo funcionaban como medios de consulta, pero con los años se desarrollaron para abarcar todo tipo de consultas.

Durante esas épocas, el modelo online no tuvo el éxito que se esperaba debido a que los clientes manifestaban desconfianza en el uso de este tipo de plataformas y en el retraso de la cobertura de internet en ciertos países. Algunos bancos que funcionaban exclusivamente online tuvieron que abrir oficinas físicas debido a estos inconvenientes.

Durante el 2005 se produce un cambio en las estrategias de distribución de las entidades bancarias del mercado ya que enfocaron sus esfuerzos para que los clientes realicen sus operaciones bancarias a través de los canales online. Con esto se observó que el sector bancario tuvo una clara transición a la omnicanalidad con el uso de diferentes canales electrónicos de comunicación.

En este mismo año los jóvenes nacidos en la era digital comienzan a ser clientes de las instituciones bancarias y eso hace que los servicios online se estabilicen. La falta de tiempo maximiza esta situación ya que las herramientas les permiten acceder a sus plataformas digitales en cualquier momento y lugar.

Para 2007 se produce otro cambio importante en la historia de la banca online ya que Apple lanza al mercado sus dispositivos móviles iPhone dando paso a lo que hoy conocemos como banca móvil debido a la implementación de tecnologías Smartphone con lo que podemos acceder a toda nuestra información personal en plataformas digitales.

Para la crisis financiera de 2008 y 2009 se acrecienta el uso de las herramientas digitales ofrecidas por los bancos debido a que no se cobraban comisiones de apertura o mantenimiento de estos servicios. Algunos estudios indican que al menos en Estados Unidos el servicio de banca móvil creció entre 2011 y 2016. Para 2017, cerca del 50% de adultos utilizaban sus celulares para acceder a sus cuentas bancarias y en 2018 el incremento fue aún más notorio.

En 2019, más del 50% de transacciones bancarias son realizadas por medio de los canales digitales disponibles en el mercado, con esto se comprueba el entusiasmo de los clientes del sistema bancario para la utilización de estos. Con la llegada de la pandemia del Covid-19 en 2020, los servicios de banca digital tuvieron un repunte en sus niveles de utilización

ya que debido a los requisitos de distanciamiento social impuestos que obligaban a las personas a permanecer encerradas en sus casas, muchos prefirieron utilizar las opciones financieras remotas presentando además nuevos retos para el sector y los usuarios que poco a poco fueron superando. Todo este cambio tecnológico hizo que quienes diseñaban las plataformas idearan ambientes amigables y de fácil acceso para sus clientes.

### **Los canales electrónicos en El Salvador**

Con la creciente accesibilidad a los servicios de internet y el desarrollo de las telecomunicaciones, se facilita el acceso a servicios de esta naturaleza dentro de la vida cotidiana de las personas. Pero es importante retroceder un poco en la historia y ver la evolución que los servicios bancarios han tenido en El Salvador.

Se realizaron varios intentos para organizar bancos en El Salvador, pero muchos de ellos fallaron. En 1867, entre los diferentes proyectos se encontraban el Banco del Salvador, un banco de emisión, depósito y descuento, cuyo fundador, el Señor William Francis Kelly, contaba con el apoyo del Gobierno. Este intento lastimosamente fue fallido ya que no pudo sostenerse su funcionamiento.

El Banco Agrícola Comercial se convirtió en el Banco Central de Reserva de El Salvador en junio de 1934, con esto se centralizó la emisión de billetes. Con los años se fueron sumando muchas más instituciones financieras bancarias al mercado salvadoreño, hacia el año 2001 los bancos operando en El Salvador eran los siguientes: Cuscatlán, Agrícola, de Comercio, salvadoreño, Promerica, Credomatic, Ahorromet, Uno, Americano, de Fomento Agropecuario e Hipotecario; y la Financiera Calpiá. Además, operaban en el país oficinas de los bancos extranjeros Citibank N. A., y First Commercial Bank.

Desde la introducción de los servicios de medios electrónicos a la fecha, se ha logrado posicionar estos servicios de manera que en los últimos 10 años se ha notado un auge significativo lo que ha mejorado los tiempos de atención a los usuarios dentro de las instalaciones físicas de estos.

Este crecimiento en usuarios de servicios de e-banking se ha visto sobre todo en los kioscos online, cajeros automáticos y, por supuesto la banca por internet que son los servicios de mayor demanda actualmente.

El cajero automático fue el medio electrónico pionero en el país, inició permitiendo consultas de saldos y retiro de efectivo. Hoy en día se pueden efectuar pagos de servicios básicos, tarjetas de crédito, cambio de PIN, transferencia entre cuentas propias y recargas para celulares.

Para 2006 ya había más de 800 cajeros automáticos a nivel nacional, de los cuales 150 pertenecían a HSBC, 360 a Banco Agrícola, 200 a Citibank y los restantes se distribuían en las demás instituciones financieras de la época.

La digitalización de la banca no se ha limitado a los cajeros automáticos únicamente, algunos comenzaron a implementar también la banca por telefonía celular, tal es el caso del banco HSBC con su servicio de Movi-Banca permitió realizar consultas de saldos, transferencias de cuentas, pagos de tarjetas de crédito, e incluso recargas de celular por medio de mensajería de texto. Banco Agrícola y Citibank también se sumaron a la oferta de la banca móvil, aunque este último lo considera como solamente un servicio complementario.

En 2011 entró en vigencia de un nuevo mecanismo de movimiento de fondos entre la banca nacional y el Banco Central de Reserva, conocido como ACH (Automated Clearing House, Cámara de Compensación Automatizada), sistema electrónico que da soporte a las entidades financieras estadounidenses para que puedan efectuar transacciones ágiles y económicas. (Ludeña, 2021)

La ACH es una empresa privada que creó el Servicios Interbancario e Transferencias Electrónicas, abreviado como Site, uno de los más grandes cambios en El Salvador es el durante el año 2012 lo que dio un paso importante para la modernización del sistema del país con la implantación de este servicio de transferencias electrónicas de banco a banco dirigido al sector empresarial y comercial de El Salvador, con el fin de aceptar operaciones de otras instituciones que estuviesen afiliadas a ACH.

A pesar de las deficiencias de El Salvador, en materia de banca electrónica, se considera que aún no está al nivel de otros países como México, Chile, Brasil y Europa, donde existen servicios que permiten transacciones como depositar efectivo y pagar cheques por medio de cajeros automáticos o transferencias entre cuentas de otros bancos.

## **Historia de los Bancos en El Salvador**

De acuerdo a información de la Superintendencia del Sistema Financiero de El Salvador, en la actualidad existen 10 bancos privados en funcionamiento en nuestro país y 4 bancos estatales de los cuales 2 brindan servicios al público con acceso a plataformas digitales. Estos bancos son:

- **Banco Davivienda**

Durante más de 133 años hemos participado activamente en la construcción de El Salvador y nos hemos convertido en un referente importante en el sector financiero del país.

Davivienda El Salvador forma parte del Grupo Empresarial Bolívar, que por más de 70 años ha acompañado a las personas, a las familias y a las empresas en el cumplimiento de sus objetivos.

Somos reconocidos por el manejo único de nuestra imagen a través de la comunicación convirtiéndonos en una de las 5 marcas más valiosas y el primer Banco en recordación publicitaria de Colombia.

Nuestro portafolio integral de productos y servicios atiende las necesidades de personas y empresas, con innovación constante y ofertas exclusivas para cada segmento.

Contamos con un equipo de más de 2,000 personas para servir a nuestros clientes a través de 55 agencias, 171 puntos de servicio de Corresponsales Financieros y más de 200 ATM'S. Tenemos operaciones en Panamá, Costa Rica, Honduras, El Salvador y Miami en los Estados Unidos. Nuestra casa matriz está en Colombia.

- **Banco Azul**

2012 inicio operaciones con 10 socios reuniendo un capital de \$20 mil millones de dólares.

2013 firmaron la escritura de constitución de Banco Azul de El Salvador de capital 100% salvadoreño.

2014 se recibe la autorización para que los 1,400 salvadoreños se conviertan en Accionistas de Banco Azul de El Salvador.

El 18 de junio 2015 Banco Azul queda oficialmente autorizado para operar como institución financiera en el país.

En el año 2016 Grupo Azul forma el Conglomerado: Inversiones Financieras Grupo Azul, Banco Azul de El Salvador, Seguros Azul, S.A. y Seguros Azul Vida, S.A. con más de 20,000 clientes.

En el año 2017 se apertura el Nuevo Centro PYME Azul y se realiza la primera emisión de certificados, Tarjeta de Débito VISA y con un nuevo fondeo Bandesal \$ 32 mil millones.

En el año 2018 tiene un punto de equilibrio operativo más de 40,000 clientes.

2019 alcanza Punto de Equilibrio en la Tarjeta de Crédito VISA.

2020 se recibe el primer financiamiento internacional De KFW-DEG por \$15 MM.

2021 se realiza la compra de Acciones de Banco G&T Continental El Salvador Que incluye su Casa Corredora de Bolsa G&T Continental.

Y en el año 2022 se conforma Grupo Azul de la siguiente manera: Banco Azul de El Salvador, S.A., Seguros Azul Vida, S.A., Seguros Azul, S.A. y Casa de Corredores de Bolsa. (Banco Azul, 2022)

- **Banco Promerica**

Grupo Promerica cuenta con 26 años en el mercado financiero regional y está conformado por 9 bancos en Latinoamérica y más de 200 oficinas internacionales.

Banco Promerica S.A. inicia sus operaciones en El Salvador, el 12 de enero de 1996, fue fundado gracias al aporte y al sólido respaldo de un grupo de accionistas visionarios que creen en el bienestar y desarrollo del país y de la región.

Actualmente, Banco Promerica El Salvador cuenta con 55 puntos de atención y ha sido uno de los bancos con mayor crecimiento en los últimos años, caracterizándose por su innovación en productos, servicio de alta calidad, horarios extendidos y atención de lunes a domingo. Apoyados en la innovación y fortalecimiento constante de su cultura de servicio

al cliente, Banco Promerica El Salvador sigue reforzando su compromiso y crecimiento. (Banco Promerica, 2022)

- **Banco Agrícola**

Por más de 60 años, Banco Agrícola ha trabajado sin detenerse por crecer a la par de El Salvador. Poder acompañar el crecimiento de un país con orgullo y ser motor de desarrollo económico y social. Fue el 24 de marzo de 1955 que Banco Agrícola nace como la primera institución bancaria en el país, bajo el nombre de Banco Agrícola Comercial. En el año 2006 como parte de una estrategia de respaldo y fortalecimiento del servicio, Banco Agrícola se vuelve un integrante de una de las redes bancarias líderes de la región: Bancolombia y en el año 2015 Inauguramos el Centro de Operaciones (CDO), un edificio sostenible con tecnología capaz de garantizar mayor seguridad e innovación en nuestros servicios.

Celebramos la cultura de nuestro país y protegemos su identidad porque reconocemos que lo más valioso que tenemos, es nuestra gente. (Banco Agrícola, 2022)

- **Banco América Central**

BAC Credomatic es una organización con casi 70 años de experiencia que ofrece productos y servicios financieros a 4.2 millones de clientes en toda la región, los que son atendidos por casi 19.000 colaboradores.

La compañía inició sus operaciones un 5 de julio de 1952 con la fundación del Banco de América en Nicaragua transformándose en un pionero del negocio de tarjetas de crédito en la región. De forma gradual abrió operaciones en cada uno de los países, hasta que en la década de los '90 se convirtió en el primer Grupo Financiero con presencia en toda Centroamérica.

En la actualidad, los productos y servicios de BAC Credomatic están diseñados para satisfacer las necesidades de cada uno de sus clientes. Atentos al entorno de cambio y evolución permanente, se ha desarrollado una banca digital que en la actualidad es utilizada por más de 1.9 millones de clientes.

El rigor y la gestión responsable del negocio, alineado a una estrategia de triple valor positivo, así como a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, le han

permitido a BAC Credomatic contribuir con el crecimiento económico e impactar la calidad de vida de numerosas familias centroamericanas. (Banco de América Central, 2022)

- **Banco Atlántida**

Banco Atlántida, una institución centenaria con presencia regional, brinda soluciones financieras en Banca de Personas, Empresas y Pyme mediante su red de agencias y servicios digitales en El Salvador desde 2017.

Banco Atlántida El Salvador es miembro de Inversiones Financieras Atlántida S.A., una empresa subsidiaria de Inversiones Atlántida, S.A. (INVATLAN) Holding del Grupo Financiero Atlántida de Honduras, con una trayectoria de más de 100 años de experiencia en Centroamérica.

Dicho Grupo cuenta con operaciones de banca, seguros, arrendamientos y créditos, administradora de pensiones y compañía almacenadora. Banco Atlántida fundado en 1913, es uno de los bancos más importantes de Honduras, con amplia participación de mercado y con una posición relevante en el segmento corporativo. (Banco Atlantida, 2022)

- **Banco Cuscatlán**

Desde su fundación en 1972 Banco CUSCATLAN ha sido referente de excelencia e innovación en la banca salvadoreña para la región centroamericana; tras décadas de una exitosa trayectoria en la región, en el año 2007 los accionistas de Banco Cuscatlán de aquella época vendieron sus operaciones Citibank y la legendaria marca desapareció del mercado salvadoreño.

Nueve años más tarde, Citibank da un giro a su estrategia para Latinoamérica y decide vender a Imperia Intercontinental S.A. su operación de El Salvador y los nuevos accionistas deciden recuperar y relanzar como Banco CUSCATLAN, una nostálgica para los salvadoreños y una de las más reconocidas en el mercado financiero regional.

Es así, como en el año 2016, nace una nueva era para Banco CUSCATLAN, con la visión de ser el banco líder de El Salvador reconocido por brindar la máxima satisfacción a sus clientes, creando valor de forma responsable para sus clientes y el país.

En 2019, como parte de la estrategia de crecimiento diseñada para Banco CUSCATLAN, Inversiones Financieras Imperia Cuscatlán S.A. decide invertir nuevamente en El Salvador y concretar la adquisición de las operaciones de Scotiabank El Salvador y Scotia Seguros, disposición que ubicó de inmediato al banco, como el de mayor crecimiento en los últimos 5 años en la banca salvadoreña, como el líder en Créditos de Vivienda y el segundo banco más grande de El Salvador.

Actualmente Banco CUSCATLAN cuenta con más 3,000 colaboradores, más de 100 puntos de atención en El Salvador, más de 300 cajeros automáticos, además de autobancos y Centros de Pago de Remesas. (Cuscatlan, s.f.)

- **Banco Industrial**

Banco Industrial El Salvador, S.A. es una sociedad salvadoreña de capital 100% privado y con participación de inversión guatemalteca. Inició operaciones en territorio salvadoreño en julio de 2011, con el objetivo de apoyar al sector productivo de esa nación y contribuir al crecimiento del intercambio comercial de servicio en los países del triángulo norte.

Las revistas financieras TheBanker, Euromoney, LatinFinance reconocieron en 2011 el desempeño de Banco Industrial, nombrándolo como el mejor del país. (Industrial, s.f.)

- **Banco Hipotecario**

Ciento quince años después de los primeros intentos por fundar un Banco Hipotecario, el 29 de enero de 1935 se crea Banco Hipotecario de El Salvador S.A., firmando la escritura de constitución de la sociedad en la ciudad de San Salvador, siendo este un banco de crédito inmobiliario, teniendo dos objetivos principales: el primero, el de efectuar préstamos con garantía hipotecaria y el segundo, el de emitir sus propias obligaciones en forma de cédulas, certificados u otros títulos.

La fundación del banco se realizó durante la gestión administrativa del General Maximiliano Hernández Martínez. El decreto extraordinario número 5 estableció que los accionistas del Banco Hipotecario deberían de ser la Asociación Cafetalera de El Salvador con un 40% de participación, la Asociación de Ganaderos de El Salvador con 20% y accionistas particulares con un 40%; estos últimos deberían ser al menos 12 personas, el capital social de fundación del Banco fue de 900,000 colones.

La primera sesión de Junta Directiva se realizó el mismo día de la firma de escritura de constitución, a las 8.00 p.m., en el despacho del doctor Emeterio Oscar Salazar, habiendo acordado en dicha junta, que mientras no se tenga local propio en la Asociación Cafetalera de El Salvador, no se iniciaran las operaciones del Banco.

El 24 de abril de ese mismo año, se acordó la primera emisión de títulos hipotecarios a 10 años plazo y al 6% de interés anual y el 31 de mayo, la Junta Directiva acordó otorgar el primer préstamo al señor Antonio López, por la cantidad de 2,000 colones, a un plazo de 3 años y al 6% de interés anual, con garantía hipotecaria, sobre un inmueble situado en el barrio San Jacinto y otro ubicado contiguo a la cervecería Polar, siendo este el primer crédito hipotecario. (Hipotecario, s.f.)

- **Banco de Fomento Agropecuario**

El 11 de diciembre de 1961, el Directorio Cívico Militar emitió la Ley de Bienestar Rural, creando por medio de ella a la Administración de Bienestar Campesino (ABC), la que inició sus operaciones en 1962, siendo su objetivo elevar el nivel de vida de los campesinos, a través de programas de crédito agrícola supervisado.

Durante 11 años, la ABC ofreció sus servicios al sector rural y en vista de que este sector demandaba mucha atención que dicha Institución no podía ofrecer, se creó el Banco de Fomento Agropecuario (BFA), por medio del Decreto No. 312 del 10 de abril de 1973, publicado en el Diario Oficial No. 75, Tomo 239 de fecha 25 de abril de 1973.

El BFA se creó como una Institución Oficial de Crédito, descentralizada del Ministerio de Agricultura y Ganadería, en cuya dirección participan el Estado y el Sector Privado a través de las Asociaciones Cooperativas y las Sociedades Cooperativas Agropecuarias, las Asociaciones Gremiales Agropecuarias y las Asociaciones Profesionales del Sector. El BFA inició sus operaciones el 4 de mayo de 1973. (Agropecuario, s.f.)

## **2.2. ELEMENTOS TEÓRICOS**

Los términos básicos que se definen a continuación, son los más utilizados en el desarrollo del documento y que permiten ampliar el sentido de cada término empleado.

### **Satisfacción del cliente**

Es un término que se utiliza con frecuencia en marketing. Es una medida de cómo los productos y servicios suministrados por una empresa cumplen o superan las expectativas del cliente. La satisfacción del cliente se define como el número de clientes, o el porcentaje del total de clientes, cuyo reporte de sus experiencias con una empresa, sus productos, o sus servicios (índices de calificación) superan los niveles de satisfacción establecida. En investigar de la satisfacción, las empresas en general preguntan a sus clientes si su producto o el servicio ha alcanzado o superado las expectativas. Por lo tanto, las expectativas son un factor clave detrás de la satisfacción. Cuando los clientes tienen expectativas altas y la realidad se queda corto, ellos se sentirán decepcionados y es probable califiquen su experiencia por debajo de satisfactorio. (Wikipedia, s.f.)

### **Servicio al cliente**

El servicio al cliente es el factor más importante para que un cliente decida quedarse en un banco o cambiarse a otro. Las investigaciones indican que hasta el 89% de los clientes y usuarios podrían cambiar de banco después de una mala experiencia, es ahí la importancia de ofrecer un buen servicio si se quiere retener o fidelizar a los clientes.

Los bancos todavía se enfrentan a muchos desafíos para servir a sus clientes en el día a día y si no se cumple con los estándares de servicio y las expectativas de los clientes, estos pueden desistir de sus servicios, además pueden compartir sus malas experiencias con sus amigos y familiares, el cual ya no sería solamente perder un cliente, si no que probablemente perder muchos clientes.

### **Diez claves para mejorar la atención al cliente en las entidades bancarias**

Los retos para lograr una buena atención al cliente dentro de la Administración Bancaria y Financiera son diversos y uno de los principales aspectos es inspirar confianza, que está relacionado con la seguridad, este aspecto se ha convertido en un requisito fundamental para establecer una buena relación entre el cliente y el banco.

1. Conocer las necesidades de tu cliente.

Las personas acuden a las entidades financieras por diversas necesidades, ya sean estas porque necesitan un préstamo, una tarjeta de crédito, abrir una cuenta bancaria, necesitan retirar efectivo o hacer un depósito entre otros; o porque simplemente quieren mantener sus ahorros en un lugar seguro. Las entidades bancarias para ofrecer un buen servicio de atención deben de conocer muy de cerca las necesidades de cada cliente, atendiendo cada solicitud y personalizando la atención el cual esto puede ser clave para lograr la satisfacción del cliente y para diferenciarse de la competencia, así logrando cumplir las expectativas del cliente.

2. Organizar adecuadamente los turnos de atención.

Los bancos deben organizar bien los turnos de atención al cliente, para que siempre exista personal disponible para atender eficientemente las solicitudes en el momento preciso que los clientes lo requieran, ya sea directamente o a través de algún canal electrónico, ya que a nadie le gusta esperar demasiado tiempo en una cola de un banco o en una línea telefónica u algún otro canal de comunicación.

3. Utilizar un lenguaje claro.

Los bancos deben asegurar que sus ejecutivos de atención al cliente, al momento de tratar con un cliente utilicen el lenguaje adecuado y entendible, ya que puede resultar confuso para las personas que no están habituadas a los conceptos financieros, se les debe explicar con conceptos claros y precisos los beneficios que obtendrían, así como las obligaciones que contraerían, esto les permitirá dar explicaciones más sencillas y fácil de entender a los clientes, no causando desconformidad o malos entendido por parte de los clientes.

4. Utilizar una publicidad honesta.

Las instituciones financieras deben tener cuidado con la publicidad, ya que en muchas ocasiones puede resultar engañosa o presentar información confusa. En términos financieros muchos de los clientes tienden a confundirse cuando la publicidad no es bien clara o existen apartados que el cliente no dimensiona de la mejor manera, Este tipo de publicidad se debe evitar con el fin de mantener una imagen de transparencia frente a los clientes y sobre todo mantener la confianza y seguridad con ellos.

#### 5. Dar una buena capacitación a los colaboradores.

Los bancos deben capacitación constantemente a sus colaboradores, tanto a los que ya están en la institución y tienen experiencia, así como los nuevos que van llegando sin experiencia, además proporcionar las herramientas necesarias para el buen desarrollo de sus funciones. Es recomendable que los colaboradores puedan obtener constantes capacitaciones por parte de la banca para mejorar la calidad del servicio al cliente, primero deben entrenar bien a sus empleados para que estos den una buena atención a sus clientes, ya que la imagen de la empresa depende en gran medida del trabajo de las personas encargadas de atender a los clientes y así se cumpla lo que siempre se menciona, que, si una empresa cuida de sus empleados, estos cuidaran sus clientes.

#### 6. Ampliar los canales de comunicación

El banco debe diversificar los canales de acceso para los clientes, no solamente directos, si no también electrónicos ya que no todas las personas tienen tiempo ni acceso para acudir al banco. Por esta razón, es importante que las instituciones financieras diseñen estrategias para aprovechar otros canales de atención, tales como teléfonos, el correo electrónico, las redes sociales o una aplicación para Smartphone o banca en línea.

#### 7. Orientar a los clientes nuevos

Las instituciones financieras deben de mantener ejecutivos de atención al cliente en la entrada de cada banco para que estos orienten a las personas ya sea hacia la zona de ventanillas o a las de servicios. hay muchas personas que llegan al banco por primera vez o no conocen donde se ubican las diferentes áreas de servicio y en muchas ocasiones no haya que hacer, es por ello que deben fortalecer sus habilidades comunicativas con el cliente a fin de ofrecer el mejor trato a las personas y orientarlos para solucionar su problema o su trámite que requiera.

#### 8. Aprovechar la tecnología.

En la actualidad existe mucha demanda de los servicios financieros y los bancos no pueden abrir las 24 horas del día, pero los clientes necesitan disponer de su dinero, realizar transacciones, hacer depósitos, etc. por tal razón los bancos deben dar facilidad a los usuarios creando mecanismos para realizar diferentes operaciones online o en cualquier

momento que estos lo requieran, además construyendo más cajeros multifuncionales que puedan realizar varios tipos de transacciones en varios establecimientos accesibles y seguros para el uso de los usuarios en horas no hábiles para los bancos.

#### 9. Mayor seguridad.

Las personas que utilizan cualquier tipo de servicio financiero y que realizan diversas transacciones digitales, uno de los aspectos más fundamentales que consideran son los mecanismos de seguridad por parte de los bancos, los clientes para poder confiar en los servicios que ofrecen las plataformas online, estos demandan de gran manera la seguridad de sus cuentas y no solamente online, sino también para los cajeros automáticos y agencias bancarias que tienen que encontrarse ubicados en zonas seguras, donde exista personal de seguridad, así como también video vigilancia y los clientes puedan disponer de su dinero en cualquier momento sin el temor de ser sorprendidos por la delincuencia.

#### 10. Horarios extendidos.

Cada día los clientes se vuelven más exigentes y las instituciones bancarias para retenerlo buscan mecanismos de satisfacerlos y una de la exigencia ahora en día son los horarios de atención y se vuelve poco conveniente para las personas que trabajan, que en horas laborales se les hace difícil salir hacer alguna transacción. Una buena opción para poder satisfacer a los usuarios es extender los horarios de atención. Algunas empresas han puesto en práctica esta alternativa y han obtenido una respuesta satisfactoria por parte de sus clientes. cabe mencionar que la competencia juega un papel muy importante en este aspecto por lo que los bancos deben crear estrategias de mantener los servicios de atención presencial y virtual muy accesible. (CERTUS, 2019)

### **Calidad de servicio bancario**

La calidad de servicio y la satisfacción del cliente son aspectos fundamentales de la estrategia de un banco, que debe contar con un modelo para la gestión de la calidad del servicio al cliente. Todos los negocios por su naturaleza son cambiantes, al igual que la economía, pero hay algunas reglas que se vuelven universales que siempre permanecerán y nos guiarán para poder dar una buena impresión con nuestros clientes. Estas reglas son calidad del servicio, se traduce en un trato amable, rápido y confiable y debe ser estándar para todos los proveedores de servicio al cliente.

En primer lugar, se debe conocer de cerca y con profundidad la necesidad del cliente, es decir en verdad lo que el cliente desea cubrir y resulta de vital importancia entender sus motivaciones. Otro aspecto a considerar, es que ofrece la competencia, siendo lo ideal que nuestros productos o servicios sean por lo menos igual o mejor que los que ellos ofrecen, esto si queremos lograr superar las expectativas de nuestros clientes y que se queden con nosotros, además vencer la competencia.

Estudios realizados evidenciaron que la calidad del servicio al cliente es una consideración más importante para el usuario de servicios bancarios que las tasas o precios de un producto, en muchas ocasiones al cliente no le interesan, si no que la calidad del servicio y si lo anterior se logra, el cliente seguramente va regresar donde fue bien atendido y divulgar donde no lo atendieron bien, todas las instituciones del sector financiero, al igual que toda empresa de servicios, deberán considerar que la satisfacción del cliente es un eje fundamental, partiendo que el cliente es su activo más importante.

La banca moderna tiene muchos retos en la actualidad, tales como pueden ser algunos de ellos, el incremento de la competencia, la innovación tecnológica y financiera, la aparición de clientes más exigentes, en respuesta a lo anterior, la banca debe ser la calidad total del servicio bancario. Las nuevas funciones de la banca como asesores de los clientes, requieren tener niveles de capacitación más amplios y profundos para su personal, para que estos tengan la capacidad y el conocimiento necesarios para suplir las necesidades y exigencias que cada vez más demandan los clientes en cada una de sus necesidades o solicitudes, estar más cerca de los requerimientos y necesidades de los clientes mejorar la velocidad de respuesta, , aumentar la capacidad de adaptación y eliminar la resistencia al cambio, estos son algunos de los retos que la banca debe superar. Los clientes actuales son más exigentes y conocen más de finanzas por lo que con mucha facilidad pueden cambiar de banco más rápidamente en el momento que lo requieran, de allí la importancia y necesidad de darles el mejor servicio. Un cliente más exigente no tiene lealtad de marca y es más exigente en materia de facilidades transaccionales y de inversión.

Todos estos factores representan un gran reto para las instituciones financieras, ya que en la actualidad el cliente demanda cada vez más calidad de productos y servicios y es más estricto y crítico al momento de elegir un banco. Para hacerle frente a estas exigencias la banca, debe diferenciar sus productos y servicios de manera efectiva para incrementar o mantener su cuota de mercado. La banca debe ser sostenible y enfrentar un entorno más

competitivo y exigente y además estar a las expectativas de la supervisión por parte de los entes que regulan y controlan los procesos financieros, esto se debe ver como un factor positivo y debe reconocerse como de manera sostenida.

Las administraciones bancarias modernas deben concentrarse en la calidad de servicio al cliente como factor diferenciador consistente y formada para dar la respuesta apropiada con el mínimo costo y la máxima efectividad. Mucho se ha dicho, que es más fácil venderle un nuevo producto a un cliente existente que captar uno nuevo, todo esto va relacionado a la confianza y a la lealtad de los clientes, además el grado de fidelidad entre el cliente y la institución financiera incrementa cuando el cliente adquiera más de dos o tres productos o servicios de un mismo banco, cuando esto suceda es muy difícil que el cliente cambie de institución. Estos análisis nos llevan a resaltar la importancia de la calidad del servicio y de vender más productos a clientes existentes que a nuevos clientes, lo que se conoce como la venta cruzada de productos.

Uno del aspecto importante donde debe cambiar el enfoque las instituciones bancarias es el conocimiento de cada uno de los segmentos de mercado donde se encuentran sus clientes, el cambio debe enfocarse, en pensar en el cliente, cuáles son sus necesidades y que es lo que desea de su banco y se tiene que llevar a cabo un estudio de mercado minucioso que permita conocer con exactitud qué es lo que sus clientes esperan del banco y sobre esas expectativas se debe trabajar para lograr satisfacer las necesidades que este requiere y conociendo esas necesidades se debe diseñar el producto o servicio.

El error de muchas instituciones del sector financiero es en el desarrollar productos y servicios no pensados en la necesidad del cliente, tampoco en superar la competencia y adelantarse a las expectativas del cliente o a las exigencias del mundo actual y es que en su mayoría de los bancos son muy similares los productos y servicios que ofrecen, la calidad y que sean de primera línea.

Esto es lo que hace la diferencia cuando se crean productos y servicios nuevos que sean en base a la necesidad del cliente y siempre midiendo la competencia para superarla, ya que los cambios en el entorno cada vez son más y las exigencias del cliente se transforman con rapidez y requieren productos y servicios más ajustados a sus necesidades. De ahí, la importancia de una adecuada segmentación para dar el servicio apropiado a cada tipo de

cliente y a cada necesidad, por lo cual la gerencia bancaria, debe enfocarse a mejorar la productividad y la rentabilidad.

Todo ello es posible si se cuenta con la mejor tecnología y el mejor recurso humano calificado, ambos son claves en el éxito de un proyecto en una institución bancaria. También es necesario reorientar la cultura corporativa hacia el cliente, la calidad, la creación del valor y la capacitación permanente, con innovación tecnológica y adaptación permanente, cambiando la forma de gerencia, buscando la máxima eficacia, creando las estructuras necesarias y ejerciendo el liderazgo del conocimiento hacia los colaboradores y porque no decirlo al cliente.

Un banco debe diferenciarse por la calidad de sus servicios y por la buena atención que presta a sus clientes para mantenerlos satisfechos y también mantener sus empleados motivados y orientados al buen servicio de calidad, a cumplir los objetivos y metas trazadas y para cumplirlo se requiere contar con el recurso humano adecuado, tecnología avanzada, manejo eficiente del riesgo, fortalecimiento patrimonial y contar con los mejores dirigentes y el mejor personal calificado, capacitado y motivado.

El entorno es complejo para adaptarse a los cambios, además se debe contar con la estructura organizativa adecuada ya que de esto depende en gran manera que la institución bancaria sea exitosa, cuando la estructura de la organización esté alineada al plan estratégico que se persigue.

Existen unas normas de la Superintendencia de las Instituciones del Sector Bancario (Sudeban), que regula la atención de los clientes y usuarios de los servicios bancarios en materia de calidad llamada "Normas relativas a la Protección de los Usuarios y Usuarias de los Servicios Financieros" donde señalan los bancos deberán prestar a sus clientes y usuarios tanto directa como telefónicamente, una adecuada atención en cuanto a las operaciones, transacciones, reclamos o quejas y solicitudes que éstos realicen; para ello, utilizó un trato cortés, amable y respetuoso. además, existen leyes que regulan cualquier mal servicio que sea mal aplicado y que afecte los intereses del cliente, tal es el caso de la defensoría del consumidor (Finanzas Digital, 2017)

## **Experiencia del cliente en bancos**

La experiencia del cliente en bancos ha cobrado cada vez más relevancia en términos generales, ya que en las últimas décadas se ha dado un cambio importante tanto en la evolución de las plataformas digitales como en el empoderamiento del consumidor, quien ahora decide mucho más que antes, para ello existen muchas leyes y entidades que los respaldan y es que no es para menos, muchos clientes y usuarios han vivido malas experiencias y eso los ha llevado a denunciar algún tipo de violaciones de intereses y de sus derechos.

¿Qué es la experiencia del cliente en bancos? La experiencia del cliente en el sector bancario se refiere a la interacción que realiza con los diversos puntos de contacto del servicio al cliente de un banco, como son los sistemas bancarios en línea, los correos electrónicos, los Call Centers, la publicidad en línea, las interacciones directas y las distintas redes sociales., también es el recorrido del cliente en los bancos no es lineal, es decir que no utiliza un mismo medio, sino que también los clientes utilizan múltiples dispositivos, llaman por teléfono y se presentan directamente en las agencias bancarias, es por ello que los bancos deben recopilar los datos y explorar estos diversos puntos de contacto para mejorar la atención y que el cliente se lleve lo mejor de las experiencia cuando interactúe con los diferentes canales que el banco ofrece. De acuerdo con Alexis Herrera, director de Consultoría CX en The Market Connection Group, los tres pilares de la experiencia del cliente son:

- Que el cliente logre lo que quiere.
- Que sea fácil.
- Que se sienta bien.

## **Importancia de la experiencia del cliente en el sector bancario**

Una buena experiencia del cliente recibida por parte de los bancos genera confianza y hace que la comunicación entre ambas partes sea más relevante específica y personal, una relación empática con el cliente es especialmente importante, ya que la gente espera poder confiar en los responsables de sus finanzas y que además brinden seguridad en sus cuentas y que reciban de la banca la mejor asesoría, cuanto mejor sea la experiencia de un cliente, más probable será que permanezca fiel a una institución financiera.

Los clientes esperan un nivel de servicio de buen nivel, tanto en persona como en línea, en un cajero automático o en la sucursal, y compartirán sus experiencias tanto buenas como malas y ahí los resultados del buen servicio.

Algunas de las principales expectativas del cliente son:

- Soluciones innovadoras: Que se ajuste a sus exigencias para que puedan interactuar donde sea y en el momento que se requiera.
- Resolución inmediata de los problemas: Toda la empresa debe actuar en conjunto para ofrecer una solución rápida y eficiente.
- Conocimiento de quiénes son: Crear un perfil que se puede compartir en red con toda la empresa para que el cliente no tenga que repetir sus datos al momento que visite diferentes puntos de servicio.
- Reconocimiento de la fidelidad: Los clientes fieles del banco hacen 10 comentarios positivos por cada uno negativo.
- Protección: Deben ser seguros y confiables frente a situaciones que puedan afectar negativamente a sus finanzas y sus cuentas.
- Comunicación efectiva: Una experiencia de cliente omnicanal habilitada a través de todos sus canales y dispositivos preferidos.
- Funcionalidad: Aplicaciones y sistemas online que permitan realizar gestiones eficaces de sus finanzas,
- Confianza: Ver que el banco hace las cosas bien de forma proactiva y seguras. (Questionpro, 2022)

### **La banca electrónica**

Se refiere a todas las vías o formas a través de las cuales los clientes o usuarios pueden acceder y efectuar transacciones con las instituciones del sistema financiero bancario, mediante el uso de dispositivos electrónicos o tecnológicos; entre los cuales pueden ser, cajeros automáticos (ATM), dispositivos de puntos de venta (POS y PIN), sistemas de audio respuesta (IVR), señal telefónica, celular, internet y otro similares (Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, 2012)

También la banca electrónica se refiere a la provisión de productos y servicios bancarios para clientes por medio de canales electrónicos. Estos productos y servicios pueden incluir desde la recepción de depósitos, préstamos, manejo de cuentas, pago electrónico de facturas, servicios de pago electrónico, dinero electrónico, suministro de otros productos y asesoría financiera.

El sector bancario ha sido protagonista de una serie de importantes cambios, entre los que resalta la implementación de los avances tecnológicos, lo que representa tanto una oportunidad como una amenaza según sea la adaptación de los clientes y su relación con el manejo de estos servicios bancarios. Es decir, el nivel de conocimiento que los usuarios puedan tener sobre el uso de las plataformas digitales y ese es el temor que en su mayoría de los usuarios no los deja tranquilos, ya que sienten mucho miedo hacer una operación bancaria y ese riesgo existe, pero todo depende con la seguridad que ellos manejan sus cuentas, es ahí donde nace el temor de la gran mayoría de no saber cómo colocar una buena seguridad a sus cuentas electrónicas.

Estos avances tecnológicos han contribuido al proceso de globalización y a la competencia de las empresas de servicios financieros, ya que a medida avanza la tecnología cada entidad se obliga a implementar mejores beneficios y facilidades del uso canales electrónicos, así como también los niveles de seguridad de los mismos, ya que no podemos disponer de las mejores plataformas digitales y mejores facilidades de acceso, si no contamos con medidas de seguridad, que para muchos usuarios es lo más primordial.

Este avance tecnológico que se ha dado al nivel bancario ha permitido dejar atrás, lo que por años el pequeño ahorrador iba con la tarjeta en mano a depositar sus ahorros al banco. Hoy, ese mismo cliente no necesita desplazarse a un banco para realizar esa operación, ya que puede hacerlo desde su casa a cualquier hora del día o de la noche. ( Erazo & Méndez, 2011)

### **Banca electrónica en El Salvador**

En los últimos años en el país se ha registrado un incremento en el uso de banca electrónica, lo que ha permitido al cliente y usuario una interacción activa con las entidades financieras, conociendo sus saldos de cuentas, hacer transacciones y tener facilidad de compras. El incremento y mejora de servicios de la banca por celular, internet, tarjeta de débito/crédito, cajeros automáticos o banca móvil; han permitiendo al usuario ahorrar

tiempo y acceder a una variedad de servicios operativos y de control desde cualquier punto geográfico las 24 horas del día y los 7 días de la semana.

Todas las operaciones que antes requerían la presencia del cliente en la agencia o efectuando una llamada al banco, ahora en día es posible realizarlas desde su residencia, lugar de trabajo o cualquier otro sitio, todo ello es posible desde una computadora o un dispositivo móvil; estas herramientas han sido parte de lo que ha vuelto eficiente los procesos de la bancarización en el país. Los servicios de banca electrónica ofertados por las entidades bancarias en nuestro país son: banca por internet, operaciones por POS, transferencias, pago de servicios, entre otros. (Banco Central de Reserva, 2014)

### **Banco CUSCATLAN ejecuta un programa de inversión digital para ofrecer más servicios digitales**

Banco Cuscatlán para acercar sus servicios a sus clientes y usuarios a través de la tecnología, viene implementado una estrategia desde hace unos meses en el país. En diciembre pasado, la institución lanzó su nueva banca digital y ha programado una inversión de más de \$25 millones en su estrategia digital. La inversión incluye la actualización de sistemas informáticos, adquisición de equipos y capacitación de su personal, el cual se implementará en un periodo de tres años.

La estrategia contempla, además, mejorar su plataforma de banca por internet y el lanzamiento de una nueva aplicación para teléfonos celulares. La app está disponible para los sistemas operativos de Android y Apple. Se está invirtiendo en tecnología para facilitar al cliente a que pueda realizar sus transacciones de una manera más fácil, más automática, digital; sin tener que ir al banco.

La apuesta digital de Banco Cuscatlán permite a sus clientes pagar préstamos y tarjetas de crédito de otros bancos, así como hacer transferencias con otros bancos. Asimismo, pagar servicios, consultar movimientos y transferir dinero, entre otros. Otro componente de esta apuesta es la modernización de su red de agencias y la instalación de cajeros automáticos que permitan a los usuarios hacer todo tipo de transacciones. Estos quipos se instalarán en los próximos meses. La meta del banco era llegar en 2019 a 250 cajeros automáticos. "Nuestra meta es que podamos abrir cuentas desde el internet y eventualmente dar créditos y desembolsos directamente en línea", explicó el director ejecutivo.

El Banco Cuscatlán planeaba abrir sucursales en La Unión y Ahuachapán en 2019. La inversión programada en este proyecto es de más de \$2 millones. A la fecha, la institución cuenta con 54 oficinas en todo el país. La expansión que está experimentando el banco implica la contratación de más personal. Director ejecutivo estimó que en 2019 se podrían generar 200 empleos adicionales.

En la actualidad, Banco Cuscatlán emplea a alrededor 1,800 personas. Vemos un 2019 con un crecimiento importante en depósitos a través de una expansión del servicio de pago de remesas familiares. Creemos que hay una oportunidad importante de 'bancarizar' a muchos de los clientes que reciben remesas familiares", expresó el director ejecutivo.

Banco Cuscatlán informó que en 2018 sus depósitos crecieron un 20 %. Según el ranking de la Asociación Bancaria Salvadoreña (ABANSA) a diciembre los depósitos de Banco Cuscatlán totalizaron \$1,095 millones, mientras que los créditos netos alcanzaron los \$998.3 millones. (El Economista, 2019)

### **Banco Cuscatlán invertirá \$48 millones en transformación digital**

El objetivo es alcanzar un crecimiento exponencial en clientes digitales y convertirse en referentes para la región. La institución financiera culminó el 2021 con un crecimiento de más del 30% en transacciones realizadas en canales digitales y su apuesta en 2022 es ejecutar un sólido plan de inversión a cinco años para innovar, automatizar y simplificar productos y servicios financieros que transformen la experiencia de servicio y así contribuir a la inclusión financiera.

Como parte de este plan de innovación, un equipo de más de 300 profesionales, eruditos digitales, han conformado la Tribu Digital CUSCATLAN, que es el equipo especializado del banco que está liderando esta transformación. 100 de estas posiciones son completamente nuevas y se tienen activas diversas plazas como científicos de datos, arquitectos de sistemas, especialistas DEVOPS, desarrolladores móviles, automatizadores UX, entre otras, ya que por ser especializadas son sumamente cotizadas actualmente en el mercado.

Además de la inversión en desarrollo de sistemas, creación de procesos digitales y preparación de talento interno, Banco CUSCATLAN ha contratado los servicios de al menos 20 empresas especializadas para la aceleración de proyectos y asegurar que el proceso de

innovación sea constante, así como los cambios que experimenta el mercado. 95% de las empresas contratadas son salvadoreñas.

“La confianza de nuestros clientes en los canales digitales es cada vez mayor. Por ello estamos invirtiendo para brindarles siempre la mejor experiencia y hemos fortalecido nuestra estructura para contar con nuestra propia Fábrica Digital y así mantener en simultáneo dos grandes equipos de tecnología satisfaciendo las necesidades presentes y futuras de los usuarios de nuestras plataformas digitales”, dijo José Eduardo Luna Director Ejecutivo de Banco CUSCATLAN durante la visita que realizó a sus instalaciones el Lic. Mario Menéndez, Superintendente del Sistema Financiero.

El plan de inversión que arrancó este 2022 y se estima finalice en 2026, permitirá a la institución financiera, crear nuevas soluciones digitales que faciliten exportar la marca CUSCATLAN a la región con el respaldo de una sólida plataforma tecnológica.

Esta importante inversión es un reflejo de la solidez del sistema financiero salvadoreño y los bancos que la conforman; como gobierno estamos trabajando para crear los ecosistemas regulatorios que permitan una rápida aprobación y adaptación de todas las soluciones que se están creando en beneficio de sus clientes, ya que esto nos permite ir dando importantes pasos en la inclusión financiera digital; dijo el Lic. Mario Menéndez, Superintendente del Sistema Financiero, durante su recorrido a la Fábrica Digital de Banco CUSCATLAN. (Banco Cuscatlan, 2022)

### **Banca móvil**

Son los servicios financieros móviles que las entidades bancarias prestan a sus clientes y usuarios de cuentas corrientes o cuentas de ahorro para la provisión de servicios financieros como una herramienta fácil y segura de utilizar para sus clientes. Provee servicios de banca en línea, geolocalización de agencias y cajeros automáticos, así como promociones y descuentos entre otros servicios. Este tipo de aplicaciones debe estar autorizadas por la Superintendencia del Sistema Financiero.

La banca móvil ofrece servicios básicos tales como:

- Pagos de Tarjetas: Puedes hacer pagos de tus préstamos o Tarjetas de Crédito.

- Recarga de Celular: Recarga tu celular de cualquier compañía móvil y monto que se requiera
- Pago de Servicios: Paga tus recibos con el NPE o escaneando el código de barras.
- Cobra tu Remesa: Cobra tu remesa utilizando el código que te envía tu ser querido.
- Retiro de efectivo sin tarjeta: Retira efectivo en nuestros cajeros con un código generado en la app.
- Transferencias UNI: Realiza transferencias entre bancos de forma inmediata desde tu app.
- Transferencias QR: Compra en comercios que posean código QR de forma más ágil. (Banca movil y su aporte a la inclusion financiera, 2014)

### **La banca en internet**

La banca por internet facilita la relación existente entre el banco y los clientes, por ello se puede asegurar que gran parte de las entidades bancarias disponen de una página web destinada a los servicios de los canales electrónicos y a medida que los clientes se vayan adaptando a esta nueva metodología de la banca estos estarán dispuestos a realizar operaciones bancarias de cualquier tipo.

Sin embargo, el pago a través de medios electrónicos se ha incrementado en los últimos años, la cultura de uso de los medios electrónicos en la población que hace uso de la banca electrónica comienza a consolidarse. La banca está creando las condiciones desde el punto de vista del usuario, para impulsar el uso de la banca electrónica, las redes están creciendo; ahora en día hay más puntos de ventas, más cajeros automáticos, más puntos de acceso a internet, nuevas formas de pago de diversos servicios por internet; lo que fomenta una cultura de lealtad con el medio electrónico.

### **Beneficios de la banca por internet**

- Verificar saldos y estados de cuenta.
- Pagar servicios como energía eléctrica, teléfono, impuestos, entre otros.
- Realizar inversiones.
- Transferencias a diferentes cuentas tanto propias como de terceras personas.

- Depósito de cheques.
- Pagar tarjetas de crédito.
- Depósitos a nómina.

(Suriaga Sanchez, 2016) ( Erazo & Méndez, 2011)

### **Satisfacción del cliente en uso de canales electrónicos**

Para los clientes de los bancos el cambio en el estilo de vida y falta de tiempo para ir al banco o el estrés de hacer grandes filas, los ha obligado a considerar esta herramienta como necesaria. Las posibilidades que brindan las tecnologías móviles han provocado cambios sociales y financieros que no deben pasar desapercibidos por la población y es por ello que la banca debe de desarrollar nuevas herramientas y actualizar los servicios ya existentes en relación a los avances tecnológicos. La banca móvil representa una nueva alternativa que permite a los clientes realizar operaciones en tiempo real desde su teléfono celular.

Para las instituciones bancarias es necesaria la culturización y fidelización del cliente hacia las herramientas tecnológicas, por lo que continuamente debe innovar aumentando la funcionalidad de los canales electrónicos incorporando nuevas opciones que permitan al cliente realizar mayor número de operaciones a través de la banca en línea y no solamente más transacciones, sino que deben mantener un costo significativo o sin ningún costo que afecte al cliente, ya que muchos usuarios buscan que la banca mantenga más transacciones y que no existan comisiones por el uso.

La transición de la banca hacia los medios electrónicos continua en crecimiento, en los últimos años. En la actualidad la mayoría de las instituciones financieras del país ofrecen a sus clientes este servicio y se esmeran cada día más en ofrecer al máximo las distintas transacciones por medio de la banca electrónica, sin embargo, aun cuando existe este servicio se ha observado que el mismo no es aprovechado eficientemente por parte de los usuarios.

Esto puede ser causado por desconocimiento de la existencia de la banca electrónica por parte de los clientes de la banca o por falta de información, por lo antes mencionado es importante la orientación del cliente a través de información en las agencias bancarias y difusión a través de medios publicitarios. ( Erazo & Méndez, 2011)

## **Seguridad en la banca electrónica**

Los usuarios no solo utilizan los canales electrónicos para realizar consultas, movimientos de sus cuentas o de sus tarjetas; sino también efectuar pagos, transferencias, comprar servicios a través de la banca en línea. Es por ello que la banca también implementa niveles de seguridad para garantizar que cualquier tipo de operación que los usuarios realicen a través de la banca en línea sea seguro y confiable.

Los mecanismos o requisitos de seguridad pueden variar ligeramente de un sistema de pago a otro dependiendo tanto de las características propias del sistema, como por la confianza y seguridad que ofrezca el entorno donde va a interactuar el sistema.

Es muy importante saber que tan confiable es el sistema donde se realizaran transacciones o pagos por medio de la banca en línea, es necesario tomar en cuenta algunos requisitos de seguridad de un sistema de pago electrónico. Los bancos cuentan con un servidor web, por medio de este servidor el cliente establece una conexión de manera que la información circula a través de internet codificada, el cual es completamente seguro y posee mecanismos de seguridad en los medios de pagos electrónicos tales como.

- Autenticación de los datos: En toda forma de pago es necesario que la empresa o persona natural deba estar totalmente identificada y así poder comprobar que no existe fraude.
  - Integridad: No puede haber una forma de manipular una información o alterarla mientras se realiza una transacción electrónica.
  - Confidencialidad: Es muy importante saber que los datos que se envían por medio de una operación electrónica, no deben ser visibles para terceros. Es por eso que se emplean técnicas de encriptado y cifrado de la información para mayor seguridad.
- (Alonso, 2007)

## **Riesgo Operacional o Transaccional**

El riesgo operativo, también conocido como riesgo transaccional, es uno de los riesgos más comunes que existe en la banca electrónica, el cual consiste en no considerar el procesamiento exacto de las transacciones, no cumplimiento de los contratos, integridad de los datos, la privacidad y confidencialidad de datos, el acceso no autorizado a sistemas, entre otros.

Estos riesgos pueden surgir como consecuencia de deficiencias de los bancos en el diseño y supervisión de sus sistemas de información. Además de las deficiencias en los sistemas informáticos, la negligencia por parte de los clientes y empleados, la actividad fraudulenta y hackers pueden llegar a ser una fuente potencial de riesgo operacional. El riesgo operativo puede generarse también por el mal uso de los clientes y por sistemas de banca electrónica y dinero electrónico mal diseñados o ejecutados. Muchas de las manifestaciones específicas posibles de estos riesgos, se aplican tanto a la banca electrónica, como al dinero electrónico. (Banco Central de Reserva, 2014)

### **Riesgo de Seguridad**

El riesgo de seguridad en el sistema bancario es latente, debido a que el Internet es una red pública que facilita el flujo de información al que se puede acceder con facilidad. Por lo tanto, los bancos que utilicen este medio para las transacciones financieras deben tener la tecnología y los sistemas adecuados con un entorno seguro, ya que una violación de la seguridad podría acceder y utilizar la información confidencial de los clientes, esto puede resultar en la pérdida de datos, robo, manipulación de información, la desactivación de una parte importante del sistema informático, entre otros riesgos asociados con la violación de la privacidad de los clientes y sus implicaciones legales.

El control de acceso a cualquier plataforma de sistema bancario es de suma importancia; un acceso no autorizado podría llegar de cualquier fuente y de cualquier parte del mundo, los ataques podrían ser por parte de piratas, vendedores e incluso de empleados, ya que estos últimos están familiarizados con los diferentes sistemas y se convierten en amenazas potenciales de seguridad en un entorno poco controlado. Por lo tanto, es necesario que las instituciones financieras evalúen estrictamente todos los sistemas interrelacionados con sus actividades e implementar medidas de control de acceso en cada uno de ellos. (Banco Central de Reserva, 2014)

### **Riesgo Reputacional**

El riesgo de reputación es contraer negativamente la opinión de los clientes o usuarios por un mal servicio, un mal producto o una mala atención, lo que puede resultar altos costos financieros, esto se da por acciones que causan una mayor pérdida de la confianza en la capacidad de los bancos y que ponen en peligro la relación banco – cliente, esto puede ser debido a la propia acción de los bancos o a terceros.

Las principales causas que originan este riesgo podría ser que los productos no funcionan con las expectativas que los clientes esperaban, deficiencias en el sistema, fallos de seguridad ( internos o externos ), la falta de información a los clientes sobre el uso de los productos y servicios, los procedimientos de resolución a las gestiones o solicitudes, problemas con las redes que impiden el acceso a sus cuentas y sobre todo si no existen medios alternativos y por último que los mismos empleados dan mala atención y mal servicio, en virtud de lo antes expuesto causan a los clientes desconformidad a tal punto que se puede dar la interrupción de la adquisición del producto o de los servicios contratados.

Los clientes directamente afectados pueden dejar el banco y otros podrían tomar la misma decisión al darse cuenta por experiencias ajenas de la mala calidad del producto o servicio financiero ofrecido; ya que se dice que la publicidad de boca a boca es una de las más latente que cualquier otro tipo de publicidad, en primera instancia se pierde el cliente con el cual se originó el problema y posteriormente se pierden sus amigos, sus familias y a todo aquel que este cliente tenga alcance de hablarle sobre su mala experiencia que le haya pasado con alguna mala atención.

Para recuperar la confianza de los clientes se necesita invertir en publicidad y revertir cualquier error que se haya dado en el pasado por ende la institución incurrirá en altos costos financieros.

El riesgo a la reputación puede también generarse con motivo de ataques dirigidos a un banco particular y extraer intencionalmente información sobre el banco o sus productos. El riesgo a la reputación puede no sólo ser significativo para un banco, sino para todo el sistema bancario.

Para evitar este tipo de situaciones y no arriesgarse a perder clientes o a tener una mala reputación publica entre las posibles medidas se plantea; diseñar un sistema tomando en consideración cualquier fallo, además tomando las medidas estrictas de seguridad que no pueda ser intervenido por terceros, también se debe probar el sistema antes de la implementación que contenga facilidades de recuperación de datos, planes de contingencia o alternativas para poder resolver los problemas de los clientes durante las interrupciones del sistema, la implementación de análisis de virus, herramientas y técnicas de seguridad que no permitan ser vulnerables. (Banco Central de Reserva, 2014)

## **Riesgo Legal**

El riesgo legal surge de las violaciones o incumplimientos de las leyes, reglas, reglamentos o prácticas establecidas por dos partes o cuando los derechos y obligaciones legales de las partes de una transacción no están bien definidos, también por lo complejo que resulta la banca por internet y dinero electrónico los derechos y obligaciones en algunos casos son inciertos o poco precisos, lo que provoca el riesgo legal, sin embargo la entidad financiera no se exonera de responsabilidades de los casos anteriormente señalados.

Las instituciones financieras que se dedican a la banca electrónica y a las actividades de dinero electrónico pueden enfrentarse a riesgos legales con los clientes, los cuales pueden ser relacionados con divulgaciones y protección de la confidencialidad, esto debido a que los clientes que no reciben una información adecuada sobre sus derechos y obligaciones no pueden tomar las debidas precauciones en el uso de los servicios de la banca electrónica, lo que conlleva a las financieras a aplicar sanciones reglamentarias, que pueden iniciar acciones legales en contra del banco. Por ejemplo, la aplicación de algunos reglamentos de protección del consumidor a la banca electrónica.

El riesgo legal también se puede dar cuando los bancos eligen mejorar su servicio al cliente donde probablemente buscarán implementar sistemas de autenticación electrónica. El rol de autoridad de certificación puede exponer al banco a un riesgo legal. Por ejemplo, un banco que actúa como autoridad de certificación puede ser responsable de pérdidas financieras incurridas por las partes que cedieron la certificación. Además, el riesgo legal puede presentarse si los bancos no se especifican con claridad los derechos y obligaciones pertinentes de la certificación. (Banco Central de Reserva, 2014)

## **Riesgo de Lavado de Dinero**

Los sistemas de dinero electrónico pueden ser atractivos para el lavado de dinero cuando ofrecen límites flexibles de saldos y transacciones y disponen una posibilidad limitada; la aplicación de las normas de lavado de dinero puede ser inapropiadas para algunas formas de pagos electrónicos a medida que se realizan las transacciones de banca por Internet los bancos tienen dificultades para la detección y prevención de actividades delictivas. Así los bancos se exponen al régimen sancionatorio en caso de incumplimiento de los procedimientos contra el lavado de dinero y activos, esto puede dar lugar a sanciones legales por incumplimiento de “formulario conozca a su cliente”.

Para evitar esto los bancos tienen que diseñar la identificación del cliente, llevar a cabo revisiones periódicas de cumplimiento, políticas y procedimientos para detectar transacciones sospechosas e informar de tales actividades.

Será más difícil de controlar riesgos incurriendo en operacionales de servicios de la banca por internet establecido en el extranjero, son fuentes de riesgo en la medida en que las partes extranjeras se convierten en incapaces de cumplir con sus obligaciones debido a factores económicos, sociales o políticos.

Las transacciones internacionales resaltan el riesgo de crédito, ya que es difícil de evaluar una solicitud de un préstamo de un cliente en otro país con respecto a un cliente de una base de clientes local. Los bancos que aceptan monedas extranjeras en el pago de dinero electrónico pueden ser sometidos al riesgo de mercado, debido a los movimientos en los tipos de cambio. (Banco Central de Reserva, 2014)

### **Lavado de Activos**

Se entiende que comete el delito de lavado de activos quien convirtiere, transfiriere, administrare, vendiere, gravare, disimulare o de cualquier modo pusiere en circulación bienes provenientes de un ilícito (aunque éste se hubiere cometido en el extranjero), con la consecuencia posible de que el origen de los bienes adquiera la apariencia de un origen lícito. Concretamente constituye lavado de activos de origen ilícito cualquier acto de administración o de disposición patrimonial con relación a bienes que provienen de un delito cometido por la misma persona que ejecuta el acto (autolavado) o por un tercero.

### **Financiación del Terrorismo**

Mecanismo mediante el cual una o varias personas, organización o entidad jurídica, de manera directa o indirecta proporciona, recolecta, transporta, transfiriere o provee fondos o los tienen en su poder; dispensa o trata de dispensar servicios financieros u otros servicios con la intención de que se empleen total o parcialmente para cometer cualquiera de las conductas delictivas contempladas en la Ley Especial contra Actos de Terrorismos.

### **Clientes**

Son todas aquellas personas naturales o jurídicas con las que se estableció de manera ocasional o permanente una relación contractual de carácter financiero, económica o

comercial. La calidad de cliente se adquiere a partir de la exteriorización material de la voluntad de la persona de llevar a cabo una operación con el sujeto obligado.

### **Operaciones Sospechosas**

Son aquellas operaciones realizadas, que, habiéndose identificado previamente como inusuales, luego del análisis y evaluación realizados por el sujeto obligado, las mismas no guardan relación con las actividades lícitas declaradas por el cliente, o cuando se verifiquen dudas respecto de la autenticidad, veracidad o coherencia de la documentación presentada por el cliente.

### **Sujetos Obligados**

Las personas naturales o jurídicas contempladas en el artículo 2 de la Ley de Lavado de Dinero y de Activos.

### **Colocación**

El lavador criminal introduce los fondos ilegales al sector formal a través de dividir grandes sumas de efectivo en sumas más pequeñas, que puede ser mediante pagos por la compra de mercancías a través de depósitos bancarios o en efectivos.

### **Estratificación**

Una vez introducido el dinero en el sistema formal, el lavador efectúa una serie de operaciones con los fondos para alejarlos de su fuente y procedencia, en algunos casos convirtiéndolos en bienes distintos.

### **Integración**

Al haber reciclado sus ganancias de origen criminal a través de las dos primeras fases, el lavador las hace pasar por una tercera fase, incorporándolas en actividades económicas legítimas. Los tres grandes rubros o fuentes de dinero ilícito son el narcotráfico, tráfico internacional de personas y la venta ilegal de armas.

## **Gestión de Riesgo de Ley de Lavado de Dinero y Activo**

Se define como el proceso de identificar, analizar y cuantificar las probabilidades de pérdidas y efectos secundarios que se desprenden de las acciones preventivas, correctivas y reductivas correspondientes que deben emprenderse.

### **Etapas del proceso de gestión de riesgos del lavado de dinero**

1. **Identificación:** Se deben identificar los riesgos y eventos que pueden dar origen a hecho de LVDA., tomando en cuenta los factores de riesgos inherentes a la actividad que realizan, estableciendo metodologías para segmentar los factores de riesgos, las cuales deben estar acorde con el perfil de riesgos de la entidad.
2. **Medición:** Se debe estimar y cuantificar la exposición al riesgo de LVDA., con base a la probabilidad de ocurrencia e impacto y la materialidad del mismo en sus diferentes factores de riesgos y en caso de materializar mediante los riesgos asociados.
3. **Control y Mitigación:** En esta etapa se deben tomar las medidas para controlar y mitigar la ocurrencia de actividades que materialicen el riesgo de LVDA., debiendo evaluar constantemente la efectividad de los programas, políticas, normas, procedimientos y los controles internos existentes, de no ser efectivo, deben corregirse y fortalecerse y de ser necesarios implementar nuevos, con el fin de reducir la probabilidad y el impacto que pueda generarse al materializarse el riesgo de LVDA.
4. **Monitoreo y Comunicación:** Debe darse el seguimiento sistemático y oportuno a los factores de riesgos de LVDA., mediante actividades permanentes de monitoreo, asimismo analizar las transacciones inusuales o sospechosas detectadas con el objetivo de fortalecer los procedimientos, políticas y controles internos adoptados, desarrollados y ejecutados.

### **Otros Riesgos**

La banca electrónica y las actividades de dinero electrónico también presentan riesgos tradicionales tales como: Riesgo crediticio, riesgo de liquidez, riesgo de la tasa de interés

y riesgos de mercado; sin embargo, las consecuencias de estos riesgos pueden ser diferentes a las de los riesgos operativos de la reputación y legales.

### **El Riesgo Crediticio**

Es la incertidumbre de la capacidad del deudor frente a sus obligaciones de pago. Este surge cuando los flujos de caja comprometidos por préstamos y valores pueden no ser pagados oportuna o totalmente según lo estipulado en el contrato, resultando así una pérdida financiera para el banco

Los bancos que se dedican a actividades de banca electrónica pueden dar créditos por vías no tradicionales y ampliar su mercado más allá de los límites geográficos tradicionales y no siendo capaces de evaluar adecuadamente la solvencia del cliente, las deficiencias en los procedimientos utilizados para determinar la solvencia de los clientes prestatarios que solicitan crédito a distancia, pueden intensificar el riesgo crediticio de los bancos, ya que tales procesos tienen un vacío en comparación de los normales que tienen mayor rigurosidad al momento de emitir o aprobar el crédito.

También aumenta el riesgo para la banca y al ofrecer programas de pago electrónico sin un intermediario, no cumple con sus obligaciones de pago ya sea en el momento de su vencimiento o en cualquier momento, de ahí en adelante.

En la actualidad los bancos generalmente operan con la base de clientes más familiar y la facilidad de pago electrónico de cuentas en la banca por Internet puede causar el riesgo de crédito si un intermediario tercero no cumpla con sus obligaciones con respecto al pago. El Departamento de Riesgos Financieros, mediante la Gestión de Riesgo de Crédito, se encarga del proceso de identificación, medición, monitoreo, control y divulgación del Control de Riesgo de Crédito, en el conjunto de objetivos, políticas, procedimientos y acciones establecidas por el banco para este propósito. (Banco Central de Reserva, 2014)

### **Riesgo de Liquidez**

El riesgo de liquidez puede ser significativo para los bancos que se especializan en actividades de dinero electrónico, cuando dichos bancos son incapaces de asegurar que los fondos sean suficientes para cubrir las exigencias de liquidez en un momento dado.

Del mismo modo los bancos que manejan dinero electrónico hacen frente a tasas de interés electrónicas volátiles debido a movimientos adversos en las tasas de interés que causan disminución del valor de los activos en relación con los pasivos pendientes de dinero electrónico.

Muchas instituciones financieras tienen como filosofía cumplir con sus obligaciones contractuales de tal manera que los acreedores puedan tener acceso a sus recursos en el momento establecido, para ello implementan herramientas que permitan medir la volatilidad de los depósitos, suficiencia de reservas de liquidez y adecuado manejo de los fondos líquidos, para utilizarlos de la manera más eficiente tomando en cuenta los cambios en el entorno que pudieran dificultar la disponibilidad inmediata de fondos.

El hecho que los bancos no cumplan en forma oportuna con las exigencias de liquidación puede tener como consecuencia una acción legal contra la institución y un daño a su reputación, ya que los clientes que tienen sus cuentas de ahorro necesitan que su dinero esté disponible al momento que lo requieran. (Banco Central de Reserva, 2014)

### **Riesgo de Tasa de Interés**

Las instituciones bancarias que manejan dinero electrónico, hacen frente a tasas de interés electrónicas volátiles debido a movimientos adversos que causan disminución del valor de los activos en relación con los pasivos. Los bancos que se especializan en la provisión de dinero electrónico pueden enfrentar un riesgo de tasa de interés considerable, tomando en cuenta que están monitoreando las tasas de intereses.

Cualquier organización o persona está expuesta al riesgo de tasa de interés por el hecho de haber tomado deuda con tasa variable, cualquiera que sea la tasa de referencia utilizada, esa tasa de referencia puede aumentar y por ende aumentan los intereses a pagar. Muchas veces la tasa variable está expresada de manera explícita pero también puede estarlo de manera menos directa, en muchos préstamos a través de una cláusula que permite al banco aumentar la tasa de interés inicial, lo que suele hacer cuando los intereses que él mismo pago aumentan, dado que existen políticas internas de los bancos que no necesita que exista una volatilidad para aumentar la tasa de interés. (Banco Central de Reserva, 2014)

## **Riesgos de Mercado**

El Riesgo de Mercado es la pérdida que el Banco incurra por resultado de los cambios en los precios de mercado incluyendo tasas de cambio de divisas de los instrumentos financieros en que mantiene exposiciones dentro o fuera del balance.

Los bancos que aceptan monedas extranjeras como pago de dinero electrónico, están sujetos a este tipo de riesgo, ya que el activo puede disminuir a causa de las variaciones dadas por las condiciones del mercado.

Otro tipo de riesgo que es relevante para las instituciones bancarias, son los no financieros que tienen que ver con el gobierno corporativo, que estableció el cumplimiento de normativas internas y externas.

En el riesgo de mercado también podemos incluir el riesgo por la competencia desleal, la banca por Internet intensifica la competencia entre los distintos bancos. La naturaleza abierta de Internet puede inducir a algunos bancos a utilizar prácticas desleales para tomar ventaja sobre sus competidores, la banca por Internet conlleva diversos riesgos para la propia entidad, así como el sistema bancario en su conjunto.

Para enfrentar este tipo de riesgos de mercado las financieras deben de considerar los siguientes aspectos.

- Estableció políticas que estén relacionadas con las fluctuaciones de las divisas en los mercados nacionales e internacionales.
- Estar alerta a la inflación de cada país para que los movimientos no se vean afectados por los intereses de las tasas.
- Crear estrategias de mercadeo para que el producto o la compañía se posicionen.  
(Banco Central de Reserva, 2014)

## **Transferencias y Unitransferencias Bancarias**

Son envíos de dinero realizados por un usuario desde su cuenta electrónica bancaria de una entidad (ordenante) a otra entidad designada (beneficiario). En caso de realizarse entre cuentas del mismo banco se denomina traspaso.

Cómo se clasifican las transferencias:

1. Geografía. Dentro de este grupo se atiende al país de destino de los fondos según la residencia de la cuenta corriente de destino.
2. Nacionales: Tanto el ordenante como el beneficiario se encuentran en el mismo país.
3. Exteriores: Aquellas en el que el beneficiario se encuentra en otro país diferente al ordenante. (BBVA, 2015)

### **Unitransferencia**

Es el servicio que realiza transferencias entre los diferentes bancos del Sistema Financiero de El Salvador. UNI es la forma de hacer transferencias de manera inmediata y más eficiente desde la banca en línea permitiendo realizar pagos diversos y enviar transferencias desde un dispositivo electrónico, sin necesidad de ir a una agencia bancaria.

Estas transferencias pueden realizarse a cuentas propias o de terceros, ya sean personas naturales o empresas, permitiendo que tus fondos estén disponibles en cuestión de segundos en la cuenta bancaria destino.

UNI es una nueva herramienta digital bancaria que viene a sustituir los procesos tradicionales de pago como son el uso del efectivo y cheque, además de hacer más eficiente los procesos de pago de cualquier tipo, ya que no se requiere de ir a una agencia bancaria a hacer las colas para hacer un pago, o un retiro. También nos viene a facilitar parte de nuestras preocupaciones de tener que ir a una agencia bancaria a realizar alguna transacción.

### **Operaciones que se pueden realizar con la UNI**

Pagos a otros Bancos:

- Pago de tarjetas de crédito.
- Pago de préstamos.
- Pago de planillas
- Pago de proveedores
- Otros

Transferencias entre Bancos:

- Transferencias entre cuentas propias y de terceros
- Transferencias a cuentas de ahorro y corriente.

#### Transacciones Salientes

- La aplicación y disponibilidad en las cuentas del beneficiario dependerán de los horarios de procesamiento de cada banco.
- Los pagos de tarjeta de crédito y préstamos son procesados en los bancos receptores al final del día.
- La fecha de aplicación o disponibilidad será acorde a los horarios de cada banco.

#### **Beneficios de utilizar unitransferencia**

- Facilidad para realizar pagos y transferencias hacia otros bancos.
- Reducción en los tiempos de espera, en comparación al uso de cheques.
- Conveniencia al realizar sus transferencias y pagos interbancarios por medio de nuestros canales electrónicos, disponibles los 365 días del año; desde cualquier lugar.
- Seguridad al evitar el manejo o traslado de efectivo y cheques.
- Comodidad al evitar múltiples visitas a bancos y hacer largas colas para realizar sus pagos y transferencias Interbancarias.
- Ahorro de tiempo y gastos de transporte generados por visitas hacia otros bancos.
- Pagos puntuales de préstamos y tarjetas de otros bancos.
- Control sobre las transacciones, en el resumen histórico de los canales podrá visualizar el estatus final de sus transacciones y detalles relacionados.
- Confirmación de la operación mediante correo electrónico comunicando la finalización exitosa o rechazo de la transacción. (UNI, s.f.)

#### **Transferencia Bancaria**

Las transferencias bancarias son envíos de dinero realizados a la orden de un cliente desde su cuenta bancaria (ordenante) a otra designada (beneficiario). En caso de realizarse entre cuentas del mismo banco se denomina traspaso y si son entre otros bancos se le llama Unitransferencia o transferencia a terceros.

## **Servicio Transfer365 para Realizar Operaciones Bancarias 24/7**

A partir del 5 de junio de 2021, BCR pone a disposición el servicio Transfer365. El cual servirá a todos los usuarios del sistema financiero para realizar transacciones como transferencias entre diferentes bancos, pagos de tarjetas de crédito, préstamos o planillas a cualquier hora del día y en cualquier día de la semana, utilizando la plataforma del sistema de pagos del Banco Central de Reserva. A diferencia de la Unitransferencia este tipo de servicios estará disponible en cualquier momento y las transacciones que se hagan se aplicaran al instante.

Transfer 365 es un servicio inclusivo que permite realizar transacciones entre todos los bancos incluyendo bancos cooperativos y estatales, así como sociedades de ahorro y crédito. Es ofrecido a través de las plataformas de banca en línea de cada institución financiera y se estima que podrá ser utilizado por más de 3.5 millones de depositantes del sistema bancario, así como 200 mil clientes de bancos cooperativos y sociedades de ahorro y crédito; este tipo de avances tecnológicos viene a modernizar los servicios que reciben los usuarios que tiene un impacto significativo en el proceso de recuperación económica de nuestro país. El lanzamiento de este nuevo servicio se enmarca en el cumplimiento de la Ley Orgánica del Banco Central como institución responsable de velar por la modernización y el normal funcionamiento de los sistemas de pago y de liquidación de valores. Solo en 2020 se realizaron pagos por más de US\$5 mil millones a través del Sistema de pagos masivos del BCR. Equivalentes al 80% del presupuesto general de la nación de ese año.

### **Diferencia entre Transfer365 y Transferencia UNI**

Transfer365 permite transferencias entre bancos sin cobro de comisiones, pago de préstamos, tarjetas de crédito y planillas, y está disponible 24/7. Mientras que la UNI funciona de acorde a los horarios y cierres bancarios, es decir que, si realiza una transacción fuera de este horario o en día feriado, será aplicada en el siguiente día hábil. (Banco Central de Reservas, 2021)

Entre los servicios electrónicos que ofrecen los bancos en El Salvador están:

## **Banco Davivienda**

### **App. El Salvador (banca móvil)**

Es una aplicación móvil creada para la provisión de servicios financieros, como una herramienta fácil y segura de utilizar para sus clientes; provee servicios de banca en línea, geolocalización de agencias y cajeros automáticos; así como promociones y descuentos, entre otros servicios.

Qué transacciones puedo realizar con mi Cuenta Móvil:

- Depósitos de efectivo en agencias y corresponsales financieros.
- Transferencias entre cuentas de banco davivienda.
- Transferencias Interbancarias (UNI).
- Retiros de efectivo en agencias, ATMs y corresponsales financieros.
- Pagos de agua, energía eléctrica, teléfono y otros servicios.
- Consultar su saldo y movimientos.
- Cobro de remesas familiares.
- Pagos de préstamos davivienda.
- Pagos de tarjeta de crédito davivienda.
- Consultas de saldos.
- Adquisición de seguros.
- Recibir depósitos por desembolsos de créditos.

### **App. Daviplata (Aplicación para cobrar remesas)**

Cuenta de ahorro con requisitos simplificados, una por cliente, donde el identificador es el DUI (Documento de Identidad) o el número de celular, con apertura y operación 100% digital en el APP y con límite de montos transaccionales, la cual puede funcionar como medio de pago a través de dispositivos móviles de cualquier compañía de telefonía.

Ofrece los siguientes servicios:

- Pasar plata.
- Sacar plata.
- Cobro de remesas familiares.
- Recargas de celular.
- Pagar agua, energía eléctrica, teléfono y otros.
- Consultar saldos y movimientos.

### **Banca personal online para personas**

El servicio de pagos y transferencias interbancarias por UNI que el Banco prestará al Cliente. Las operaciones que se podrán realizar son:

- Transferencias entre cuentas corrientes y de ahorro.
- Pagos de tarjeta de crédito.
- Pago de préstamos.
- Pagos de planilla.
- Pagos de proveedores.
- Pago de servicios.
- Cargos automáticos.

Transacción de Crédito: Esta consiste en realizar créditos (abonos) a cuentas de otros bancos, a través de débitos a una cuenta davivienda, utilizando un canal transaccional de davivienda.

Transacción de débito: Esta consiste en realizar créditos (abonos) a cuentas davivienda, a través de débitos a una cuenta de otro banco, utilizando un canal transaccional de davivienda.

### **Banca pyme**

La Banca Electrónica en línea está diseñada para cubrir necesidades de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, cuyo flujo de efectivo es administrado directamente por el Propietario y/o Representante Legal.

- Sistema amigable para efectuar sus operaciones en forma rápida, segura y sencilla.
- Optimice el control de la disponibilidad de sus saldos actuales e históricos de los movimientos de sus cuentas.
- Manejo de un solo usuario, para la empresa o persona natural con giro comercial y persona jurídica.
- Pagos de planilla hasta 15 empleados.
- Facilidad para realizar pagos y transferencias de cuentas propias y terceros de otros bancos ACH.
- Afiliación a domiciliación o cargos automáticos.
- Montos máximos diarios transaccionales hasta \$5,000
- Manejo de token.
- Tasas, comisiones y recargos.

### **Banca Empresa Plus para Clientes Empresariales**

Banca electrónica en línea que le permiten mayor agilidad, conveniencia y confidencialidad en el manejo de las operaciones financieras de su negocio o grupo de empresas. Davivienda ofrece altos estándares mundiales de seguridad.

- Transferencias entre cuentas propias de su negocio.
- Consulta de saldos y estados de cuenta de los productos que maneje con el banco.
- Pago de proveedores en línea y con emisión de cheques, pudiendo ser estos, en lote o individuales, programados y en línea.
- Pago de planillas integrales de sus empleados con pagos a ISSS, APF y descuento de los préstamos que sus empleados posean con el banco.
- Pago de impuestos internos (IVA, renta y pago a cuenta).
- Pago de impuestos de importación (Aduanales).
- Pago de servicios.
- Servicio de protección de cheques o control de cheques.
- Solicitudes de chequeras, tarjeta de crédito y préstamos.
- Visualización de estados de cuenta y otros documentos.
- Impresión de notas de abono y cargo.

Banco Davivienda Salvadoreño cuenta con los siguientes canales electrónicos:

- ATM full y ATM transaccional
- Kiosco online
- Página web y app
- Teleservicio
- Call center
- WhatsApp
- Agencias
- Corresponsales financieros

### **Banco Azul**

La banca en línea diseñada para que los clientes realicen sus operaciones y transacciones día a día, desde donde estén:

Pagos:

- ✓ Pago de servicios básicos.
- ✓ Pago de impuestos.
- ✓ Pago de créditos.
- ✓ Pago de tarjeta de crédito.

Transferencias:

- ✓ Transferencias a cuentas propias o terceros.
- ✓ Transferencias QR.
- ✓ Envío de efectivo por MonedAzul.

Transferencias Interbancarias:

- ✓ Pago de tarjetas de crédito.
- ✓ Pago de créditos.
- ✓ Transferencia a cuentas propias o terceros.

## **Bancazul Empresas**

La banca en línea para manejar de forma integral, toda la gestión financiera de la empresa 24/7 los 365 días:

Pagos:

- ✓ Pago de servicios básicos.
- ✓ Pago de impuestos.
- ✓ Pago de créditos
- ✓ Pago de salario uno a uno o masivos.
- ✓ Pago de ISSS y AFPs.

Transferencias:

- ✓ Transferencias a proveedores.
- ✓ Transferencias a cuentas propias o terceros.
- ✓ Transferencias internacionales.
- ✓ Envío de salarios por MonedAzul.

Transferencias Interbancarias:

- ✓ Pago de tarjeta de crédito.
- ✓ Pago de créditos.
- ✓ Transferencias a cuentas propias o terceros.

## **Bancazul mi Negocio**

La banca en línea para los negocios de personas naturales o profesionales independientes:

Pagos

- ✓ Pago de servicios básicos.
- ✓ Pago de impuestos.
- ✓ Pago de ISSS y AFPs.
- ✓ Pago de salario uno a uno o masivos.
- ✓ Pago de créditos a terceros.
- ✓ Transferencias

- ✓ Transferencias a proveedores.
- ✓ Transferencias a cuentas propias (Banco Azul, 2022)

Banco Azul pone a disposición de sus clientes Mi BancAzul Móvil para que puedas consultar toda la información relacionada a tus productos financieros. Nunca ha sido tan fácil hacer transferencias UNI. A terceros, transferencias QR, MonedAzul; retirar dinero sin tarjeta; pagar tus servicios, impuestos, tarjetas, y préstamos desde tu celular.

Te permite realizar diversas transacciones desde tu celular.

- ✓ Visualiza los movimientos de todas tus cuentas.
- ✓ Paga tu tarjeta de crédito, lleva control estadístico de tus gestiones y envió de estado de cuentas a tu correo.
- ✓ Paga tu préstamo y visualiza tu nuevo saldo.
- ✓ Paga tus facturas de servicios básicos (Luz, agua, celular).
- ✓ Pago de impuestos.
- ✓ Transfiere a otras cuentas de Banco Azul o transferencias interbancarias UNI.
- ✓ Comparte tu comprobante de pago de cualquier transacción.
- ✓ Comparte tu número de cuenta de forma ágil.
- ✓ Modifica tu contraseña o desbloquea tu usuario.
- ✓ Crea tu Cuenta Azul.

### **App token azul empresas**

La aplicación Token Azul Empresas te permite ingresar y navegar en tu banca en línea, BancAzul Empresas, de manera segura, a través de un código de autenticación de uso único que se genera desde tu dispositivo móvil.

Con esta herramienta garantizamos la confidencialidad de tus credenciales al momento de realizar las consultas y operaciones de tu empresa. (Banco Azul, 2022)

### **Banco Promerica**

#### **Promerica en línea**

Este servicio permite de forma rápida y segura realizar bajo las plataformas, operaciones bancarias las 24 horas del día los 7 días de la semana. En ellas se pueden realizar:

- Pagos: Tarjetas de crédito, préstamos propios y pago de servicios (agua, electricidad, educación, telefonía y vivienda).
- Información de productos: Cuentas de efectivo, tarjetas de crédito y préstamos.
- Transferencias: Entre cuentas propias y de terceros.
- Gestiones: Activar tarjeta para compras en el extranjero y bloqueo de tarjeta.
- Consultas: Saldos en las cuentas de ahorro o corrientes, tarjetas de crédito y préstamos.
- Link de pagos.
- Retiro sin Tarjeta.
- Traslado de saldos digital.
- Transfer 365.

#### Personas Jurídicas:

- Transacción: Pagos de proveedores y planillas.
- Transferencias: Cuenta Integra, propia y terceros.
- Pagos: Tarjetas de crédito empresarial, préstamos propios y pago de servicios (agua, electricidad, AFP, telefonía, aseguradora, pagos y fundaciones) (Banco Promerica, 2022)

#### **Promerica banca móvil**

##### Puedes realizar:

- Pagos: Tarjetas de crédito, préstamos propios y pago de servicios (agua, electricidad, educación, telefonía y vivienda).
- Información de productos: Cuentas de efectivo, tarjetas de crédito y préstamos.
- Transferencias: Entre cuentas propias y de terceros.
- Gestiones: Activar tarjeta para compras en el extranjero y bloqueo de tarjeta. (Banco Promerica, 2022)

#### **UNI**

UNI PROMERICA es el medio por el cual los usuarios pueden depositar a cuentas, pagar tarjetas de crédito o préstamos, desde tu Promerica Banca en Línea y Promerica Banca

Móvil de manera inmediata hacia cuentas de otros bancos que están dentro de la red UNI en El Salvador.

De esta forma el banco amplía sus servicios, facilitándole a sus clientes realizar transferencias de banco a banco de forma segura a un menor costo, facilitando la disposición de sus fondos y mejorando sus relaciones de negocio con clientes y proveedores. (Banco Promerica, 2022)

### **Cajeros Automáticos**

Con su tarjeta de débito y crédito, el cliente tiene acceso a todas las operaciones y servicios que ofrecen estos dispositivos para evitar filas y retrasos al visitar una agencia bancaria.

### **Kioscos**

El cliente solo necesita deslizar cualquiera de sus tarjetas de débito o crédito y podrá realizar operaciones como:

- Consulta de saldo de tarjeta de crédito.
- Consulta de fecha de pago de su tarjeta de crédito.
- Pago de tarjeta de crédito.
- Consulta de extra financiamiento.
- Generación de estado de cuenta.
- Pago de servicios.
- Consulta de saldo actual de préstamos.
- Detalle de datos referente al pago préstamos.
- Consulta de saldos de cuentas de ahorro y corriente.
- Consulta saldos con los últimos movimientos de sus cuentas
- Traslados entre cuentas propia. (Banco Promerica, 2022)

### **Promerica phone**

Banco Promerica reconoce que el tiempo de sus clientes es oro, por ello ofrece un servicio para aquellos clientes que buscan realizar sus operaciones de una forma rápida y sencilla.

Con Promerica Phone podrás realizar:

- Reserva de cheques
- Consultas y pagos de tarjeta de crédito
- Consultas de tus tarjetas de débito
- Consultas de saldos de tus cuentas de ahorro y corriente
- Transferencias de fondos entre tus cuentas autorizadas
- Cambios de claves (Banco Promerica, 2022)

## **Telepagos**

Paga todos los recibos con una sola llamada: El servicio de Telepagos Promerica te permitirá pagar tus recibos con un cargo a tu tarjeta de crédito, solo tienes que llamar al 2211-5511 para pago de colectores: Telecomunicaciones: Claro, Tigo, Digicel, Telefónica, Energía Eléctrica: Caess, EEO, Clesa, Deusem, Del Sur y Anda. Otros: Universidad Gerardo Barrios, Universidad Francisco Gavidia, Fondo Social para la Vivienda. (Banco Promerica, 2022)

## **Banco Agrícola**

### **Banca móvil y e-banca personas**

- Pagos de Tarjetas: Puedes hacer pagos de tus préstamos o tarjetas de crédito.
- Recarga de Celular: Recarga tu celular o el de tus amigos cuando lo necesites.
- Pago de Servicios: Paga tus recibos con el NPE o escaneando el código de barras.
- Cobra tu Remesa: Cobra tu remesa utilizando el código que te envía tu ser querido.
- Retiro de efectivo sin tarjeta: Retira efectivo en nuestros cajeros con un código generado en la app.
- Transferencias UNI: Realiza transferencias entre bancos de forma inmediata desde tu app.
- Transferencias QR: Compra en comercios que posean código QR de forma más ágil.

- Notificación de viajero: Gestiona tu notificación de viajero para poder usar tus tarjetas al viajar.
- Transfer 365: Realiza transferencias entre bancos por medio de la infraestructura de pagos de Banco Central de Reserva. (Banco Agrícola, 2022)

### **Banca Móvil y e-banca Empresarial**

Desde su e-banca Empresarial los clientes podrán realizar las siguientes transacciones

- Mi primer Login: Ingrese por primera vez a su e-banca Empresarial.
- Activación de usuario: Autogestiones de la activación de su usuario.
- Vinculación a Soft token: Establezca un mecanismo de seguridad para su ingreso y ejecución de transacciones.
- Consultas: Consulte todos sus productos asociados.
- Consulta de Estado de cuentas: Consulte en línea el estado de cuenta de sus productos.
- Transferencias entre cuentas propias: Realice transferencias entre cuentas propias de Banco Agrícola.
- Transferencias a terceros: Realice transferencias a cuentas Banco Agrícola de terceros.
- Pagos por NPE: Realice sus pagos de servicios, impuestos y AFP por medio de NPE. (Banco Agrícola, 2022)

### **❖ Banco de América Central**

#### **Banca en Línea y Banca Móvil**

Pagos:

- ✓ Pago de servicios básicos.
- ✓ Pago de impuestos.
- ✓ Pago de créditos.
- ✓ Pago de salario uno a uno o masivos.
- ✓ Pago sin contacto.
- ✓ Adelanto salarial.

Transferencias:

- ✓ Transferencias a proveedores.
- ✓ Transferencias a cuentas propias o terceros.
- ✓ Transferencias internacionales.

Transferencias Interbancarias:

- ✓ Pago de tarjeta de crédito.
- ✓ Pago de créditos.
- ✓ Transferencias a cuentas propias o terceros (Banco de América Central, 2020)

### ❖ **Banco Atlántida**

#### **E-banking**

Este servicio permite consultar y realizar traslados de tus cuentas a través de Internet, desde la comodidad de tu oficina, negocio, casa o cualquier otro lugar de tu conveniencia, las 24 horas del día y los 365 días del año.

Beneficios:

- Pago de planillas.
- Consultas de saldo o movimientos de tus cuentas y de tus créditos.
- Pagos de servicios, traslados entre cuentas propias y a terceros.
- Puedes efectuar transferencias de fondos Internacionales y a través de la Red Atlántida.
- Obtención de estados de cuenta y detalle de tus operaciones.
- Servicio rápido, eficiente, sin mayor costo (Banco Atlantida, 2022)

#### **Atm Atlántida**

Te ofrece una manera rápida para disponer de tu dinero de la cuenta las 24 horas y los 365 días del año, solamente utilizando tu tarjeta de débito en nuestra Red de ATMs Atlántida en todo el país y en otros cajeros afiliados a la marca VISA.

En nuestros cajeros automáticos puedes realizar:

- Retiros de dinero en efectivo.
- Consulta de saldo de tu cuenta.
- Obtener un mini estado de la cuenta.
- Cambio de tu PIN (Banco Atlantida, 2022)

## **PayBox**

Realiza de forma fácil y rápida depósitos en efectivo a tu cuenta. Además, puede realizar el pago de colectores.

Beneficios:

- Fácil de utilizar.
- Rapidez, evita hacer filas en caja.
- Seguridad, depositando tu dinero y certifica tu operación con el pin de tu tarjeta de débito. (Banco Atlantida, 2022)

## **Tarjetas de Débito Atlántida**

Te permiten realizar compras en cualquier comercio afiliado a VISA a nivel nacional e internacional. También puedes realizar retiros de efectivo en la red de ATM's Atlántida y otros cajeros que acepten VISA. Además, puedes realizar depósitos en efectivo a tus cuentas y pago de colectores a través de los dispositivos PayBox ubicados en nuestras agencias.

Beneficios:

- Acceso a todas tus cuentas de ahorro y corriente para retiros y consultas en la red de ATMs Atlántida a nivel nacional.
- Oportunidad para optar por otros productos y servicios.
- Participación en promociones exclusivas para tarjetas Atlántida.
- Reposición de pin gratuito.
- Altos estándares de seguridad:
- Chip de seguridad con tecnología de protección.

- Número de CVV2 que permite realizar los pagos en internet de forma segura. (Banco Atlantida, 2022)

### **Aria – Asistente Virtual de Banco Atlántida**

Banco Atlántida es el primer Banco en El Salvador en ser acreditado por WhatsApp para contar con una cuenta de WhatsApp enterprise verificada. Es la asistente virtual de Banco Atlántida con presencia en nuestra cuenta de WhatsApp verificada, quien está alimentada de inteligencia artificial y que brinda un acercamiento más directo con nuestros clientes.

Nuestra asistente puede ayudarte a:

- Envío de notificaciones.
- Transacciones con tarjeta de débito.
- Recordatorio de tarjeta de débito próxima a vencer.
- Aviso de tarjeta de débito y chequera para ser recogida en agencia. (Banco Atlantida, 2022)

### **❖ Banco Cuscatlán**

Los servicios digitales que ofrecen banco cuscatlán para las empresas, se encuentran

- Terminal de POS fijo.
- Terminal POS inalámbricos.
- Pago sin contacto.

Los beneficios de estas tecnologías son:

- Aceptación de tarjetas de crédito y débito visa y mastercard locales e internacionales.
- Liquidez con la disponibilidad y acceso diario a los dispositivos.
- Innovación digital con plataformas de procesamiento y opciones especiales acordes a las necesidades.
- Tecnología que brinda confianza en cualquiera de sus modalidades
- Soporte y servicio técnico de parte de personal altamente capacitado

- Acceso a promociones durante todo el año con beneficios especiales y programas de lealtad.

## **Plataforma NETBANKING**

Entre las ventajas del uso de la plataforma podemos mencionar:

- Consulta y elaboración de pagos en línea los 365 días del año, en horarios extendidos.
- Flexibilidad en el manejo de diferentes estructuras de archivos para procesar pagos masivos y extracción de conciliación bancaria.
- Notificaciones de pago por correo electrónico a cada proveedor, empleado o tercero.
- Modelos o plantillas de transferencias para pagos recurrentes y pagos programados.
- Manejo flexible de autorizaciones electrónicas para ejecutar transacciones de acuerdo a las políticas de la empresa; respetando límite de monto, categoría de firmantes o autorizadores específicos.
- Perfiles de acceso personalizados por usuario y acceso a cuentas por usuario específico.

Operaciones Disponibles:

- Consulta de productos
- Cuentas
- Préstamos
- Líneas de crédito
- Plazos fijos
- Tarjetas de crédito
- Tarjetas de débito

Servicios de Pagos y Traslferencias:

- Pagos de servicios públicos y colectores.
- Pago tarjeta de crédito.
- Pago a líneas credi express.

- Pago a préstamos.
- Pagos de impuestos PAGOES (Importaciones, IVA, Renta, PCIR y MAG).
- Pago Trámites Exportaciones (CENTREX).
- Pago Comisión Portuaria Autónoma (CEPA).
- Pago de Fondos de Pensiones (AFP).
- Pago Seguro Social (ISSS).
- Pago préstamos hipotecarios – Fondo Social para la Vivienda (FSV).
- Pago de préstamos de empleados.
- Transferencias a cuentas propias y a terceros.
- Transferencias interbancarias UNI (Cuentas, Préstamos y Tarjetas de Crédito).
- Transferencias internacionales STP SWIFT dólares.
- Transferencias internacionales por Gestiones en Euros.
- Transferencias múltiples (Sin carga de Archivos)
- Protección de cheques – individual y masiva con carga de archivo.
- Conciliación de cheques protegidos.
- Solicitud de chequeras.
- Reserva de fondos para cheques.
- Suspensión de cheques.
- Imágenes de chequeras.

#### Pagos y cobros masivos:

- Pago de Nómina a cuentas Banco CUSCATLAN masivo con carga de archivo.
- Pago de proveedores a cuentas Banco CUSCATLAN masivo con carga de archivo.
- Pago de terceros a cuentas Banco CUSCATLAN masivo con carga de archivo.
- Pago de préstamos de empleados en Banco CUSCATLAN.
- Pago de préstamos hipotecarios a fondo social para la vivienda.
- Débito pre autorizado a terceros en cuentas de Banco CUSCATLAN.

#### Conciliaciones empresariales:

- Conciliación de movimientos.
- Conciliación de cheques protegidos.

- Conciliación depósitos empresariales.
- Conciliación depósitos normales.
- Conciliación de movimientos de colecturía.
- Consulta de pago específico.
- Generar nota de abono colecturía.
- Conciliación Multicash (formato utilizado por sistema ERP).

#### ❖ **Banco Industrial**

##### **Bi en Línea (Persona Natural)**

Canal de Servicio Electrónico a disposición de sus clientes, para poder realizar de forma rápida, cómoda y segura las operaciones bancarias, desde cualquier lugar, en un horario extendido, accediendo a la página [www.bibanking.bi.com.sv](http://www.bibanking.bi.com.sv)

##### Características

- Consulta de saldos
- Impresión de estados de cuenta.
- Transferencias de fondos entre cuentas (Corrientes y Ahorros).
- Solicitud de chequeras de cuentas habilitadas del cliente.
- Bloqueo de cheques y cuentas.
- Consulta de saldos y pago de préstamos del cliente a través de débito directo de sus cuentas en cuenta corriente o ahorros.
- Pago de servicios o colectores con empresas que Banco Industrial El Salvador, S.A., tenga convenio (Energía, Agua, Telefonía, aseguradoras, entre otras)
- Pago en línea con Ministerio de Hacienda, PAGOES y MANPAGO.
- Programación de pagos de préstamos de terceros y programación de colectores.
- Transferencias internacionales (Swift-cablegráficas).
- Transferencias de Banco a Banco UNI, permitiendo realizar operaciones a cuentas corrientes, de ahorros, tarjetas de crédito y préstamos.
- Transferencias entre clientes de Banco Industrial El Salvador, S.A.

## **Bi banking (persona jurídica)**

Canal de Servicio Electrónico a disposición de los clientes, para poder realizar de forma rápida, cómoda y segura sus operaciones bancarias, desde cualquier lugar, en un horario extendido, accediendo a la página [www.bibanking.bi.com.sv](http://www.bibanking.bi.com.sv)

Características:

- Consulta de saldos
- Impresión de estados de cuenta
- Transferencias de fondos entre cuentas (corrientes y ahorros)
- Solicitud de chequeras de cuentas habilitadas del cliente
- Bloqueo de cheques
- Bloqueo de cuentas
- Consulta de saldos y pago de préstamos del cliente a través de débito directo de sus cuentas en cuenta corriente o ahorros
- Pago de servicios o colectores con empresas que Banco Industrial El Salvador, S.A., haya establecido convenio (Energía, Agua, Telefonía, aseguradoras, entre otras)
- Pago en línea con Ministerio de Hacienda, PAGOES y MANPAGO
- Programación de pagos de préstamos de terceros y programación de colectores.
- Transferencias de Banco a Banco UNI, permitiendo realizar operaciones a cuentas corrientes, de ahorros, tarjetas de crédito y préstamos.
- Transferencias entre clientes de Banco Industrial El Salvador, S.A.

Transferencias a otras entidades permite realizar a través de su plataforma Web y App transferencias electrónicas hacia cuentas corrientes o de ahorro, así como pagos de tarjetas de crédito y préstamos en cualquiera de las entidades participantes de la red de cada servicio.

Los servicios que tenemos disponibles para este tipo de transferencias son:

### **Transfer 365**

El servicio de transacciones electrónicas por medio de Transfer365 opera de la siguiente manera:

- Lunes a domingo incluyendo días feriados desde las 00:00:01 horas a las 10:00 pm, las transacciones realizadas después de las 10:00 pm serán aplicadas el día siguiente.
- Las transacciones realizadas serán aplicadas en un máximo de 10 minutos, sujeto a confirmación de la entidad receptora.
- Los números de cuentas, tarjetas de crédito y préstamos son responsabilidad del usuario que ingresa la información, Banco Industrial no se hace responsable de ningún dato ingresado de forma incorrecta y el motivo de la operación es total responsabilidad del remitente.

### **Transferencias UNI**

Transferencias UNI es un medio por el cual se pueden hacer transferencias a cuentas de ahorro y corrientes, también contempla realizar pagos a préstamos y tarjetas de crédito.

El servicio de transacciones electrónicas por medio de UNI estará habilitado de la siguiente forma:

- Las transacciones serán aplicadas en el momento siempre y cuando esté dentro de los horarios establecidos.
- Los números de cuentas, tarjetas de crédito y préstamos son responsabilidad del usuario que ingresa la información, Banco Industrial no se hace responsable de ningún dato ingresado de forma incorrecta y el motivo de la operación es total responsabilidad del remitente.

### **Conexión Regional**

Con el fin de atender las necesidades de los clientes en la región y sumado a la necesidad de ofrecer una Integración Bancaria Regional, Corporación Bi; ofrece una nueva Plataforma Electrónica Integrada, Conexión Regional, la cual permite a sus clientes realizar transacciones financieras entre cuentas de Banco Industrial, S.A. (Guatemala), Banco del País, S.A. (Honduras), Bi-Bank, S.A. (Panamá) y Banco Industrial El Salvador, S.A. (El Salvador) en tiempo real.

#### Características:

- Consulta de saldos y estados de cuenta que permiten obtener en una sola vista, las diferentes cuentas que posee en los 3 bancos de la región.
- Consulta a cuentas en dólares, Quetzales y Cuentas Lempiras.
- Transferencias de fondos entre cuentas (Corrientes y Ahorros) de los 3 países ya sea cuentas propias o terceros.
- Pago de préstamos en dólares.

#### **Bi Móvil**

Bi Móvil es la forma más fácil y conveniente para acceder a todas las cuentas en cualquier lugar por medio de un celular. Los clientes podrán usar este servicio para tener el control total de sus cuentas y saber en tiempo real todos sus movimientos de los mismos. Podrán realizar consultas, recibir mini estados de cuenta, hacer transferencias, pagos y recibir notificaciones.

#### Características

- Consultas de saldos.
- Mini estados de cuenta.
- Transferencias entre cuentas.
- Pagos de préstamos.
- Notificaciones de tus consumos con tu tarjeta de débito bicheque.
- Notificaciones de retiros en cajeros automáticos.
- Notificaciones de depósitos y retiros a tu cuenta.

#### **Bi en línea App**

Bi en Línea es la nueva aplicación de banca móvil que ofrece Banco Industrial El Salvador a sus clientes. Con esta aplicación se pueden realizar de forma rápida, cómoda y segura operaciones bancarias desde un teléfono móvil en cualquier parte del mundo. Esta aplicación está disponible para dispositivos con sistema Android y para IOS.

Beneficios:

- Consulta de cuentas.
- Transferencias propias y a terceros.
- Transferencias a terceros digitando cuenta.
- Transferencias UNI.
- Transferencias UNI digitando la cuenta.
- Pago de préstamos.
- Bloqueos.
- Adicionar cuentas para transferencias a terceros y UNI.
- Localizador de agencias y cajeros cercanos sin necesidad de ingresar a la app.
- Ingreso biométrico por medio de huella/rostro y reconocimiento facial.

#### ❖ **Banco de Fomento Agropecuario**

Los canales electrónicos con los que cuenta el banco son:

- BFA en línea
- BFA móvil
- Red BFA (cajeros automáticos)

Beneficios:

- Consultas de saldos de cuentas de ahorro y cuentas corrientes.
- Consulta de préstamos disponibles en App BFA Móvil y Tele BFA.
- Servicio 24/7 para acceso a transacciones y disponibilidad de efectivo.
- Plataformas amigables para el cliente.
- Políticas de seguridad para resguardar la información del cliente.
- Plataformas certificadas con estándares de calidad.
- Servicio de transferencias a cuentas BFA.
- Servicio de transferencias entre Bancos locales. Disponible en BFA en Línea.

### 2.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS Y VARIABLES

Variables	Definición Conceptual	Definición Operativa	Dimensiones	Indicadores	Análisis
<b>Satisfacción del cliente.</b>	Es una medición de la satisfacción que tiene este acerca de los productos y servicios de una empresa. (Peiró, 2022)	Información de los sujetos sobre características físicas; estado social del individuo.	Características individuales	Edad Sexo Educación Zona de residencia Servicio Fidelización Confiabilidad Tipo de usuario Satisfacción	Se verifico que a través de la herramienta de consulta se evaluó a profundidad sobre la satisfacción del cliente lo que permite conocer las percepciones en cuanto al uso de los canales electrónicos.
<b>Uso de los canales electrónicos del sistema financiero bancario.</b>	Se conoce como Banca Electrónica a la prestación de servicios financieros al cliente mediante equipos informáticos de manera que pueda realizar sus transacciones bancarias en tiempo real. (Economista, s.f.)	Información de los sujetos sobre la tendencia del uso de los canales electrónicos.	Tendencias de clientes online.	Preferencia Frecuencia Facilidad de uso Medios de Acceso Tiempo Límite de servicio Seguridad	Con los resultados obtenidos la investigación, se determinó la importancia de la banca del sistema financiero.

## **CAPÍTULO III. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. TIPO DE ESTUDIO**

La presente investigación es de tipo descriptiva ya que se estudió las características y los perfiles de los clientes y usuarios de los canales electrónicos del sistema financiero bancario, no está dirigida a probar hipótesis, aunque los resultados pueden servir de base para formular hipótesis. Con este tipo de estudio se pretende proporcionar información de cómo suceden los fenómenos. (Carrasco, 2011)

### **3.2. MÉTODO**

Se desarrolló con un enfoque cualicuantitativo de acuerdo a la naturaleza del problema y la información obtenida ya que con ella se pretende describir sucesos complejos y analizar el comportamiento de los sujetos de estudio. Se desarrollarán métodos de análisis inductivos con un tiempo transversal. Este tipo de investigación estudiará preferencias, nivel de satisfacción, con el propósito de indagar problemáticas o situaciones de un grupo o comunidad y con el valor de diagnóstico de problemáticas sociales, políticas y laborales.

### **3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **Población**

La población de estudio son los clientes y usuarios de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel, como no es factible obtener el dato exacto del número de personas que hace uso de canales electrónicos, para el cálculo de la muestra, se procedió tal como se describe en el apartado siguiente.

#### **Muestra**

Al no ser factible obtener un dato de la población con las características deseadas de los participantes para este estudio, para determinar el tamaño de la muestra, se optó por recurrir a un método no estadístico y se hizo por conveniencia o a juicio del investigador, por lo cual, se espera obtener información de una muestra de 150 personas que cumplan el requisito de ser cliente o usuario de los canales electrónicos que ofrece el sistema

financiero bancario, procurando que participen proporcionalmente según la preferencia de la que gozan las instituciones bancarias en el mercado del municipio de San Miguel.

#### **Institución financiera bancaria**

Banco Agrícola	Banco Cuscatlán
Banco Davivienda	Banco de América Central
Banco Hipotecario	Banco Promerica
Banco Industrial	Banco Azul
Banco Abank	Banco Atlántida

Banco de Fomento Agropecuario (Superintendencia del Sistema Financiero, s.f.)

#### **Método de muestreo**

Para este trabajo de investigación se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia. Este método se caracteriza porque el investigador no selecciona la muestra al azar si no que se eligen aquellos elementos más cercanos y a los cuales se tenga más fácil acceso para que pueda responder la encuesta, además se consideran aquellos que cumplan con las características definidas para participar en la investigación.

De acuerdo al tema planteado es importante identificar los aspectos que marcan la decisión del uso de los canales electrónicos, por esto y considerando que no es factible obtener un dato exacto de la población por la cantidad de instituciones financieras que brindan este servicio en nuestro país lo que la convierte en una población variable por lo que la técnica de muestreo por conveniencia es considerada como la mejor opción ya que es un tipo de muestra no probabilística.

A pesar que este tipo de muestreo presenta sesgo ya que este tipo de muestreo puede incluir individuos próximos o no a la media, casi nunca mostrará variabilidad de la población ni subestimar a ningún individuo.

El perfil establecido para el participante en esta investigación es:

- ✓ Hombres y mujeres
- ✓ Residentes en la ciudad de San Miguel
- ✓ Entre los 18 y 60 años de edad
- ✓ Que posean cuenta bancaria
- ✓ Utilizar canales electrónicos

### **3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

Debido a que la investigación se desarrolló con un enfoque cualicuantitativa se utilizó la técnica de escalas no comparativas con el formato tipo Likert, que permitió medir las preferencias y expectativas de las personas hacia una situación u objeto, para este caso puntual el nivel de satisfacción de los clientes y usuarios utilizadas también a menudo para medir actitudes.

En el presente trabajo de investigación se utilizó el modelo CSAT (Measure Customer Satisfaction) o índice de satisfacción del cliente el cual mide su satisfacción respecto de una empresa, compra, servicio o interacción, con ella podemos obtener una visión global de cómo se sienten los usuarios en diferentes puntos de contacto durante el proceso. (Villalobos, 2022)

Medir la satisfacción del cliente es un proceso que las organizaciones realizan con el objetivo de mejorar los servicios y productos que ofrecen a sus clientes para lograr la satisfacción y fidelización a través de herramientas que les faciliten dicha actividad.

#### **Instrumento**

Se diseñó una guía de preguntas tipo escala que permita recolectar la información precisa para la investigación. Este tipo de escalas consiste en crear enunciados para que el cuestionado muestre su nivel de acuerdo o desacuerdo. Una vez asignados los valores a las distintas declaraciones habrá que sumar las puntuaciones que se han dado al total de todas las declaraciones. (Carrasco, 2011)

Para este caso particular, la guía de preguntas se administra de forma digital a través de la plataforma QuestionPro, enviando el link a través de correo electrónico, WhatsApp o redes sociales a los posibles participantes.

### **3.5. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **Etapa I: Revisión de la Literatura**

En esta etapa se consultaron diferentes fuentes bibliográficas que ayudaron a construir las bases necesarias que fundamentaran la investigación, donde se tomaran en cuenta los aportes teóricos y todo aquellos que se sustenta la difusión de Internet como canal de distribución de productos y servicios en el sistema financiero bancario nos ha llevado a estudiar este proceso para formalizar un cuerpo teórico que defina los conceptos clave para el éxito de la investigación.

#### **Etapa II: Diseño del Proyecto**

Se define y se organiza todos los pasos y estructura a seguir desde un inicio hasta la finalización del proyecto, considerando los objetivos generales y específicos, alineando todos aquellos aspectos que permiten la fundamentación del estudio y la recolección de datos para realizar el respectivo análisis e interpretación de la información.

#### **Etapa III: Trabajo de Campo**

Aquí es donde se inicia la recolección de la información los diferentes términos utilizados en el ámbito de la banca electrónica, abordándose posteriormente el concepto de satisfacción del cliente. Finalmente, se analizan el perfil sociodemográfico del usuario de banca electrónica y el impacto de internet y realizando encuestas virtuales a todas las entidades bancarias del sistema financiero bancario en el uso de canales electrónicos.

#### **Etapa IV: Análisis de Datos e Interpretación de Resultados**

Una vez recopilada la información a través de las encuestas dirigidas y al fenómeno en estudio, se realizará la codificación y transcripción respectiva de cada una de ellas, seguidamente se procederá a realizar el análisis de los hallazgos y finalmente se interpretarán los resultados quedarán origen a la siguiente etapa.

### **Etapa V: Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones para el Diseño de la propuesta**

Como consecuencia de la etapa anterior, finalizado el análisis de datos y la interpretación de los resultados, se procederá a la elaboración a las conclusiones pertinentes, las cuales se presentarán en breves síntesis que encierren ideas medulares de los resultados de la investigación; también se redactarán las recomendaciones que tienen como propósito la mejora del servicio de los canales electrónicos.

### **Etapa VI: Elaboración de Informe**

Fundamentalmente en esta etapa, se redactará el informe en su versión preliminar que es el producto del protocolo recorrido durante la investigación, el cual ha sido elaborado de manera sistemática, ética y profesional con el propósito de presentarlo para la revisión correspondiente y además su devolución con las observaciones realizadas por la comisión evaluadora para su respectiva corrección.

### **Etapa VII: Evaluación del Proyecto**

Esta consistirá en la preparación y exposición de los argumentos fundamentales que sustentan el estudio frente a una comisión evaluadora con el propósito de recibir las observaciones pertinentes y una vez superadas, recibir la declaración de aprobada o reprobada la investigación.

### **Etapa VIII: Presentación del informe final**

Es en esta etapa que se presentan corregidas todas observaciones indicadas en el informe e imprimir los ejemplares que se solicitan para ser entregados tanto a la biblioteca de ambos campus.

### **3.6. PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Se utilizó la herramienta digital QuestionPro, ya que facilita el ordenamiento de la información de acuerdo a la secuencia de las preguntas de la guía de cuestionario. Con ella se podrá revisar datos en tiempo real sobre la opinión de los encuestados. (QuestionPro, s.f.)

Para poder tabular y analizar los porcentajes de respuesta a cada escala establecida utilizamos el sistema de software estadístico SPSS (del inglés Statistical Package for Social Sciences), que significa “Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales”, que nos permitió presentar la información visualmente por medio de gráficas de pastel o barra.

## CAPÍTULO IV: HALLAZGOS EN LA INVESTIGACIÓN

### 4.1. Presentación y discusión de resultados.

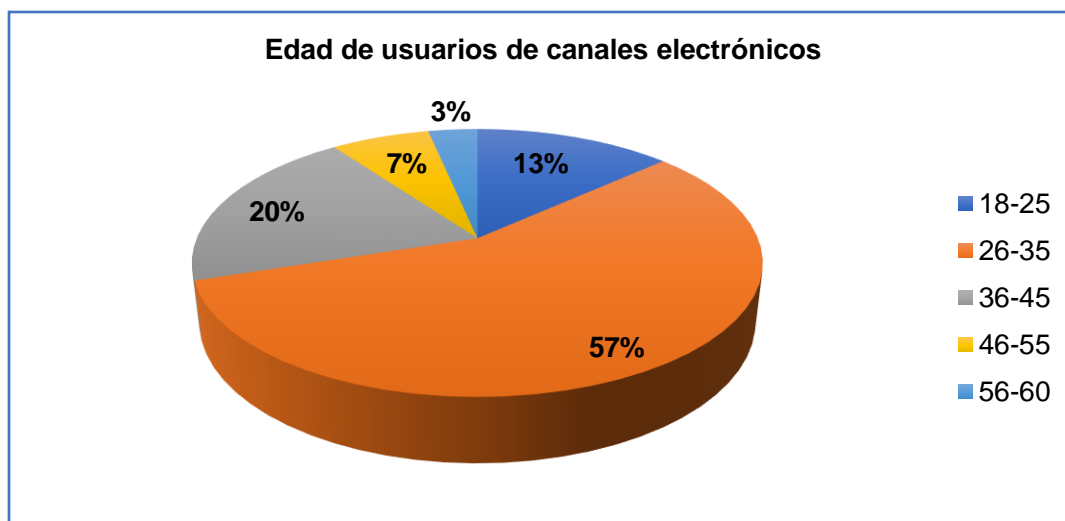
**Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?**

**Objetivo:** Conocer la edad de los usuarios de canales electrónicos del sistema financiero en el municipio de San Miguel

**Tabla 1: Edad de usuarios de canales electrónicos**

Edad	Frecuencia	Porcentaje
18-25	20	13.33%
26-35	85	56.67%
36-45	30	20.00%
46-55	10	6.67%
56-60	5	3.33%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 1: Edad de usuarios de canales electrónicos**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El gráfico anterior nos muestra que los usuarios encuestados que más utilizan canales electrónicos, entre hombres y mujeres, están en el rango de edad de 26 a 35 años con un 53.93%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos sobre la edad de las personas que utilizan canales electrónicos, podemos determinar que son personas relativamente jóvenes y económicamente activas

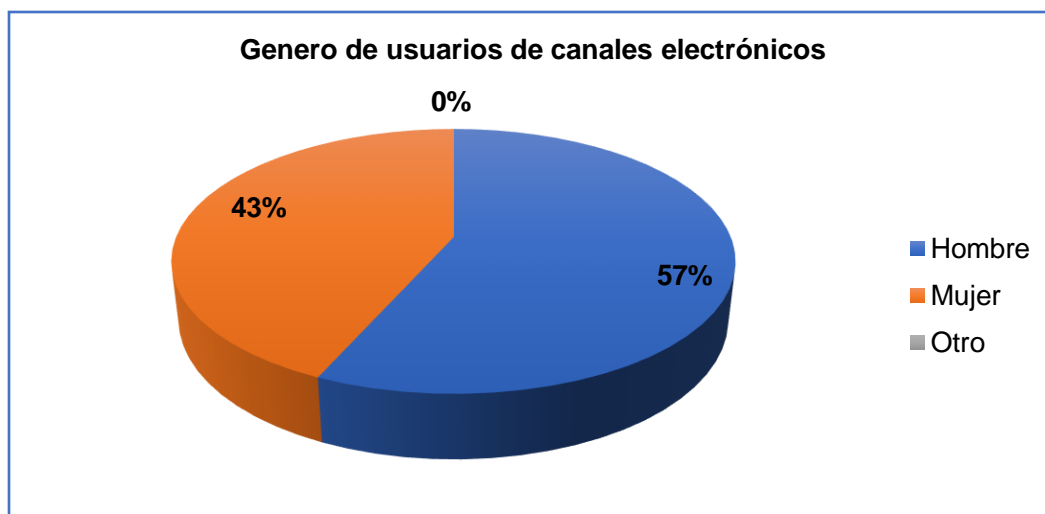
**Pregunta 2: ¿Indique cuál es su género?**

**Objetivo:** determinar cuál es el género de los usuarios de canales electrónicos del sistema financiero del Municipio de San Miguel

**Tabla 2: Género de usuarios de canales electrónicos**

Genero	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	85	56.67%
Mujer	65	43.33%
Otro	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 2: Género de usuarios de canales electrónicos**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El grafico anterior nos indica, que según la muestra encuestada los usuarios que más utilizan canales electrónicos son hombres con un 55.62%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos en relación al género que utiliza más canales electrónicos son del género hombre, con una diferencia muy baja, por lo que podemos determinar que también un alto porcentaje de mujeres hacen uso de los canales electrónicos.

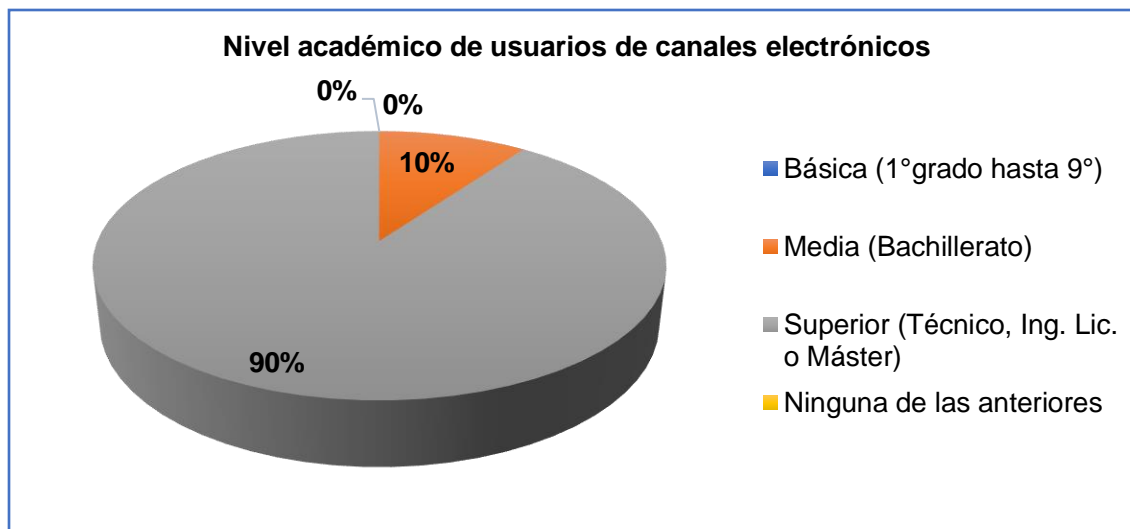
**Pregunta 3: ¿Cuál es su nivel académico?**

**Objetivo:** Identificar el nivel académico de los usuarios que utilizan canales electrónicos del sistema financiero del municipio de San Miguel.

**Tabla 3: Nivel académico de usuarios de canales electrónicos**

<b>Nivel Académico</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Básica (1°grado hasta 9°)	0	0.00%
Media (Bachillerato)	15	10.00%
Superior (Técnico, Ing. Lic. o Máster)	135	90.00%
Ninguna de las anteriores	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 3: Nivel académico de usuarios de canales electrónicos**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El gráfico nos muestra que un alto porcentaje 87% de los usuarios que utilizan canales electrónicos son personas con un nivel académico superior.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos podemos deducir que el nivel académico es determinante para que las personas puedan hacer uso de las plataformas digitales, ya que según la muestra obtenida un alto porcentaje de los sujetos encuestados tienen nivel académico superior.

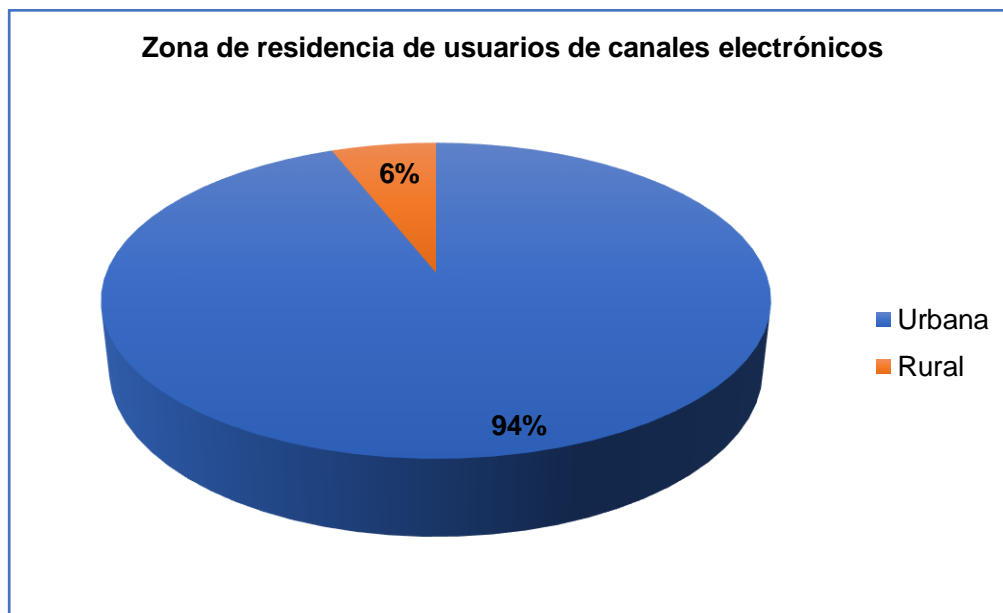
**Pregunta 4: ¿Reside en la zona urbana o rural?**

**Objetivo:** Conocer la zona de residencia de los usuarios de canales electrónicos del sistema financiero del municipio de San Miguel.

**Tabla 4: Zona de residencia de usuarios de canales electrónicos**

Zona de residencia	Frecuencia	Porcentaje
Urbana	141	94.00%
Rural	9	6.00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 4: Zona de residencia de usuarios de canales electrónicos**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El gráfico anterior nos muestra una tendencia alta de un 94% de los usuarios que utilizan canales electrónicos, residen en la zona urbana del departamento de San Miguel.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos, de los sujetos encuestados se puede determinar que un alto porcentaje de los usuarios que utilizan canales electrónicos residen

en la zona urbana, lo cual indica que la zona de residencia influye mucho para que las personas utilicen las plataformas del banco.

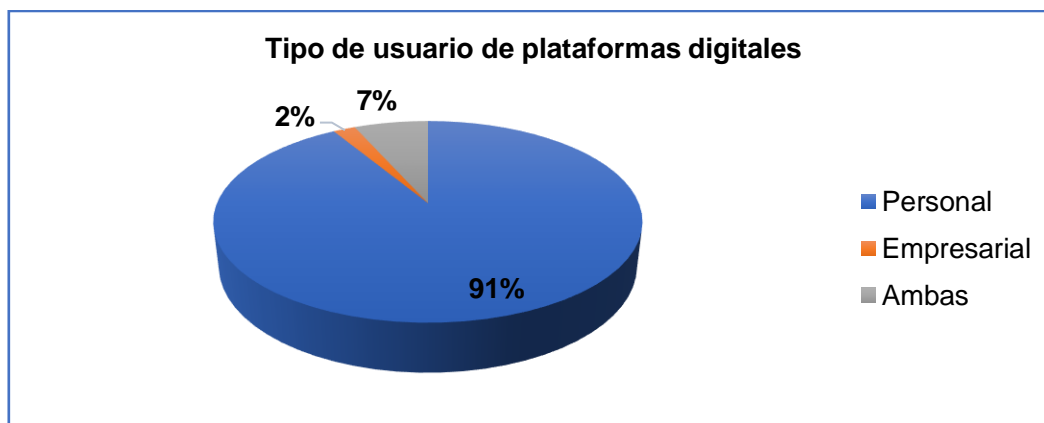
**Pregunta 5: ¿Qué tipo de usuario de plataformas digitales es?**

**Objetivo:** Identificar el tipo de usuario de plataformas digitales de canales electrónicos del municipio de San Miguel.

**Tabla 5: Tipo de usuario de plataformas digitales**

Tipo de usuario	Frecuencia	Porcentaje
Personal	137	91.33%
Empresarial	3	2.00%
Ambas	10	6.67%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 5: Tipo de usuario de plataformas digitales**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El gráfico anterior nos muestra que de los sujetos encuestados un 91.33% utiliza usuarios personales y en una pequeña proporción utilizan ambas.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos un porcentaje muy alto de la muestra encuestada utiliza usuarios personales, lo que indica que son personas naturales que

únicamente hacen uso de plataformas para uso personal y en una pequeña proporción utilizan ambos, por lo que podemos decir que son sujetos que trabajan para alguna empresa y por eso utilizan ambas plataformas.

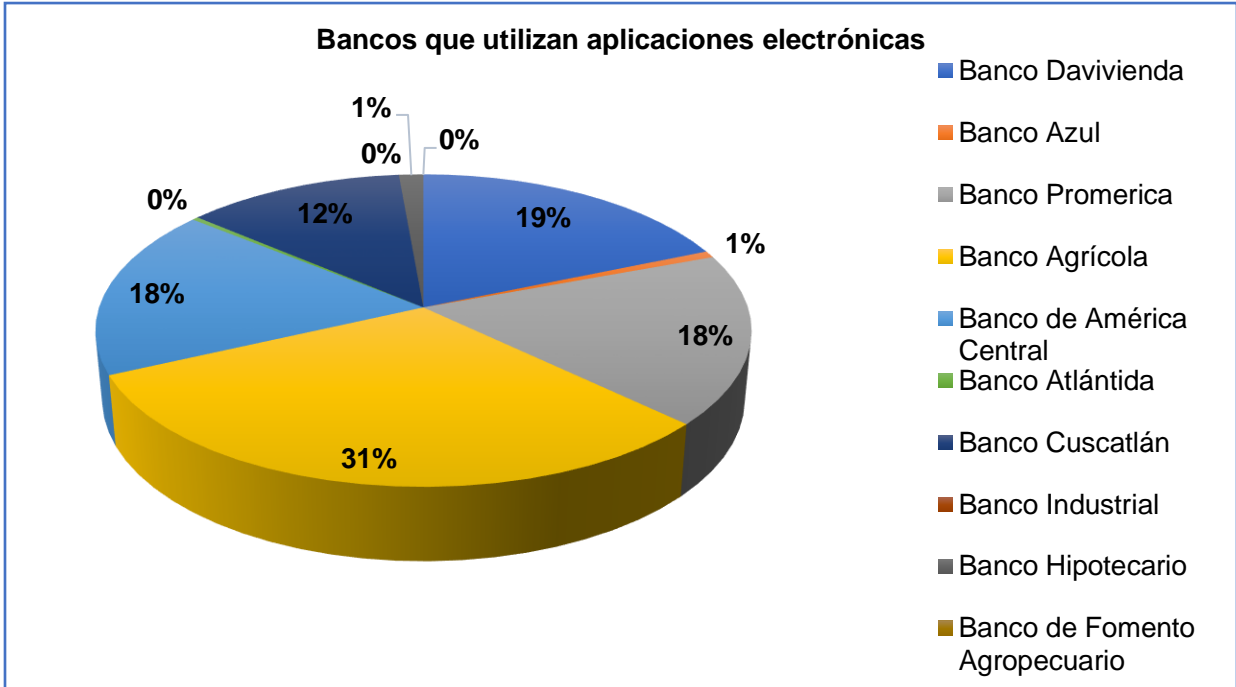
**Pregunta 6: ¿De cuál o cuáles bancos usa aplicaciones electrónicas para realizar sus transacciones? ¿Seleccione máximo 3 opciones?**

**Objetivo:** Conocer de cuáles bancos utilizan aplicaciones electrónicas, los usuarios para realizar sus transacciones.

**Tabla 6: Bancos de los cuales utiliza aplicaciones electrónicas**

<b>Bancos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Banco Davivienda	54	18.69%
Banco Azul	2	0.69%
Banco Promerica	51	17.65%
Banco Agrícola	90	31.14%
Banco de América Central	51	17.65%
Banco Atlántida	1	0.35%
Banco Cuscatlán	36	12.46%
Banco Industrial	0	0.00%
Banco Hipotecario	4	1.38%
Banco de Fomento Agropecuario	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>289</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 6: Bancos que utilizan aplicaciones electrónicas**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El gráfico anterior nos muestra que el grado de preferencia por parte de los usuarios en el uso de aplicaciones electrónicas en primer lugar es para Banco Agrícola con un 31.14%. en segundo lugar, banco Davivienda con un 18.69% y en tercer lugar banco Promerica con un 17.65%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos sobre características de preferencia en el uso de las aplicaciones electrónicas, se puede determinar que a mayor escala los encuestados prefieren en primer lugar a Banco Agrícola, en segundo lugar prefieren Banco Davivienda y en tercer lugar Banco Promerica, considerando lo anterior, podemos deducir que los sujetos encuestados utilizan más de una aplicación de diferentes bancos y que no hay una sola preferencia por el uso de las plataformas digitales

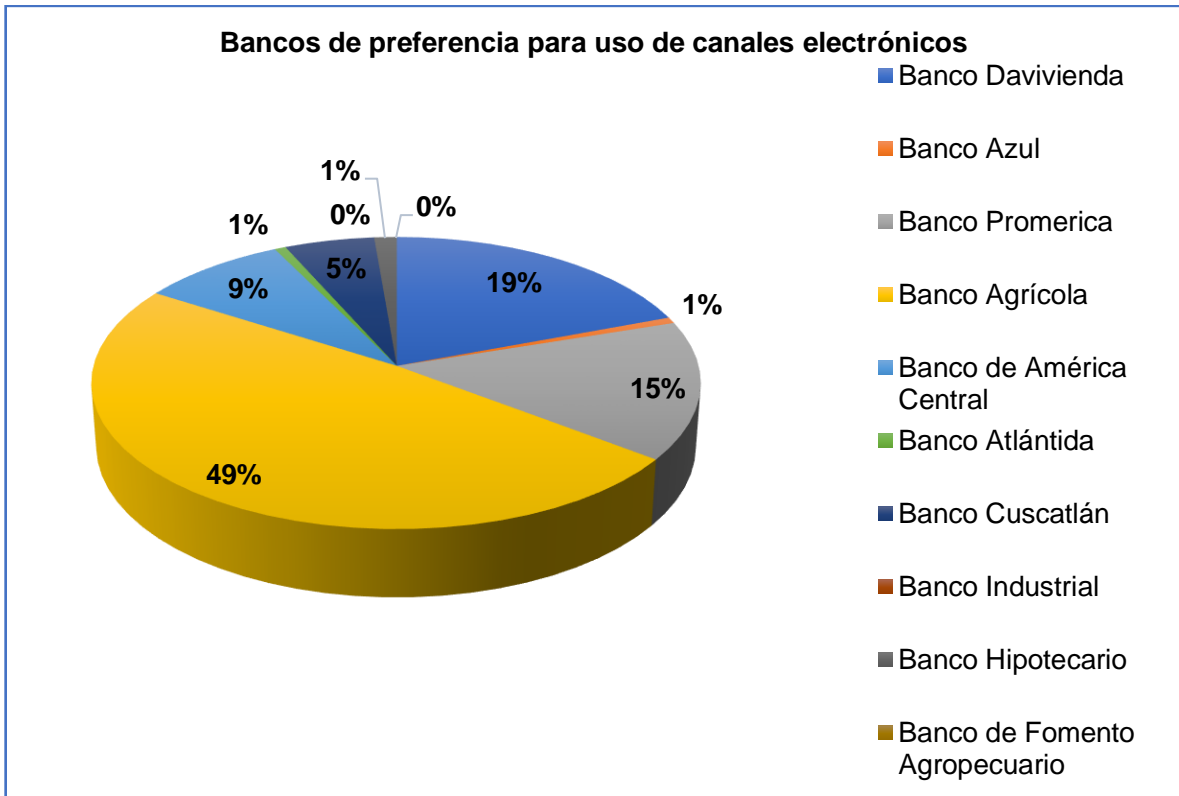
**Pregunta 7: ¿Cuál de las instituciones bancarias es de su preferencia para el uso de los canales electrónicos? Marque una opción.**

**Objetivo:** Definir cuál de las instituciones bancarias prefieren los usuarios de canales electrónicos en el municipio de San Miguel.

**Tabla 7: Bancos de preferencia para uso de canales electrónicos**

<b>Bancos</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Banco Davivienda	29	19.33%
Banco Azul	1	0.67%
Banco Promerica	23	15.33%
Banco Agrícola	73	48.67%
Banco de América Central	13	8.67%
Banco Atlántida	1	0.67%
Banco Cuscatlán	8	5.33%
Banco Industrial	0	0.00%
Banco Hipotecario	2	1.33%
Banco de Fomento Agropecuario	0	0.00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 7: Bancos que prefieren los usuarios para uso de canales electrónicos**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El gráfico anterior nos muestra que los sujetos encuestados prefieren en un 48.67% hacer uso de canales electrónicos de banco Agrícola, en segundo lugar, banco Davivienda con un 19.33% y en tercer lugar por banco Promerica con un 15.33%

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos podemos determinar que de la población encuestada en un alto grado prefieren utilizar los canales electrónicos de Banco Agrícola, en un segundo lugar y con mucha diferencia del primero, prefieren utilizar canales electrónicos de Banco Davivienda y en un tercer lugar de Banco Promerica

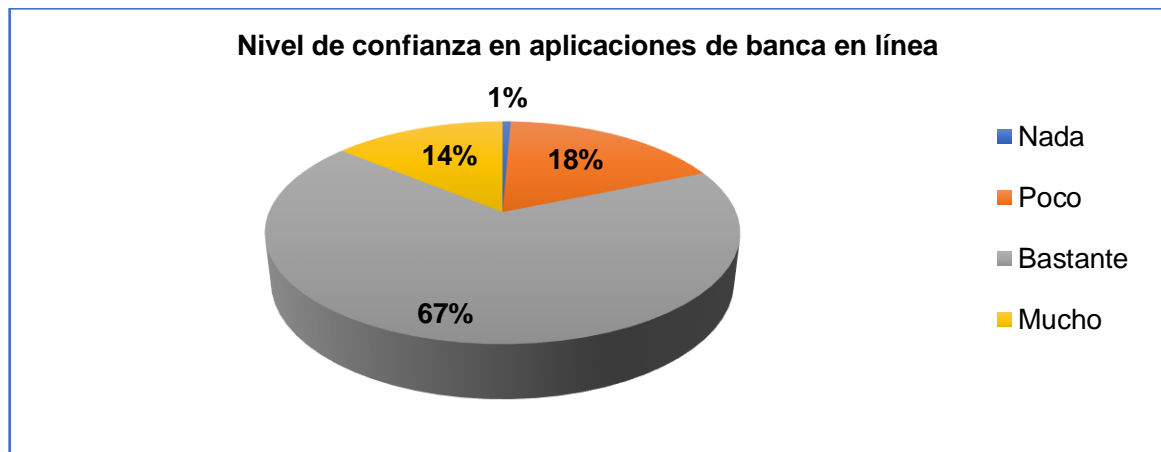
**Pregunta 8: ¿Qué tanto confía usted en las aplicaciones de banca en línea del sistema financiero bancario?**

**Objetivo:** Medir el grado de confianza en las aplicaciones de banca en línea de los usuarios de canales electrónicos en el municipio de San Miguel.

**Tabla 8: Nivel de confianza en aplicaciones de banca en línea**

Nivel de confianza	Frecuencia	Porcentaje
Nada	1	0.67%
Poco	27	18.00%
Bastante	101	67.33%
Mucho	21	14.00%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100.00%</b>

**Gráfico 8: Nivel de confianza en aplicaciones de banca en línea**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** El gráfico anterior nos muestra que un 67.33 % de los usuarios de canales electrónicos confían bastante en las aplicaciones de banca en línea.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos podemos determinar que en un alto grado la población encuestada manifiesta confiar bastante en las plataformas de banca en línea, pero también hay un porcentaje más bajo que manifiestan que confían poco en la banca en

línea, lo que nos indica que existe una proporción de los encuestados que no tiene la confianza requerida y necesaria de la banca en línea.

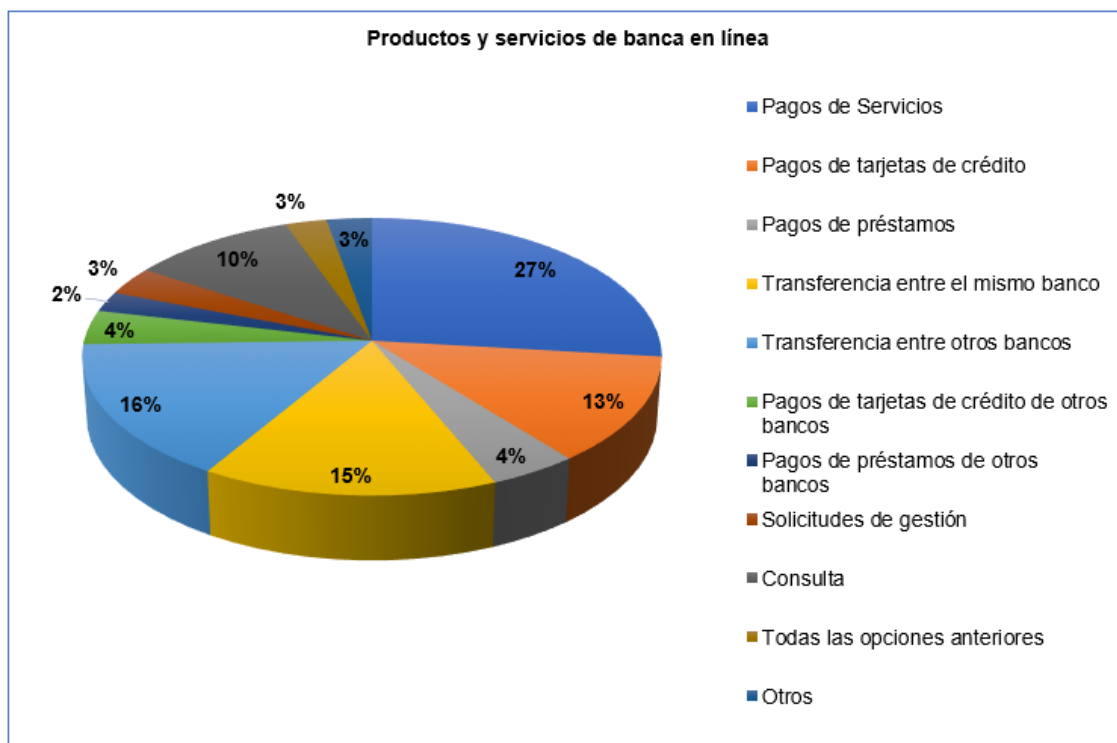
**Pregunta 9: ¿Cuáles son los productos y servicios que utiliza en la banca en línea?**

**Objetivo:** Identificar los productos y servicios que utilizan los clientes y usuarios de la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 9 : Productos y servicio banca en línea.**

<b>Productos y servicios de banca en línea</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Pagos de Servicios	114	27%
Pagos de tarjetas de crédito	53	13%
Pagos de préstamos	19	4%
Transferencia entre el mismo banco	63	15%
Transferencia entre otros bancos	68	16%
Pagos de tarjetas de crédito de otros bancos	17	4%
Pagos de préstamos de otros bancos	10	2%
Solicitudes de gestión	14	3%
Consulta	44	10%
Todas las opciones anteriores	11	3%
Otros	12	3%
<b>Total</b>	<b>425</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 9: Productos y servicio banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría las personas hacen uso de la banca electrónica para realizar pagos de servicios con un porcentaje de 27%, transferencias entre otros bancos con un 16%, transferencias entre mismo banco 15%, pago de tarjetas de crédito con un 13%, consultas con un 10%, pago de préstamos con un 4%, pago de tarjetas de crédito de otros bancos con un 4%, solicitudes de gestión con un 3%, otros con un 3%, todas las opciones anteriores con un 3%, pago de préstamos de otros bancos con un 2%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos los servicios más utilizados por los clientes de la banca electrónica son para realizar sus pagos de servicio y las transferencias entre otros bancos y mismo banco; para pagos de tarjeta de crédito y consultas en menor porcentaje.

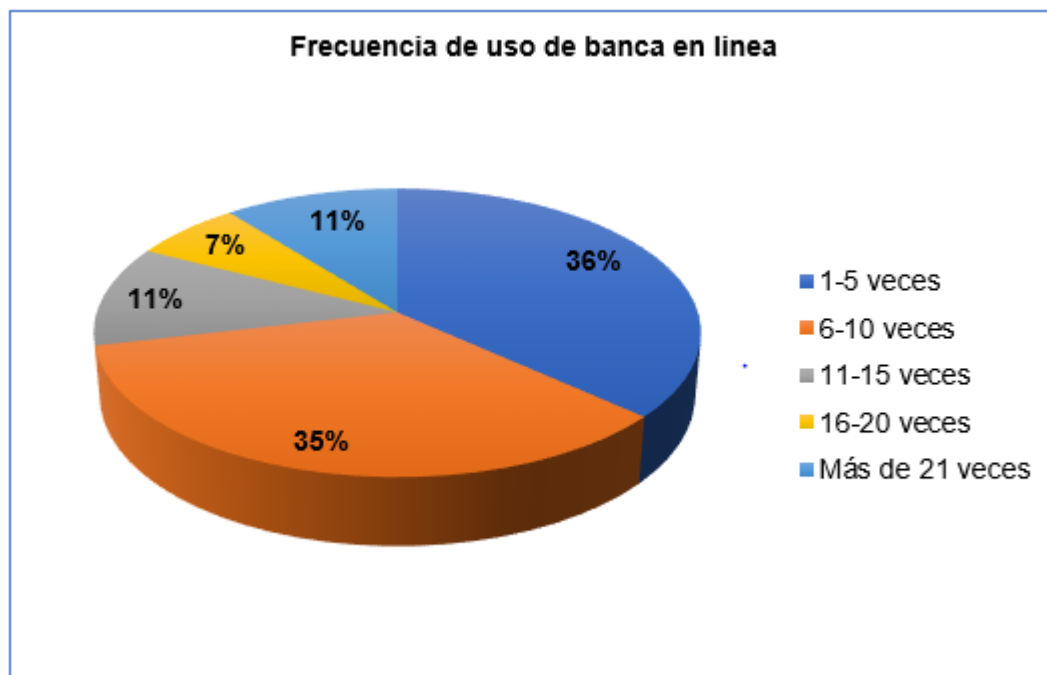
**Pregunta 10: En un periodo de 30 días, ¿cuántas veces utilizas la banca en línea?**

**Objetivo:** Determinar las veces en que los clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 10: Frecuencia de utilización de banca en línea.**

Frecuencia de Utilización	Frecuencia	Porcentaje
1-5 veces	55	36%
6-10 veces	52	35%
11-15 veces	17	11%
16-20 veces	10	7%
Más de 21 veces	16	11%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 10: Frecuencia de utilización de banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría las personas hacen uso de la banca electrónica de 1 a 5 veces en un promedio de 30 días con un porcentaje de 36%, de 6-10 veces con un 35%, 11-15 veces con un 11%, más de 21 veces con un 11% y 16-20 veces con un 7%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos mayormente los clientes utilizan de 1-10 veces la banca en línea en un promedio de 30 días y de 16-20 veces menor porcentaje.

**Pregunta 11: ¿Cuál o cuáles productos o servicios usan con mayor frecuencia en la banca en línea? Seleccione máximo 3 opciones.**

**Objetivo:** Identificar los productos o servicios en que los clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 11: Frecuencia de uso de productos o servicios de banca en línea.**

<b>Productos y servicios de banca en línea</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Pagos de Servicios	108	30%
Pagos de tarjetas de crédito	45	13%
Pagos de préstamos	14	4%
Transferencia entre el mismo banco	59	16%
Transferencia entre otros bancos	52	15%
Pagos de tarjetas de crédito de otros bancos	10	3%
Pagos de préstamos de otros bancos	1	0%
Solicitudes de gestión	7	2%
Consulta	42	12%
Otros	12	3%
Todas las opciones anteriores	8	2%
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 11: Frecuencia de uso de productos o servicios de banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría las personas hacen uso de la banca electrónica para pago de servicio con un porcentaje de 30%, transferencias entre el mismo banco con 16%, transferencias entre otros bancos con 15%, pago de tarjetas de crédito con 13%, consultas con 12%, pago de préstamos con 4%, pagos de tarjetas de crédito de otros banco con 3%, otros con 3%, solicitud de gestión con 2%, todas las opciones anteriores con 2% y pago de préstamos de otros bancos con 0%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos mayormente los clientes utilizan el pago de servicios, transferencias entre el mismo banco y transferencia entre otros bancos para el uso de la banca en línea y es menor el uso de otro productos y servicios.

**Pregunta 12: ¿Qué tipos de dispositivos utiliza para ingresar a los servicios electrónicos del sistema financiero bancario? Seleccione máximo 3 opciones.**

**Objetivo:** Determinar el dispositivo utilizado de clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 12: Tipos de dispositivos para servicios de banca en línea.**

Tipo de dispositivo	Frecuencia	Porcentaje
Teléfono Móvil	66	25%
Computadora	144	53%
Cajeros Automáticos	6	2%
Tablet	6	2%
Kioskos	45	17%
Todas las anteriores	3	1%
<b>Total</b>	<b>270</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 12: Tipos de dispositivos para servicios de banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría las personas utilizan el dispositivo de la computadora para acceder a la banca en línea con un porcentaje de 53%, teléfono móvil con 25%, kioscos con 17%, cajeros automáticos 2%, Tablet con 2% y todas las anteriores con 1%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos mayormente los clientes utilizan el dispositivo de la computadora y el teléfono móvil para poder acceder a la banca en línea y en menor uso los otros dispositivos.

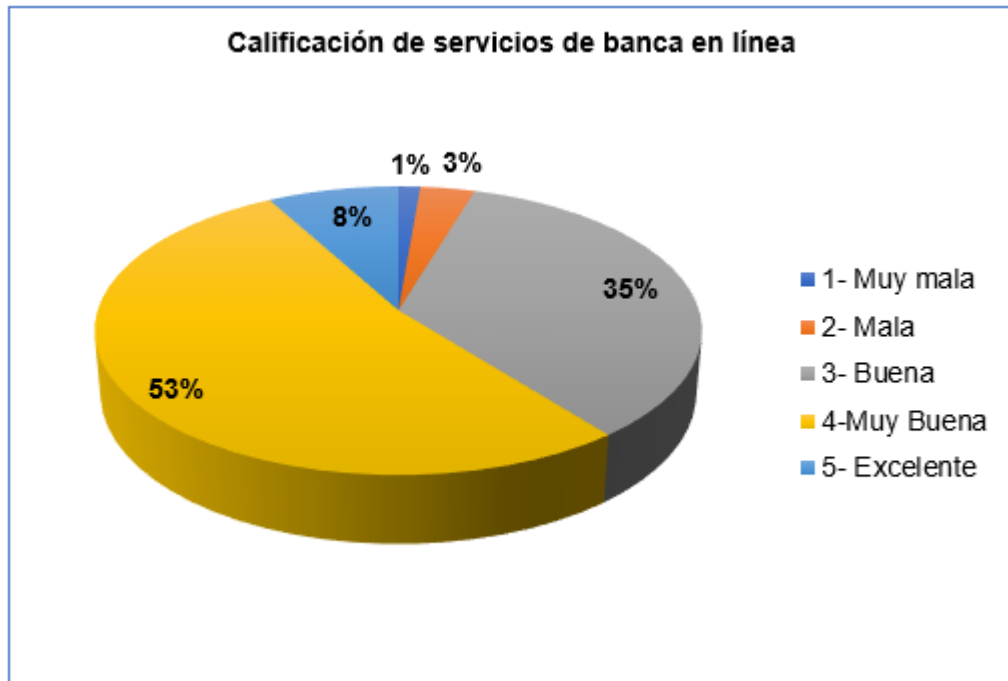
**Pregunta 13:** En una escala del 1 al 5, ¿Cómo calificaría los servicios del sistema financiero bancario en la ciudad de San Miguel?

**Objetivo:** Identificar la calificación de los servicios de clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 13: Calificación de servicios de banca en línea.**

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
1- Muy mala	2	1%
2- Mala	5	3%
3- Buena	52	35%
4-Muy Buena	79	53%
5- Excelente	12	8%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 13: Calificación de servicios de banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría las personas califican el servicio de la banca en línea muy buena con un porcentaje de 53%, buena con un 35%, excelente con un 8%, buena con un 3%, muy mala con un 1%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos mayormente los clientes reconocen que el servicio de la banca en línea es muy buena y excelente.

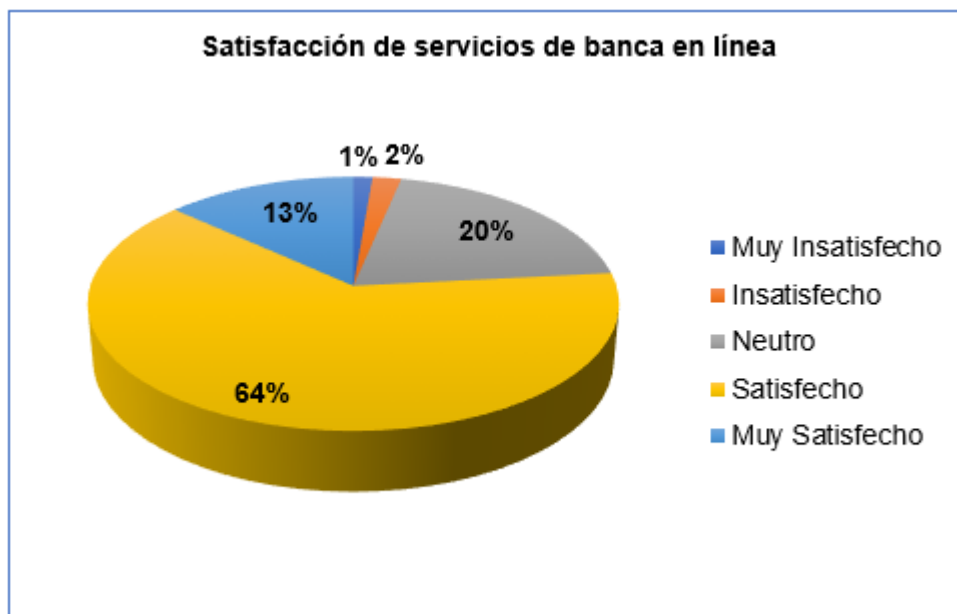
**Pregunta 14: ¿Qué tan satisfecho se siente con el servicio de la banca en línea?**

**Objetivo:** Identificar la satisfacción de los clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 14: Satisfacción de servicios de banca en línea.**

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Insatisfecho	2	1%
Insatisfecho	3	2%
Neutro	30	20%
Satisfecho	95	64%
Muy Satisfecho	20	13%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 14: Satisfacción de servicios de banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría las personas manifiestan que están satisfechos con el servicio de la banca en línea con un porcentaje 64%, neutro con 20%, muy satisfecho con 13%, insatisfecho con 2% y muy insatisfecho con 1%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos mayormente los clientes están satisfechos con el servicio que brinda la banca en línea y muy pocos están insatisfechos la cual se concluye que los usuarios están satisfechos.

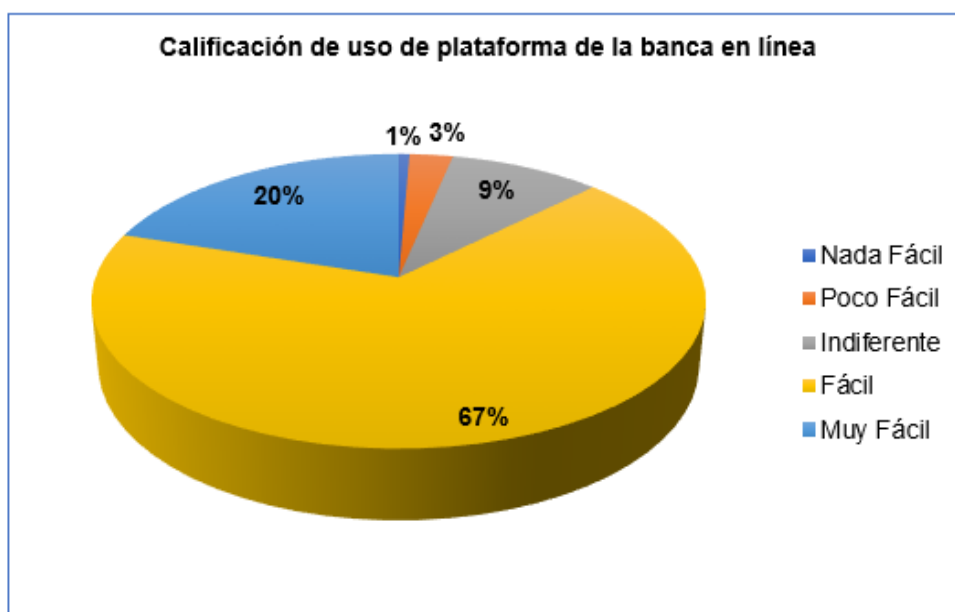
**Pregunta 15: ¿Cómo calificaría el uso de la plataforma de su preferencia?**

**Objetivo:** Identificar la calificación del uso de la plataforma de preferencia de los clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 15: Calificación de uso de plataforma de la banca en línea.**

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Nada Fácil	1	1%
Poco Fácil	4	3%
Indiferente	14	9%
Fácil	101	67%
Muy Fácil	30	20%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 15: Calificación de uso de plataforma de la banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría las personas manifiestan que el uso de la plataforma de banca en línea es de fácil uso con un porcentaje de 67%, muy fácil con 20%, indiferente con 9%, poco fácil con 3% y muy fácil con 1%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos mayormente los clientes califican fácil el uso de las plataformas de la banca en línea y pocos la consideran nada fácil el uso.

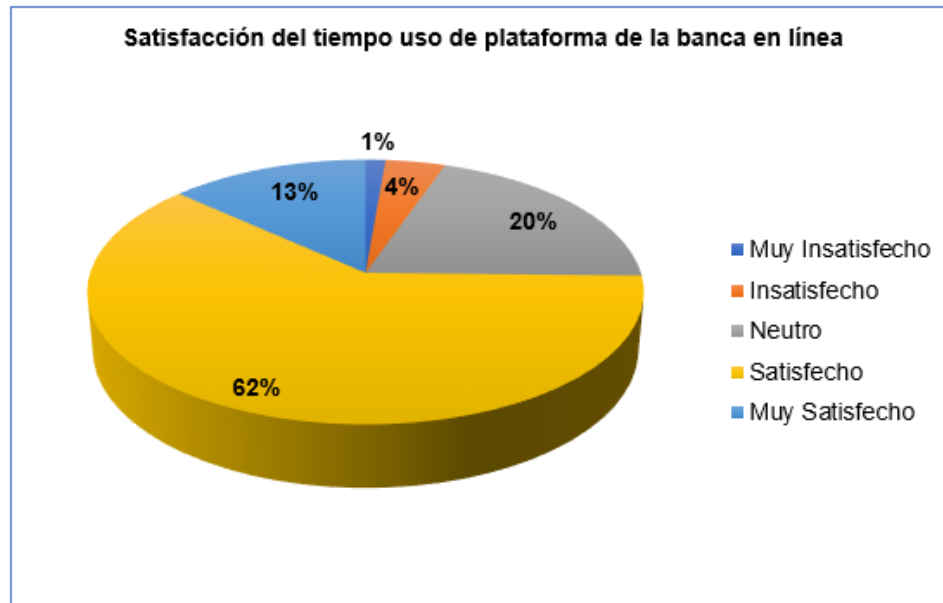
**Pregunta 16:** ¿Qué tan satisfecho te encuentras con el tiempo que le otorga la app para realizar sus operaciones dentro de la banca en línea?

**Objetivo:** Determinar la satisfacción del tiempo que otorga la app a los clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 16: Satisfacción del tiempo uso de plataforma de la banca en línea.**

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Insatisfecho	2	1%
Insatisfecho	6	4%
Neutro	30	20%
Satisfecho	92	62%
Muy Satisfecho	20	13%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 16: Satisfacción del tiempo uso de plataforma de la banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría están satisfecho con el tiempo de uso de la plataforma con un porcentaje de 62%, neutros con un 20%, muy satisfechos 13%, insatisfechos 4% y muy insatisfecho 1%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos mayormente los clientes están satisfechos con el tiempo que brinda la banca en línea y pocos son los que están muy insatisfechos.

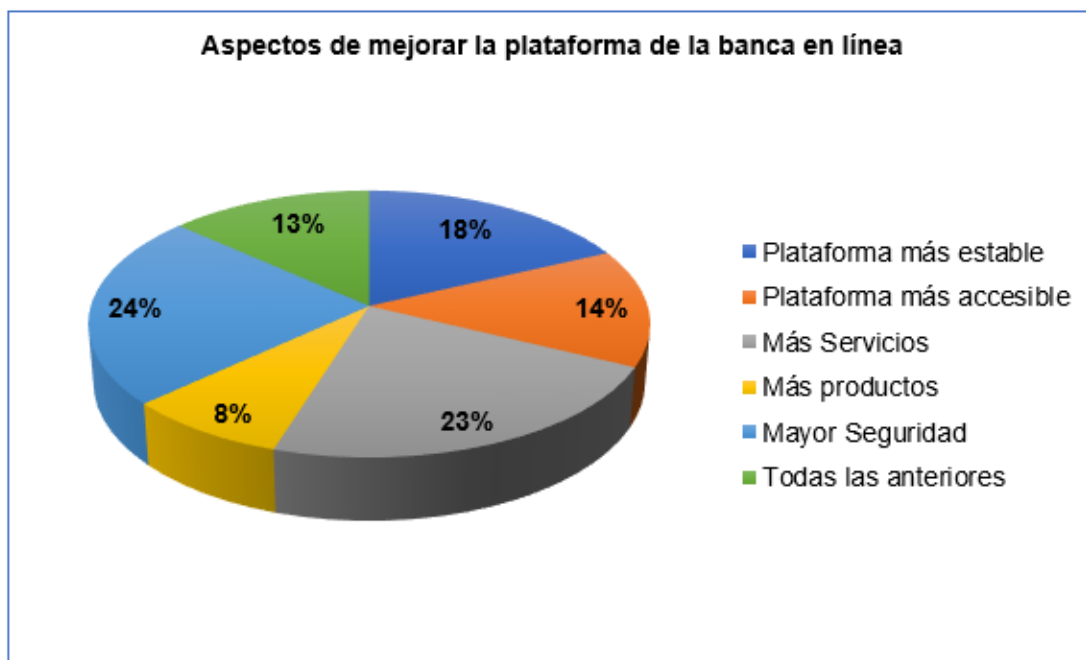
**Pregunta 17: ¿Cuáles son aspectos para mejorar la banca en línea del sistema financiero bancario?**

**Objetivo:** Identificar los aspectos a mejorar que los clientes y usuarios necesitan de la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 17: Aspectos de mejora en plataforma de la banca en línea.**

Aspectos	Frecuencia	Porcentaje
Plataforma más estable	39	18%
Plataforma más accesible	31	14%
Más Servicios	49	23%
Más productos	18	8%
Mayor Seguridad	51	24%
Todas las anteriores	29	13%
<b>Total</b>	<b>217</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 17: Aspectos de mejora en plataforma de la banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría los clientes quieren mayor seguridad en la banca en línea con un porcentaje de 24%, más servicios con 23%, plataforma más estable con 18%, plataforma más accesible con 14%, todas las anteriores con 13% y más productos con 8%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos los clientes quieren mayor seguridad, más servicios y una plataforma más estable para que puede ser una plataforma completa y pocos desean más productos en la banca en línea.

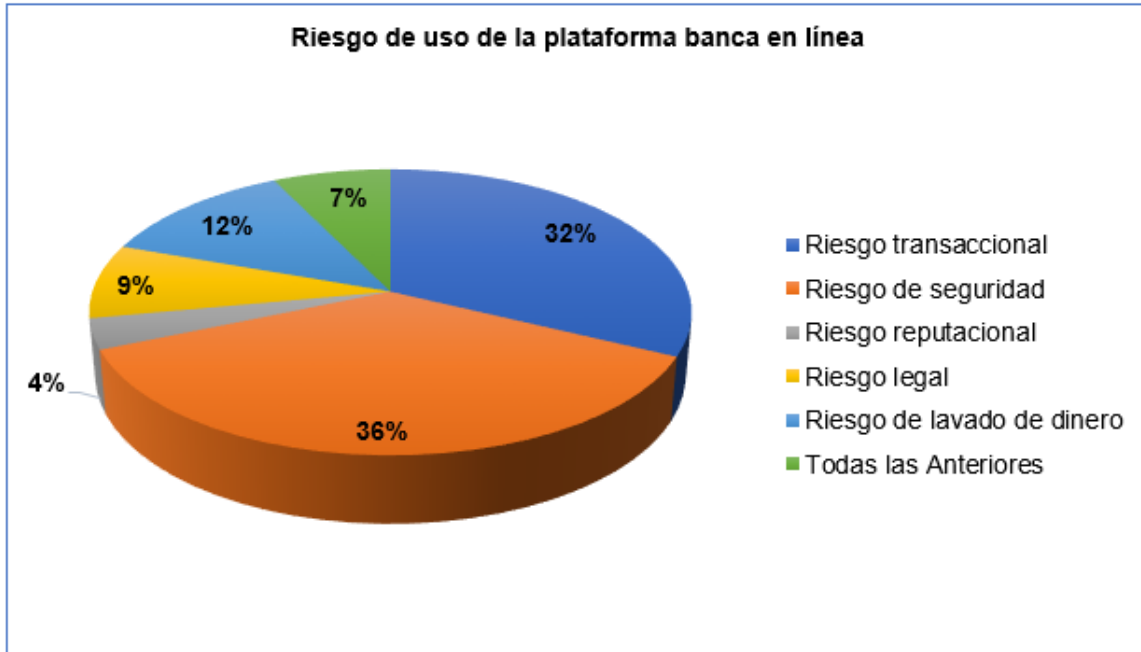
**Pregunta 18:** ¿Qué riesgos percibe al usar las plataformas de banca en línea? Seleccione máximo 3 opciones.

**Objetivo:** Identificar los riesgos del uso de la plataforma de los clientes y usuarios utilizan la banca en línea del municipio de San Miguel.

**Tabla 18: Riesgo de uso de la plataforma banca en línea.**

Riesgos	Frecuencia	Porcentaje
Riesgo transaccional	84	32%
Riesgo de seguridad	95	36%
Riesgo reputacional	9	4%
Riesgo legal	22	9%
Riesgo de lavado de dinero	32	12%
Todas las Anteriores	19	7%
<b>Total</b>	<b>261</b>	<b>100%</b>

**Gráfico 18: Riesgo de uso de la plataforma banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis:** Según los resultados de la encuesta, en su mayoría los clientes perciben el riesgo de la seguridad con un porcentaje de 36%, riesgo transaccional con un 32%, riesgo de lavado de dinero con un 12%, riesgo legal con un 9%, todas las anteriores con un 7% y riesgo reputacional con un 4%.

**Interpretación:** Según los resultados obtenidos los clientes perciben que hay un mayor riesgo de seguridad, riesgo transaccional y riesgo de lavado de dinero la cual son más susceptible al momento del uso de la banca en línea.

## 4.2. Cruce de variables

### Características Individuales

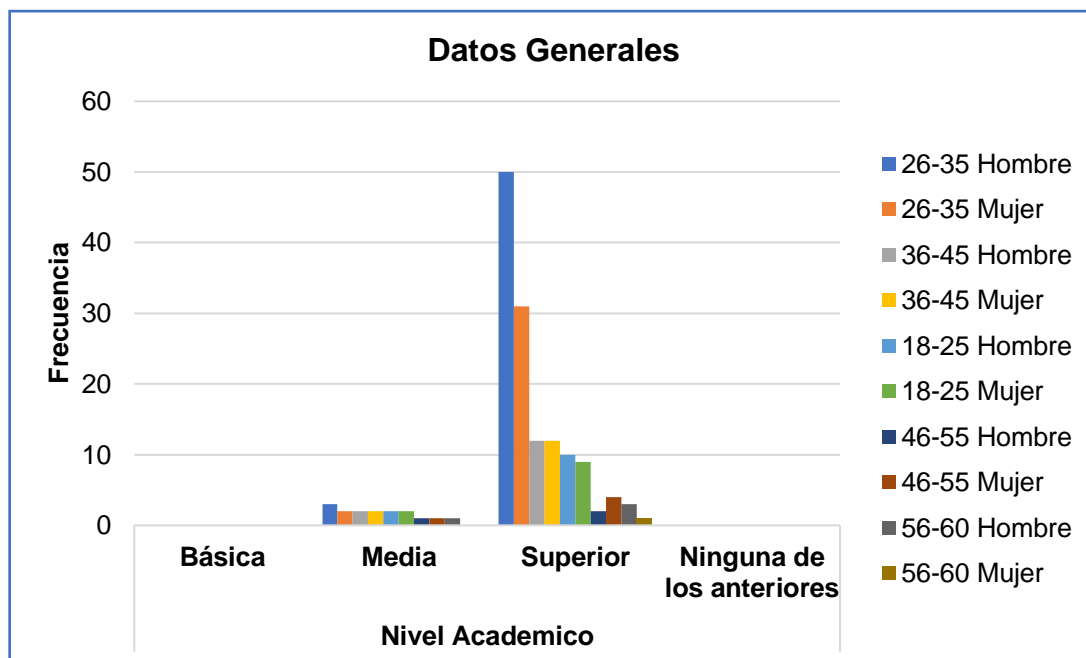
Se presenta el resumen de los datos de interés en relación a los indicadores de esta dimensión las cuales son los siguientes:

#### Opción 1: Nivel académico, edad y género.

**Tabla 19: Cruce de variable, Nivel Académico, edad y genero**

Edad	Genero	Nivel Académico				Frecuencia
		Básica	Media	Superior	Ninguna de los anteriores	
26-35	Hombre	0	3	50	0	53
	Mujer	0	2	31	0	33
36-45	Hombre	0	2	12	0	14
	Mujer	0	2	12	0	14
18-25	Hombre	0	2	10	0	12
	Mujer	0	2	9	0	11
46-55	Hombre	0	1	2	0	3
	Mujer	0	1	4	0	5
56-60	Hombre	0	1	3	0	4
	Mujer	0	0	1	0	1
<b>Total</b>		<b>0</b>	<b>16</b>	<b>134</b>	<b>0</b>	<b>150</b>

**Gráfico 19: Cruce de variable, nivel académico, edad y genero**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

### **Análisis de los resultados:**

Con relación a los resultados obtenidos de las características individuales; la edad de los encuestados está entre los 26 y 45 años, esto implica que la muestra está conformada por sujetos jóvenes económicamente activos y de nivel educativo superior.

### **Interpretación de los resultados:**

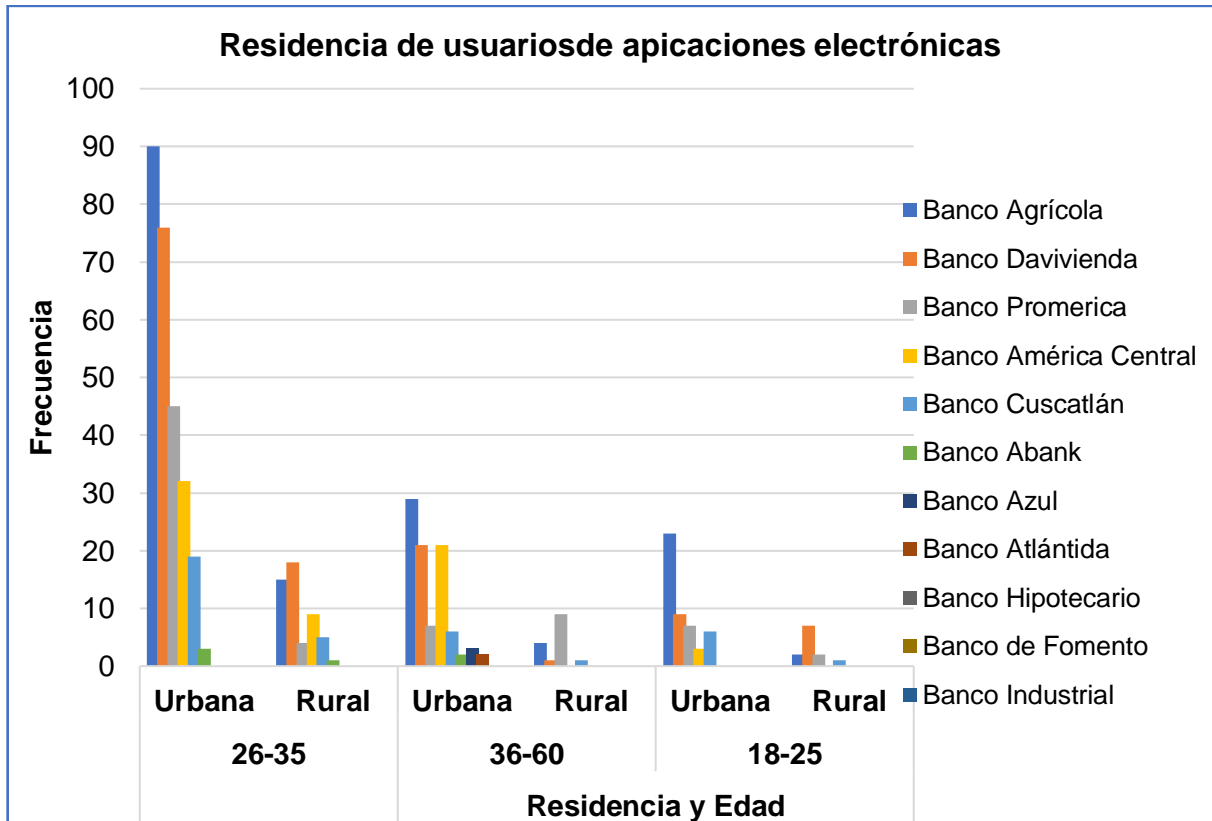
La muestra es predominante de sexo hombre, con una medida de tendencia mujer. Es importante señalar que entre los encuestados no se encontraron personas con educación media, esto nos ayuda a visualizar que no existe una barrera educativa para el uso de los canales digitales de las instituciones bancarias.

**Opción 2: Residencia de Usuarios de Aplicaciones Electrónicas**

**Tabla 20: Residencia de usuarios de aplicaciones electrónicas**

Banco que utiliza para transacciones	Residencia y Edad						Frecuencia
	26-35		36-60		18-25		
	Urbana	Rural	Urbana	Rural	Urbana	Rural	
<b>Banco Agrícola</b>	90	15	29	4	23	2	<b>163</b>
<b>Banco Davivienda</b>	76	18	21	1	9	7	<b>132</b>
<b>Banco Promerica</b>	45	4	7	9	7	2	<b>74</b>
<b>Banco de América Central</b>	32	9	21	0	3	0	<b>65</b>
<b>Banco Cuscatlán</b>	19	5	6	1	6	1	<b>38</b>
<b>Banco Abank</b>	3	1	2	0	0	0	<b>6</b>
<b>Banco Azul</b>	0	0	3	0	0	0	<b>3</b>
<b>Banco Atlántida</b>	0	0	2	0	0	0	<b>2</b>
<b>Banco Hipotecario</b>	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Banco de Fomento</b>	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Banco Industrial</b>	0	0	0	0	0	0	<b>0</b>
<b>Total</b>	<b>265</b>	<b>52</b>	<b>91</b>	<b>15</b>	<b>48</b>	<b>12</b>	<b>483</b>

**Gráfico 20: Residencia de usuarios de aplicaciones electrónicas**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

### Análisis de los resultados

Según los resultados obtenidos sobre la preferencia para realizar transacciones bancarias, se pudo determinar que la población encuestada que residen en la zona urbana entre las edades de 26 a 35 años, prefiere en primer lugar Banco Agrícola, segundo lugar Banco Davivienda y tercer lugar Banco Promerica, También se pudo determinar que la población encuestada que reside en la zona rural entre las edades de 26 y 35 años, manifiesta que prefieren hacer uso de las plataformas electrónicas en primer lugar Banco Davivienda, en segundo lugar, Banco Agrícola y en tercer lugar Banco Promerica, con la diferencia que este último fue determinado por personas encuestadas entre 36 y 60 años de edad.

### Interpretación de los resultados:

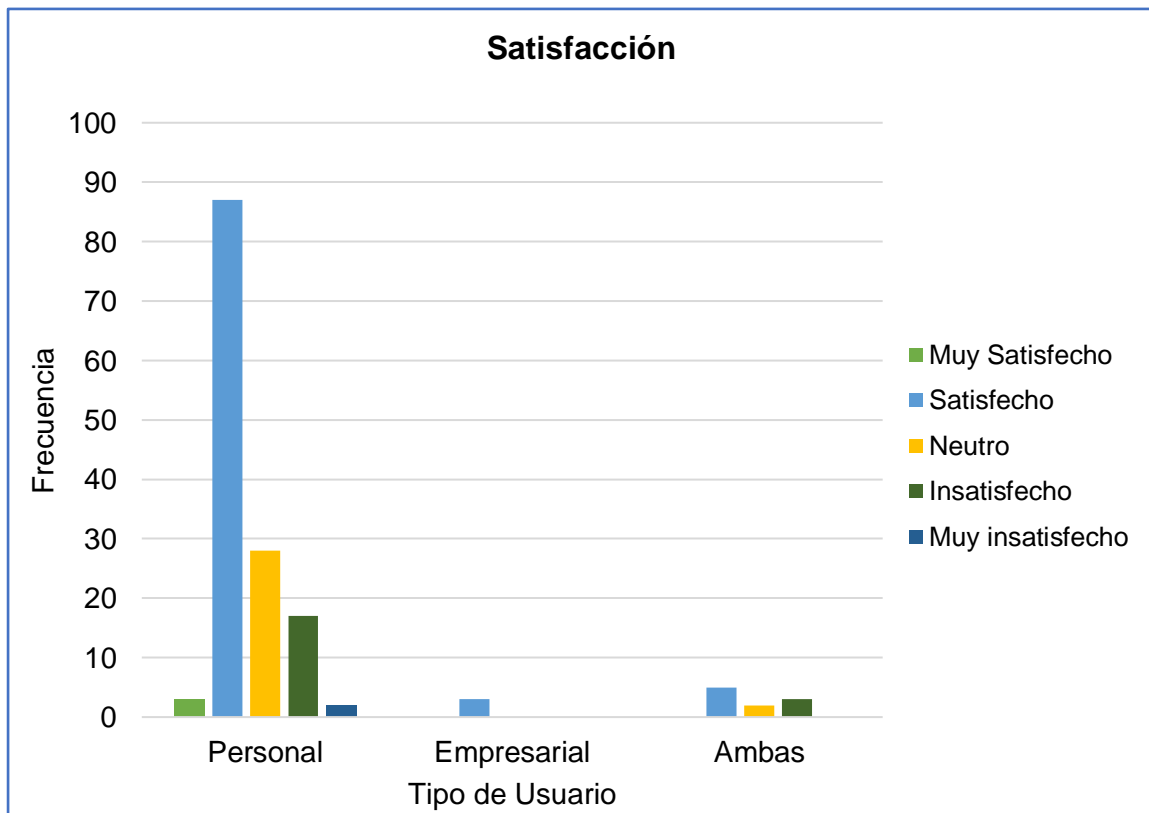
Se puede inferir que estas preferencias son dadas por personas económicamente activas y que realizan operaciones bancarias en las plataformas digitales.

### Opción 3: Satisfacción con el Servicio de la Banca en Línea

Tabla 21: Satisfacción con el servicio de banca en Línea

Tipo de Usuario	Satisfacción con el servicio de la banca en línea					Frecuencia
	Muy Satisfecho	Satisfecho	Neutro	Insatisfecho	Muy insatisfecho	
Personal	3	87	28	17	2	137
Empresarial	0	3	0	0	0	3
Ambas	0	5	2	3	0	10
Total	2	95	30	20	2	150

Gráfico 21: Residencia de usuarios de aplicaciones electrónicas



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

### **Análisis de los resultados:**

El uso de las cuentas personales es predominante, esto implica que la muestra está conformada por sujetos de naturaleza individual que son usuarios activos, considerando que la mayor parte de los encuestados se encuentran satisfechos con el servicio de la banca en línea.

### **Interpretación de los resultados:**

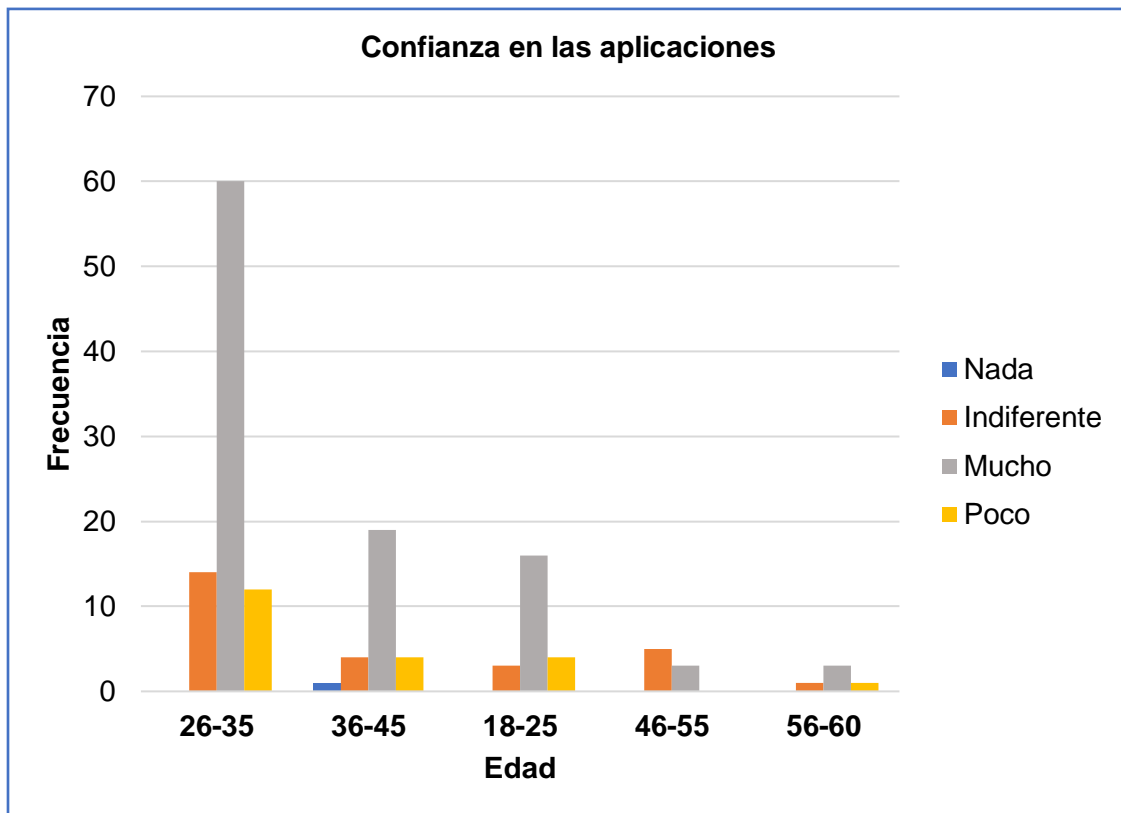
Sin embargo, no podemos dejar de lado a los tres usuarios que utilizan la banca en línea a título personal y empresarial que se encuentran insatisfechos con el servicio ya que en la mayoría de estos casos utilizan más de una plataforma de banca en línea.

### **Opción 4: Confianza en las Aplicaciones de Banca en Línea del Sistema Financiero Bancario**

**Tabla 22: Confianza en las aplicaciones de banca en línea**

Edad	Confianza en las aplicaciones de banca en línea del sistema financiero bancario				Frecuencia
	Nada	Indiferente	Mucho	Poco	
<b>26-35</b>	0	14	60	12	<b>86</b>
<b>36-45</b>	1	4	19	4	<b>28</b>
<b>18-25</b>	0	3	16	4	<b>23</b>
<b>46-55</b>	0	5	3	0	<b>8</b>
<b>56-60</b>	0	1	3	1	<b>5</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>27</b>	<b>101</b>	<b>21</b>	<b>150</b>

**Gráfico 22: Confianza en las aplicaciones móviles**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis de los resultados:**

Con los datos obtenidos podemos observar que los usuarios entre los 18 y 45 años son los que confían mucho en el uso de las aplicaciones de banca en línea, podemos asumir que se encuentran en edades económicamente activas, que reciben un salario o realizan transacciones como pago de servicios a través de estas plataformas. Caso contrario a los encuestados de 46 años a más, que muy pocos de ellos confían mucho o poco

**Interpretación de los resultados:**

La baja participación del uso de los servicios de banca en línea para los mayores de 46 años está relacionada muy probablemente a la brecha generacional que existe con el grupo que si confía.

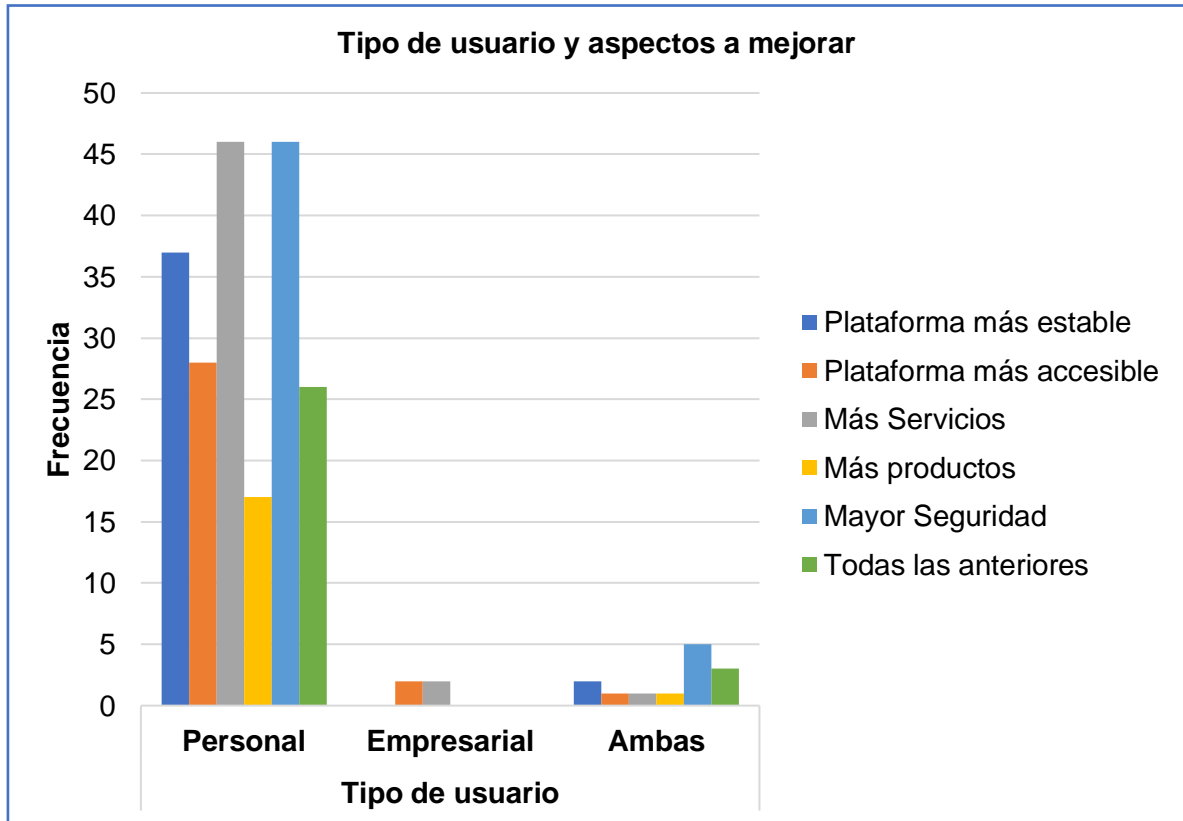
Es importante recalcar que uno de los encuestados de 36 a 45 años no confía nada en estas plataformas lo que podría estar relacionado a experiencias negativas en el pasado y que marcaron su perspectiva sobre el uso de estas herramientas.

#### Opción 5: Tipo de Usuario de la Plataforma

**Tabla 23: Aspectos a mejorar en la banca en línea según el tipo de usuario**

Aspectos a mejorar de la banca en línea	Tipo de usuario			Frecuencia
	Personal	Empresarial	Ambas	
<b>Plataforma más estable</b>	37	0	2	<b>39</b>
<b>Plataforma más accesible</b>	28	2	1	<b>31</b>
<b>Más Servicios</b>	46	2	1	<b>49</b>
<b>Más productos</b>	17	0	1	<b>18</b>
<b>Mayor Seguridad</b>	46	0	5	<b>51</b>
<b>Todas las anteriores</b>	26	0	3	<b>29</b>
<b>Total</b>	<b>200</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>217</b>

**Gráfico 23: Aspectos a mejorar según el tipo de usuario**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

### **Análisis de los resultados:**

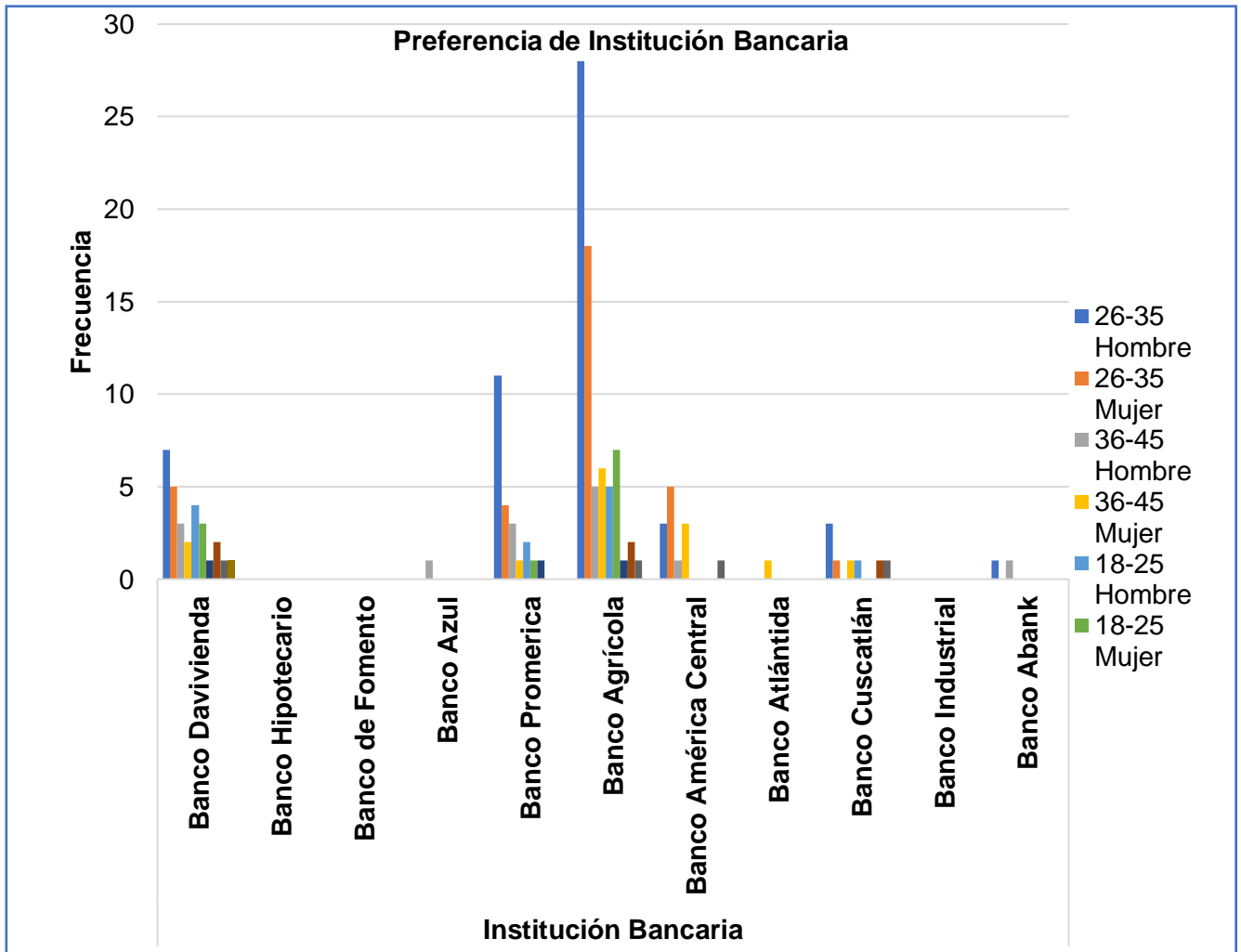
De acuerdo a la frecuencia observada en las respuestas de los encuestados, podemos identificar que los usuarios de sus cuentas personales consideran que las instituciones bancarias pueden mejorar en aspectos de seguridad y la incorporación de más servicios en las plataformas digitales que ofrecen. Sin embargo, aquellos que utilizan los servicios empresariales y personales también expresan que desean la mejora en los aspectos de seguridad para las transacciones que realizan, debido al nivel de responsabilidad que manejan con los fondos de sus empresas.

**Opción 6: Institución Bancaria de su Preferencia**

**Tabla 24: Institución bancaria de su preferencia**

Edad	Género	Institución Bancaria de su Preferencia											
		Banco Davivienda	Banco Hipotecario	Banco de Fomento	Banco Azul	Banco Promerica	Banco Agrícola	Banco América Central	Banco Atlántida	Banco Cuscatlán	Banco Industrial	Banco Abank	Frecuencia
26-35	Hombre	7	0	0	0	11	28	3	0	3	0	1	53
	Mujer	5	0	0	0	4	18	5	0	1	0	0	33
36-45	Hombre	3	0	0	1	3	5	1	0	0	0	1	14
	Mujer	2	0	0	0	1	6	3	1	1	0	0	14
18-25	Hombre	4	0	0	0	2	5	0	0	1	0	0	12
	Mujer	3	0	0	0	1	7	0	0	0	0	0	11
46-55	Hombre	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	3
	Mujer	2	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	5
56-60	Hombre	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	4
	Mujer	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
<b>Total</b>		<b>29</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>23</b>	<b>73</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>150</b>

**Gráfico 24: Institución bancaria de preferencia**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis de los resultados:**

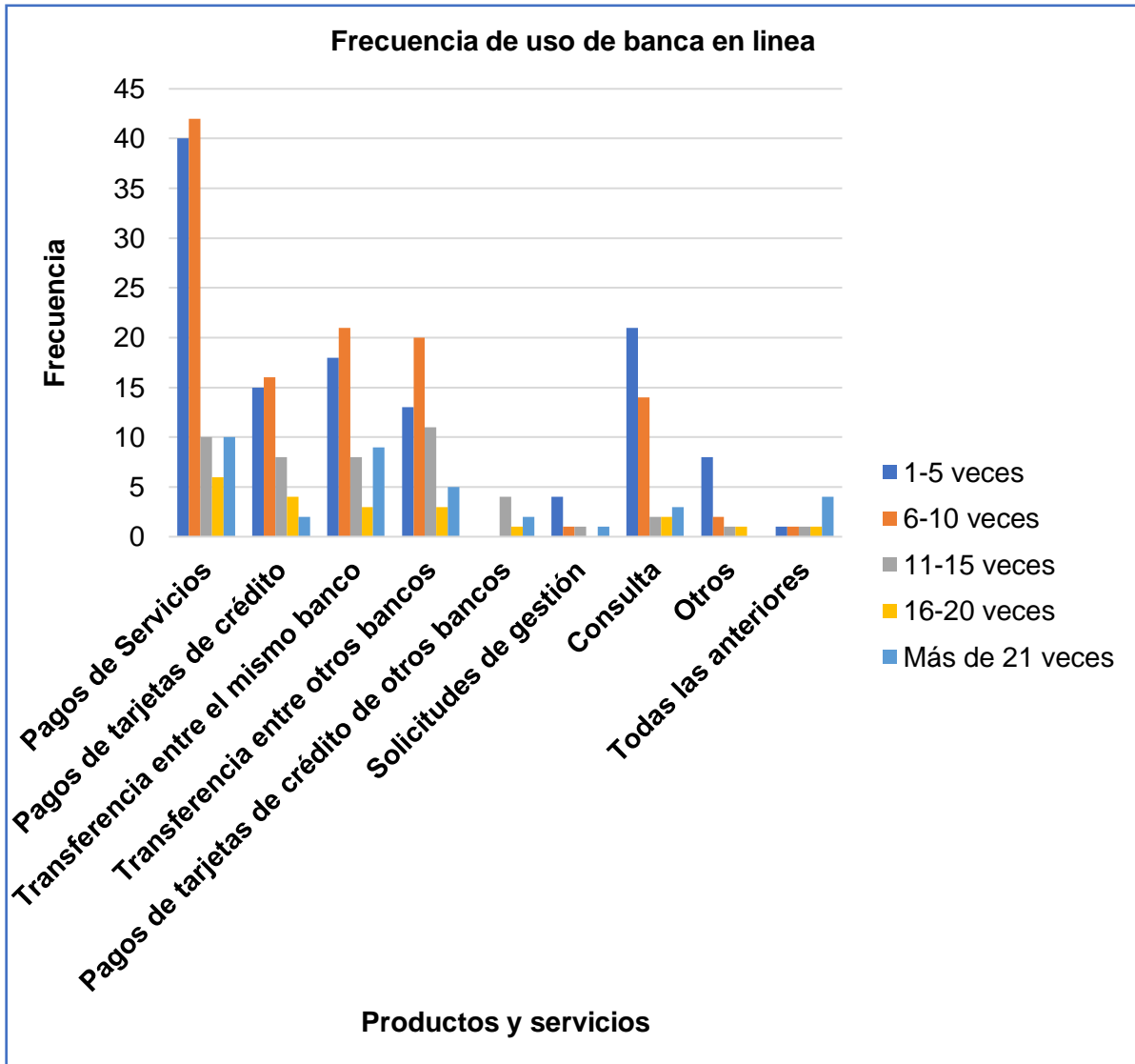
Según los resultados obtenidos sobre características de preferencia; se puede determinar que el mayor grado de los encuestados prefieren los canales electrónicos de Banco Agrícola, el cual fue determinado según la muestra en primer lugar por hombres y en segundo lugar por mujeres, del rango de edad de 26 a 35 años; además existe preferencias en segundo lugar para banco Promerica siempre con una tendencia más alta por los hombres y en segundo lugar por mujeres, en el rango de edades de 26 a 35 años respectivamente, lo que se puede explicar que las preferencias estas determinadas por personas económicamente activas.

**Opción 7: Productos o servicios usan con mayor frecuencia en la banca en línea**

**Tabla 25: Productos y servicios usados con mayor frecuencia**

Frecuencia de Utilización	Productos o Servicios									
	Pagos de Servicios	Pagos de tarjetas de crédito	Transferencia entre el mismo banco	Transferencia entre otros bancos	Pagos de tarjetas de crédito de otros bancos	Solicitudes de gestión	Consulta	Otros	Todas las anteriores	Frecuencia
<b>1-5 veces</b>	40	15	18	13	0	4	21	8	1	<b>120</b>
<b>6-10 veces</b>	42	16	21	20	0	1	14	2	1	<b>117</b>
<b>11-15 veces</b>	10	8	8	11	4	1	2	1	1	<b>46</b>
<b>16-20 veces</b>	6	4	3	3	1	0	2	1	1	<b>21</b>
<b>Más de 21 veces</b>	10	2	9	5	2	1	3	0	4	<b>36</b>
<b>Total</b>	<b>108</b>	<b>45</b>	<b>59</b>	<b>52</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>42</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>340</b>

**Gráfico 25: Institución bancaria de preferencia**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis de los resultados:**

De acuerdo a los resultados, los usuarios de banca en línea realizan operaciones de pago de servicios, transferencias entre bancos, consultas y pago de tarjetas de crédito 1 y 5 veces durante el mes.

### Interpretación de los resultados:

Con esta información podremos evidenciar que los usuarios realizan más de una operación de estos servicios a través de estas plataformas lo que contribuye a la comodidad de los usuarios y la accesibilidad a sus cuentas bancarias.

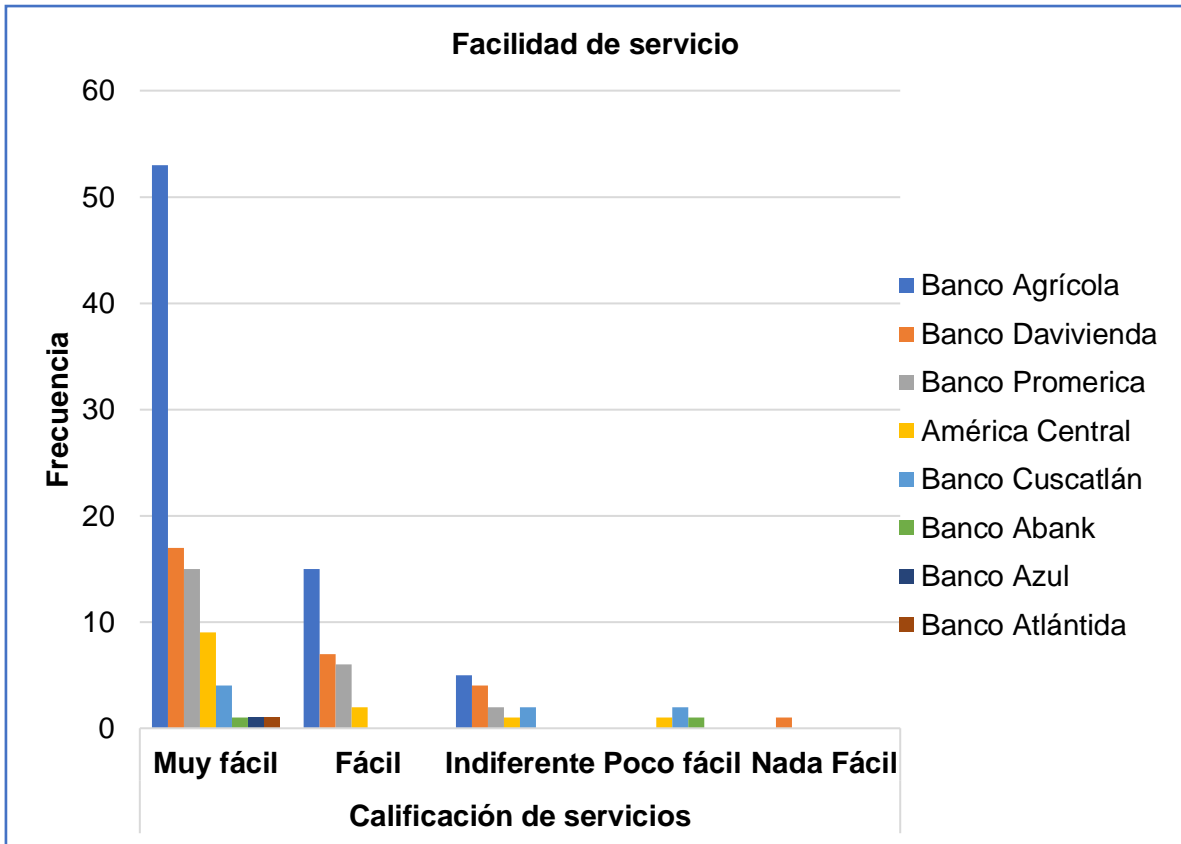
Es importante destacar que el pago de las tarjetas de crédito de otros bancos se realiza con mayor frecuencia, pero por pocos usuarios de estos servicios.

### Opción 8: Facilidad de uso de servicio

Tabla 26: Calificación de servicios

Instituciones bancarias de preferencia	Calificación de servicios					Frecuencia
	Muy fácil	Fácil	Indiferente	Poco fácil	Nada Fácil	
Banco Agrícola	53	15	5	0	0	73
Banco Davivienda	17	7	4	0	1	29
Banco Promerica	15	6	2	0	0	23
América Central	9	2	1	1	0	13
Banco Cuscatlán	4	0	2	2	0	8
Banco Abank	1	0	0	1	0	2
Banco Azul	1	0	0	0	0	1
Banco Atlántida	1	0	0	0	0	1
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>30</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>150</b>

**Gráfico 26:Facilidad de los servicios de banca en línea**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis de los resultados:**

Según los resultados obtenidos sobre características de servicios las personas encuestadas perciben mayor satisfacción en el uso de los servicios bancarios en primer lugar de Banco Agrícola y en segundo lugar Banco Davivienda.

**Interpretación de los resultados:**

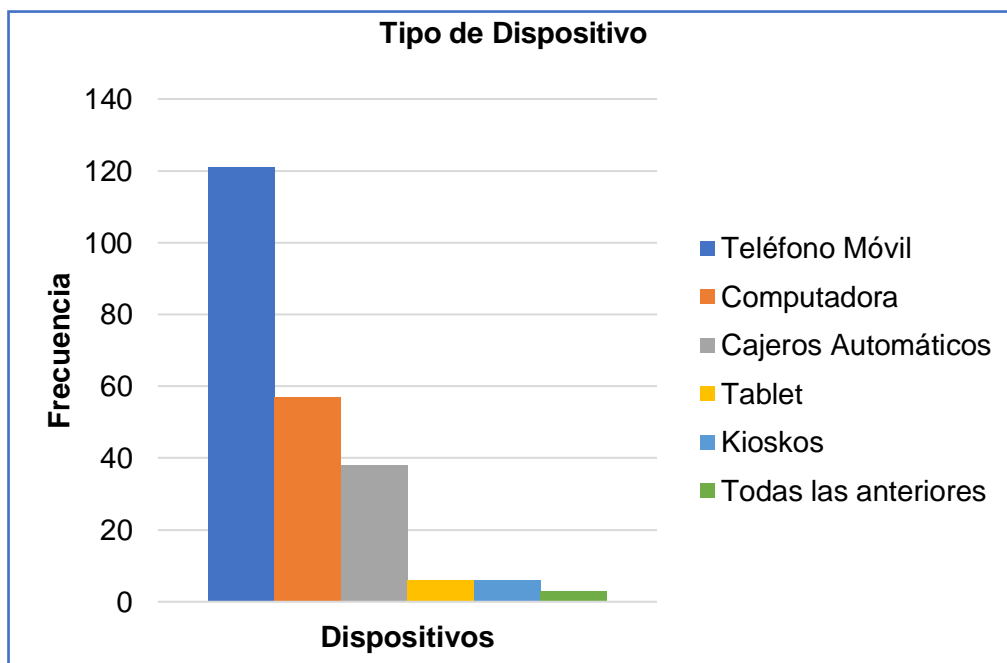
Se puede descartar que estas preferencias están por encima de que las personas encuestadas califican los servicios financieros como poco fácil de utilizar ya que solo una persona opto por esa opción. Esto podría ser el resultado de la necesidad de realizar transacciones financieras desde cualquier lugar.

## Opción 9: Tipos de Dispositivos para el Uso de las Plataformas

Tabla 27: Tipo de dispositivos utilizados para banca en línea

Tipo de dispositivo	Frecuencia
Teléfono Móvil	121
Computadora	57
Cajeros Automáticos	38
Tablet	6
Kioskos	6
Todas las anteriores	3
Total	231

Gráfico 27: Tipo de dispositivos utilizados para conectarse a banca en línea.



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

### Análisis de los resultados:

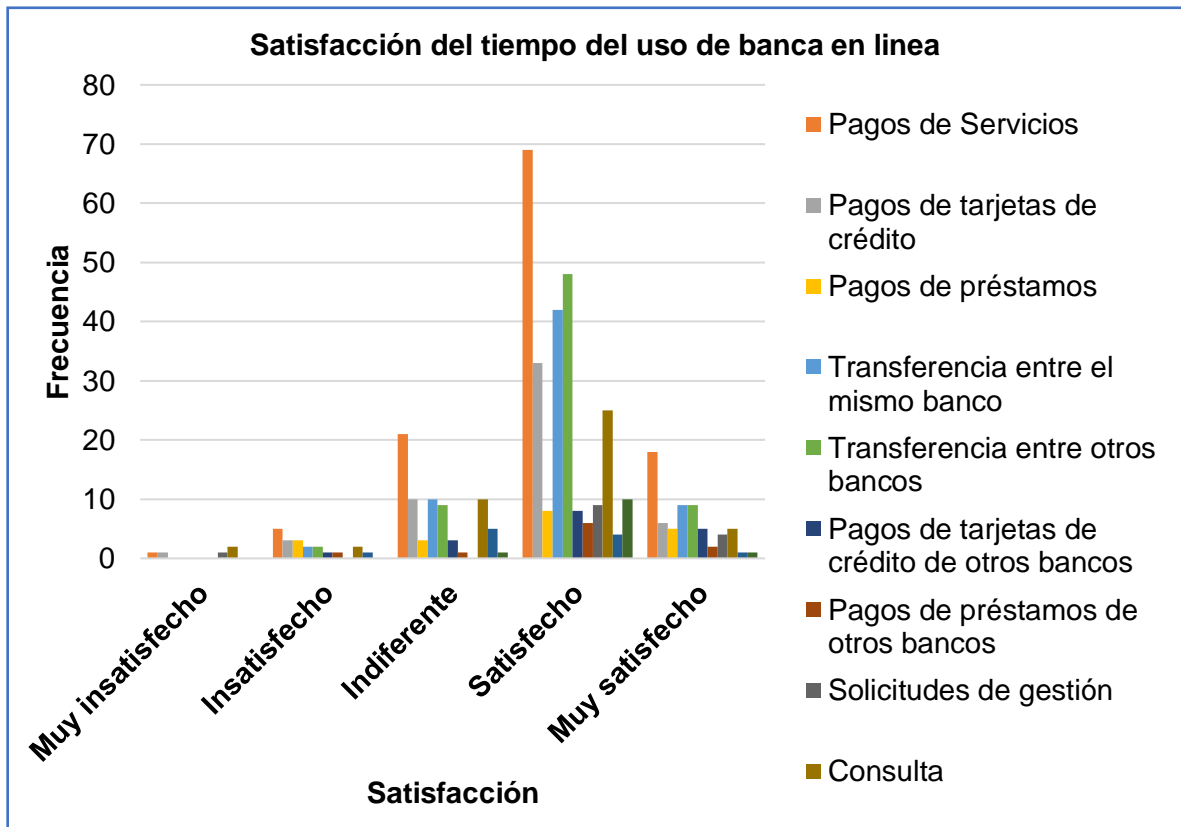
En relación a los resultados obtenidos de los encuestados podemos observar que el dispositivo más usado para los servicios electrónicos es el teléfono móvil por la accesibilidad que las plataformas de banca móvil otorgan a sus usuarios seguido por las computadoras que generan comodidad para hacer las transacciones. Se puede inferir que los kioscos no tienen mayor uso debido a que quienes deseen utilizarlos deben visitar una agencia bancaria y solicitar algún tipo de instrucción.

**Opción 10: Satisfacción del tiempo que le otorga la app para realizar sus operaciones dentro de la banca en línea.**

**Tabla 28: Satisfacción del tiempo de uso de banca en línea**

Productos y servicios de banca en línea	Satisfacción del tiempo					Frecuencia
	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho	
Pagos de Servicios	1	5	21	69	18	114
Pagos de tarjetas de crédito	1	3	10	33	6	53
Pagos de préstamos	0	3	3	8	5	19
Transferencia entre el mismo banco	0	2	10	42	9	63
Transferencia entre otros bancos	0	2	9	48	9	68
Pagos de tarjetas de crédito de otros bancos	0	1	3	8	5	17
Pagos de préstamos de otros bancos	0	1	1	6	2	10
Solicitudes de gestión	1	0	0	9	4	14
Consulta	2	2	10	25	5	44
Todas las opciones anteriores	0	1	5	4	1	11
Otros	0	0	1	10	1	12
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>73</b>	<b>262</b>	<b>65</b>	<b>425</b>

**Gráfico 28: Satisfacción del tiempo de uso de banca en línea.**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis de los resultados:**

Con los datos obtenidos podemos observar que los usuarios de los canales electrónicos en la ciudad de San Miguel están satisfechos con los tiempos de navegación que brindan las plataformas de banca electrónica para aquellos productos y servicios que más se utilizan, prefiriendo entre ellos el pago de los servicios, las transferencias entre el mismo banco y las transferencias entre otros bancos, las consultas y el pago de las tarjetas de crédito.

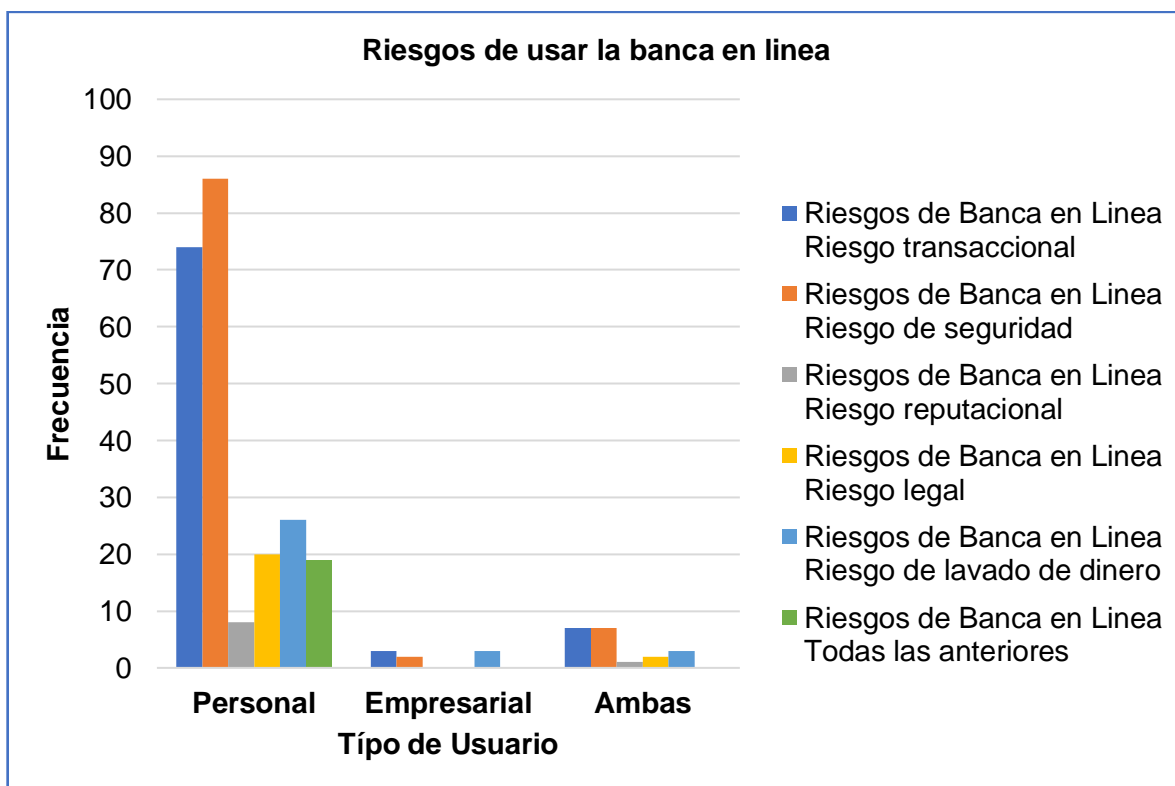
Así mismo es importante apreciar aquellos servicios que tienen valoraciones de insatisfacción, por ejemplo, la solicitud de gestiones, ya que para ciertos problemas que se deseen resolver es mejor hablar personalmente o vía teléfono con el personal del banco y explicarle a detalle la situación y expresar las necesidades como usuario o cliente. Sin embargo, es importante considerar los participantes que se encuentran insatisfechos en aquellos en donde la mayoría si lo está para evitar el riesgo reputacional de los servicios.

**Opción 11: Riesgos al usar las plataformas de banca en línea**

**Tabla 29: Riesgos de usar la banca en línea**

Tipo de Usuario	Riesgos de banca en línea						Frecuencia
	Riesgo transaccional	Riesgo de seguridad	Riesgo reputacional	Riesgo legal	Riesgo de lavado de dinero	Todas las anteriores	
<b>Personal</b>	74	86	8	20	26	19	<b>233</b>
<b>Empresarial</b>	3	2	0	0	3	0	<b>8</b>
<b>Ambas</b>	7	7	1	2	3	0	<b>20</b>
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>95</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>32</b>	<b>19</b>	<b>261</b>

**Gráfico 29: Riesgos de usar la banca en línea**



Fuente: Elaboración propia del equipo investigador, con datos tomados de la guía de preguntas realizada por Cerón, Hernández y Villafuerte (2022).

**Análisis de los resultados:**

La muestra predominante del tipo de usuarios de los encuestados es personal, esto implica que la muestra está conformada por sujetos que utilizan los servicios de banca en línea de forma individual, son usuarios activos considerando que reconocen con mayor escala los riesgos de seguridad y transaccional. Es importante señalar que el riesgo reputacional es el de menor consideración lo que podría ser un indicador de la buena gestión mercadológica que realizan las instituciones bancarias.

## CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

Después de haber revisado los resultados de la investigación, con base en el análisis de datos cruzados, con la ayuda del software SPSS y Microsoft Excel y en relación directa con los objetivos de la investigación, se llega a las conclusiones siguientes, válidas para para la muestra participante en este estudio.

1. Se determina que los clientes y usuarios, participantes en este estudio, de los canales electrónicos que el sistema financiero bancario ofrece en la ciudad de San Miguel, se encuentran altamente satisfechos con un 76.6 % con los servicios, tiempo de uso y gestiones que pueden realizar en este tipo de plataformas. (Cruce de variables opción 8). Califican como bueno y muy buenos los servicios que ofrecen las instituciones financieras en los canales electrónicos mostrando una notoria preferencia por los servicios digitales prestados por el Banco Agrícola. (Cruce de variables, opción 5)
2. La edad, el nivel académico, el acceso al internet y los dispositivos que poseen los usuarios participantes en este estudio, son elementos que inciden en el nivel de satisfacción, puesto que, al conjugarlos, se convierten en una fortaleza o debilidad en la experiencia del usuario por la falta de familiarización y de confianza como aspectos culturales que inciden en el uso de las plataformas digitales disponibles en el sistema financiero bancario. (Cruce de variables opción 1, 2 y 7)
3. Un pequeño porcentaje de los encuestados, participantes en este estudio, manifiestan insatisfacción en el uso de las plataformas por considerar que el acceso es poco fácil para los usuarios que manejan sus cuentas personales (Cruce de variables opción 4).
4. Con la llegada de los canales electrónicos, los usuarios participantes en este estudio, tienen facilidad de acceso a sus cuentas bancarias a través de dispositivos móviles, computadores o cajeros automáticos que facilitan la operación de transacciones como pago de servicios, transferencias bancarias, consultas, pago de tarjetas de crédito, pago de créditos y solicitudes de gestión entre otras, el cual nos ahorran tiempo y dinero en la vida cotidiana (Cruce de variables opción 8). Las

personas que residen en la zona rural tienen acceso factible a este tipo de servicios a un costo bajo porque no tienen que trasladarse hasta las agencias de las instituciones financieras para poder realizar sus transacciones (Cruce de variables opción 7)

5. Los riesgos percibidos por los clientes y usuarios de los canales electrónicos, participantes en este estudio, son el transaccional, de seguridad, reputacional, legal y de lavado de dinero por la vulnerabilidad de las plataformas digitales. Esto por ser operaciones realizadas a través de un dispositivo tecnológico e internet, sin ningún intermediario que garantice la correcta aplicación de las mismas, se incrementa la percepción de los riesgos de parte de quienes utilizan los servicios que prestan estas plataformas (Cruce de variables opción 3)

**Nota aclaratoria:** los resultados descriptivos obtenidos en esta investigación corresponden a las preferencias de la muestra y no de la población total de usuarios de canales electrónicos del sistema financiero bancario en la ciudad de San Miguel, por lo tanto, tienen valides para la misma muestra y no para la población o universo.

## 5.2 RECOMENDACIONES

Luego de haber concluido, con fundamento en los resultados de la investigación se pasa a recomendar lo siguiente:

1. Ampliar las opciones de servicios que ofrecen las instituciones bancarias a través de los canales digitales, mejorando los niveles de seguridad en cada gestión que se realiza y fortalecer los accesos para que las plataformas sean interactivas y compatibles con más dispositivos. (Cruce de variable opción 10)
2. Brindar inducción a los usuarios sobre el proceso de instalación de la aplicación de banca móvil en el dispositivo y asignar personal para asesorar a los interesados en lo que respecta al manejo de la banca electrónica. (Cruce de variable opción 8)
3. Realizar constante monitoreo de los servicios en canales digitales a través del equipo técnico especializado o por medio de herramientas de consulta de satisfacción al cliente. (Cruce de variable opción 4)

4. Garantizar y reforzar la seguridad digital de las operaciones con códigos de acceso actualizados, validación de credenciales por más de una vía de acceso y confirmación de los procesos realizados, cumpliendo con los estándares de calidad exigidos para este tipo de operaciones a través de una estructura digital moderna con mantenimiento periódico para evitar cualquier tipo de ataque cibernético. (Cruce de variables opción 3)
5. Las instituciones bancarias deben realizar campañas de educación financiera digital a través de capacitaciones o charlas informativas sobre el uso correcto de estos canales para que los usuarios puedan tener más confianza y acceder sin ninguna limitante, (Cruce de variables opción 5)
6. Habilitar espacios físicos de fácil acceso o corresponsales financieros en donde con la guía adecuada puedan realizar las operaciones desde estas plataformas y así encontrar la viabilidad de utilizar los canales electrónicos. (Cruce de variables opción

# GLOSARIO

## Aplicaciones Móviles

También llamada app móvil, es un tipo de aplicación diseñada para ejecutarse en un dispositivo móvil, que puede ser un teléfono inteligente o una tableta.

### 1. Banco

Conocido como entidad de crédito o entidad de depósito es una empresa financiera que acepta depósitos del público y crea depósitos a la vista, lo que coloquialmente se denominan cuentas bancarias; así mismo proveen otro tipo de servicios financieros, como créditos.

### 2. Banca Electrónica

Es una plataforma virtual que las instituciones financieras implementan para sus clientes.

### 3. Banca Online

La banca online, también conocida como banca electrónica, es una nueva modalidad de banca que completa y renueva su tradicional concepto al realizarse de manera electrónica mediante acceso a Internet, con la cual se puede realizar múltiples operaciones bancarias, como la contratación de productos bancarios, la consulta personal, abono y transferencia de fondos sin necesidad de una sucursal física

### 4. Banca Móvil

Es un servicio proporcionado por un banco u otra institución financiera que permite a sus clientes realizar una serie de transacciones financieras de forma remota mediante un dispositivo móvil como un teléfono móvil o Tablet, y el uso de software, que generalmente se llama aplicación, proporcionadas por la institución financiera para tal propósito.

## **5. Cajero Automático**

Es un equipo especializado que administra el dinero de manera conveniente, permite retirar dinero, imprimir estados de cuenta, verificar los saldos de sus cuentas, transferir dinero entre sus cuentas y otros ATM permiten hacer depósitos.

## **6. Canales digitales**

Son herramientas extremadamente eficientes para la recolección de datos e información en tiempo real.

## **7. Cliente**

Es la persona natural o jurídica con quien las entidades bancarias establecen relaciones de origen legal o contractual, para el suministro de productos o servicios financieros, propios de su actividad.

## **8. Contraseña**

Es una forma de autenticación que utiliza información secreta para controlar el acceso a los diferentes canales digitales de la banca en línea, pueden estar compuestas por una cifra variable de caracteres, la seguridad de esta varía en función del número de caracteres que tenga y del tipo que sean; si se usa letras, números y caracteres especiales juntos, será más robusta.

## **9. Corresponsales Financieros o Bancarios**

Son puntos de atención ubicados en comercios, en donde los clientes pueden realizar transacciones sin tener que desplazarse hasta sucursales de las entidades financieras

## **10. Costos**

Valor monetario necesario para la prestación de un servicio a un usuario.

## **11. Crédito**

Es una operación de financiación donde una persona llamada 'acreedor' (normalmente una entidad financiera), presta una cierta cifra monetaria a otro, llamado 'deudor', quien, a partir de ese momento, garantiza al acreedor que retornará esta cantidad solicitada en el tiempo previamente estipulado más una cantidad adicional, llamada 'intereses'.

## **12. Cuentas Bancarias**

Es un espacio virtual manejada por un banco en el que el cliente puede almacenar su dinero en forma de depósito. Además, puede administrar dicho dinero realizando pagos, recibiendo ingresos o efectuando salidas de efectivo.

## **13. Depósitos**

Es una operación en la que una entidad financiera custodia el dinero de sus clientes.

## **14. Era digital**

La banca es una de las industrias que más rápido están adoptando las tecnologías de transformación digital para adaptarse al mercado cambiante; la nueva era digital permitirá que los bancos se conviertan en el centro operativo de servicios que están creciendo exponencialmente en todo el mundo y marcan el futuro del mercado y las finanzas como el comercio electrónico y los pagos móviles.

## **15. Finanzas**

Conjunto de bienes de que dispone una persona, especialmente en forma de dinero.

## **16. Gestiones**

Acción o trámite que, junto con otros, se lleva a cabo para conseguir o resolver una cosa.

## **17. Herramientas Digitales**

Una herramienta digital son aquellos dispositivos electrónicos, softwares y aplicaciones conectados a una red de Internet global, con los cuales se pretende

tener un mayor acceso a la información y facilitar las redes de comunicación, potenciando así, cualquier proceso a través de la innovación.

### **18. Insatisfacción**

Es cuando los clientes o usuarios del banco o de diferentes canales electrónicos consideran que no le han logrado satisfacer las expectativas de servicio, esto conlleva a no sentir confianza para solicitar servicios o productos financieros.

### **19. Internet**

Es una red que permite la conexión de ordenadores a través de los protocolos de transmisión de información.

### **20. Índice de Satisfacción**

Métricas que se utilizan para medir cuán satisfecho está el consumidor con la relación que tiene con tu empresa.

### **21. Kiosko de Información**

Es aquel que proporciona información de manera automatizada, muestra contenidos informativos al cliente de manera directa, permite generar documentos de su cuenta de ahorros, cuenta corriente, tarjetas de crédito y préstamos. Se encuentran ubicados en algunas sucursales o centros financieros.

### **22. Lavado de Dinero**

Es el proceso a través del cual es encubierto el origen de los fondos generados mediante el ejercicio de algunas actividades ilegales, tales como; narcotráfico, contrabando de armas, corrupción, desfalco, crímenes, extorsión, secuestro, piratería, etc.). Generalmente se realiza en varios niveles y consiste en hacer que los fondos o activos obtenidos a través de actividades ilícitas aparezcan como el fruto de actividades legítimas y circulen sin problema en el sistema financiero.

### **23. Legalidad**

La Superintendencia es responsable de supervisar las operaciones financieras y hacer cumplir en el ámbito de su competencia, las leyes, reglamentos, normas técnicas y demás disposiciones aplicables a los supervisados. Asimismo, emitir y hacer cumplirlas instrucciones necesarias para la aplicación de las leyes y normas que rigen a los mismos.

### **24. Nivel de Satisfacción**

Niveles de acuerdo al grado en el que se cumple con sus expectativas, así que cuanto más alto sea el nivel que obtengas, tendrás una mayor lealtad del cliente y por supuesto, éxito en tu negocio.

### **25. Página Web**

Es un documento accesible desde cualquier navegador con acceso a internet, y que puede incluir audio, vídeo, texto y sus diferentes combinaciones.

### **26. Reputación**

Opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo.

### **27. Retiro de efectivo**

Acción de extraer dinero en efectivo de un banco.

### **28. Riesgo**

El riesgo bancario en primer lugar debe ser entendido como la combinación de diferentes niveles de riesgo que pueden afectar a las operaciones realizadas por las entidades bancarias y del sector financiero, la banca electrónica y las actividades de dinero electrónico también presentan riesgos tradicionales tales como; riesgo crediticio, riesgo de liquidez, riesgo de la tasa de interés y riesgos de mercado.

## **29. Satisfacción de los Clientes**

La satisfacción del cliente en los bancos o en la banca online no solo deriva de la evaluación que el usuario/cliente hace del servicio en relación con expectativas y necesidades, sino también de las emociones que se generan durante cada punto de contacto. Estas influyen, directamente, en la construcción de percepciones acerca del servicio prestado por la entidad.

## **30. Seguridad**

En términos generales, la seguridad bancaria se refiere a todos los métodos, herramientas, procedimientos y protocolos aplicados por una institución financiera para salvaguardar el patrimonio, información y demás activos de sus clientes, colaboradores y de la misma entidad.

## **31. Sistema Financiero de El Salvador**

Es el conjunto de instituciones financieras y gubernamentales, medios (activos financieros) y mercados que hacen posible que el ahorro de unos agentes económicos vaya a parar a manos de los demandantes de crédito.

## **32. Transferencias Bancarias**

Son envíos de dinero realizados a la orden de un cliente desde su cuenta bancaria en una entidad (ordenante) a otra designada (beneficiario). En caso de realizarse entre cuentas del mismo banco se denomina traspaso.

## **33. Transferencias 365**

Es un servicio inclusivo ya que permitirá realizar transacciones entre todos los bancos, incluyendo bancos cooperativos y estatales, así como sociedades de ahorro y crédito.

## **34. Tarjetas de Crédito**

Es un documento de material plástico emitido por un banco o institución financiera a nombre de una persona, que podrá utilizarla para efectuar compras sin tener que

pagar en efectivo y pudiendo, además, llevar el pago de los productos a períodos futuros.

### **35. Tasa de Interés**

Es el precio a pagar por utilizar una cantidad de dinero durante un tiempo determinado.

### **36. Transacciones**

Es un acuerdo comercial que se lleva a cabo entre dos partes, como un convenio de compra y venta.

### **37. UNI Transferencias**

Es el movimiento de fondos entre cuentas de clientes de los bancos miembros de la red UNI de El Salvador.

### **38. Usuarios**

Se considera usuario de servicios de banca online a las personas naturales o jurídicas que en beneficio propio o de su grupo familiar o social y en carácter de destinatarios hacen uso de los productos y servicios ofrecidos por los bancos, compañías financieras, sin incorporarlos a su actividad comercial.

## BIBLIOGRAFÍA

- Erazo, L., & Méndez, Z. (Julio de 2011). Universidad de los Andes.
- Acosta, M., Sainz, J., & Salvador, B. (2006). Hago click y opero a tu lado: Estrategia de la banca online en España. Cuadernos de Gestion Vol. 6, 101-110.
- Agropecuario, B. d. (s.f.). BANCO DE FOMENTO AGROPECUARIO. Obtenido de <https://www.bfa.gob.sv/marco-institucional/>
- AIVO. (30 de 09 de 2020). es.aivo.co. Obtenido de <https://es.aivo.co/blog/customer-service-challenges-in-banks-and-how-to-overcome-them>
- AliciaHamui-Sutton. (04 de 05 de 2015). Scindirect. Obtenido de Scindirect: [https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727145#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20mixtos%20\(MM\)%20combinan,preguntas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son%20complejas.](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2007505713727145#:~:text=Los%20m%C3%A9todos%20mixtos%20(MM)%20combinan,preguntas%20de%20investigaci%C3%B3n%20son%20complejas.)
- Allen, F., McAndrews, J., & Strahan, P. (2002). E-Finance: An Introduction. Journal of Financial Services Research, 27.
- Alonso, R. C. (2007). Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- Bahillo, L. (18 de mayo de 2021). Marketing 4 ecommerce. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/#:~:text=Es%20el%20a%C3%B1o%201983%20el,nombre%20de%20%C3%BAnicamente%20%C2%ABInternet%C2%BB.>
- Banca móvil y su aporte a la inclusión financiera. (2014). Boletín de educación financiera, 2.
- Banco Agrícola. (2022). Obtenido de Banco Agrícola: <https://www.bancoagricola.com/canales-digitales-empresas>
- Banco Agrícola. (2022). Obtenido de Banco Agrícola: <https://www.bancoagricola.com/somos-banco-agricola>

Banco Agrícola. (2022). Obtenido de Banco Agrícola:  
<https://www.bancoagricola.com/banca-movil>

Banco Atlantida. (2022). Obtenido de Banco Atlantida:  
<https://www.bancoatlantida.com.sv/medios-electronicos/ciberseguridad.php>

Banco Atlantida. (2022). Obtenido de Banco Atlantida:  
<https://www.bancoatlantida.com.sv/nuestro-banco/quienes-somos.php>

Banco Atlantida. (2022). Obtenido de Banco Atlantida:  
<https://www.bancoatlantida.com.sv/medios-electronicos/e-banking.php>

Banco Atlantida. (2022). Obtenido de Banco Atlantida:  
<https://www.bancoatlantida.com.sv/medios-electronicos/atm.php>

Banco Atlantida. (2022). Obtenido de Banco Atlantida:  
<https://www.bancoatlantida.com.sv/medios-electronicos/paybox.php>

Banco Atlantida. (2022). Obtenido de Banco Atlantida:  
<https://www.bancoatlantida.com.sv/medios-electronicos/tarjetas-de-debito-atlantida.php>

Banco Atlantida. (2022). Obtenido de Banco Atlantida:  
<https://www.bancoatlantida.com.sv/medios-electronicos/whatsapp.php>

Banco Azul. (2022). Obtenido de Banco Azul: <https://www.bancoazul.com/medios-digitales/apps/>

Banco Azul. (2022). Obtenido de Banco Azul: <https://www.bancoazul.com/medios-digitales/monedazul/>

Banco Azul. (2022). Obtenido de Banco Azul: <https://www.bancoazul.com/medios-digitales/banca-movil/>

Banco Azul. (2022). Obtenido de Banco Azul: <https://www.bancoazul.com/medios-digitales/banca-en-linea/>

Banco Azul. (2022). Obtenido de Banco Azul:  
<https://www.bancoazul.com/conocenos/nuestra-historia/>

Banco Central de la Republica de Argentina. (s.f.). Obtenido de  
[http://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/Cajero\\_automatiko\\_chocolate.asp#:~:text=El%201%C2%B0%20de%20junio,era%20detectado%20por%20la%20m%C3%A1quina.](http://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/Cajero_automatiko_chocolate.asp#:~:text=El%201%C2%B0%20de%20junio,era%20detectado%20por%20la%20m%C3%A1quina.)

Banco Central de Reserva. (2014). Boletín Económico.

Banco Central de Reservas. (07 de 06 de 2021). [www.bcr.gov.sv](http://www.bcr.gov.sv). Obtenido de  
<https://www.bcr.gov.sv/2021/06/07/bcr-pone-a-disposicion-de-los-usuarios-el-servicio-transfer365-para-realizar-operaciones-bancarias-24-7/>

Banco Cuscatlán. (01 de 03 de 2022). Banco Cuscatlán. Obtenido de Banco Cuscatlán:  
<https://www.bancocuscatlan.com/sala-de-prensa/transformacion-digital>

Banco Cuscatlán. (01 de 03 de 2022). Banco Cuscatlán. Obtenido de Banco Cuscatlán.

Banco de América Central. (2020). Obtenido de Banco de América Central:  
<https://ayuda.baccredomatic.com/es/banca-en-linea-y-banca-movil?subcategory=All>

Banco de América Central. (2022). Obtenido de Banco de América Central:  
<https://www.baccredomatic.com/es-sv/nuestra-empresa/sobre-nosotros>

Banco Promerica. (s.f.). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/cajeros-autom%C3%A1ticos/>

Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/>

Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/telepagos/>

Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/seguridad-promerica/>

- Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/kioscos/>
- Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/uni/>
- Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/promerica-banca-m%C3%B3vil/>
- Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/banca-de-personas/canales-alternos/promerica-en-l%C3%ADnea/>
- Banco Promerica. (2022). Obtenido de Banco Promerica:  
<https://www.promerica.com.sv/quienes-somos/historia/>
- BBVA. (25 de Noviembre de 2015). [www.bbva.com](http://www.bbva.com). Obtenido de <https://www.bbva.com/es/transferencias-bancarias-clasificacion-y-comisiones-mas-usuales/>
- BCRA. (2003). Comision de e- banking. e- banking.
- Carrasco, R. D. (2011). Investigación comercial: técnicas e instrumentos. Madrid: Editorial Tébar Flores.
- CEPAL. (2018). La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo. DESARROLLO ECONOMICO, 363.
- CERTUS. (26 de 04 de 2019). [www.certus.edu.pe](http://www.certus.edu.pe). Obtenido de <https://www.certus.edu.pe/blog/10-pautas-claves-para-mejorar-la-atencion-al-cliente-en-las-entidades-financieras/>: <https://www.certus.edu.pe/blog/10-pautas-claves-para-mejorar-la-atencion-al-cliente-en-las-entidades-financieras/>
- Cuscatlan, B. (s.f.). Banco Cuscatlan. Obtenido de <https://www.bancocuscatlan.com/acerca-de-nosotros>

Economista, E. (s.f.). El Economista. Obtenido de El Economista:  
<https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/banca-electronica>

Edufinet. (2005). www.edufinet.com. Obtenido de <https://www.edufinet.com/inicio/sistema-financiero/concepto/que-se-entiende-por-sistema-financiero#:~:text=El%20sistema%20financiero%20de%20una,dado%2C%20tiene%20necesidad%20de%20financiaci%C3%B3n>.

El Economista. (21 de 02 de 2019). www.eleconomista.net. Obtenido de <https://www.eleconomista.net/economia/El-Salvador-Banco-Cuscatlan-apuesta-a-la-digitalizacion-de-sus-servicios-20190221-0012.html>

Finanzas Digital. (19 de 03 de 2017). finanzasdigital.com. Obtenido de <https://finanzasdigital.com/2017/03/calidad-del-servicio-bancario/>

Hipotecario, B. (s.f.). Banco Hipotecario. Obtenido de <https://www.bancohipotecario.com.sv/informacion-corporativa/quienes-somos/nuestra-historia/>

Industrial, B. (s.f.). CORPORACION BI. Obtenido de <https://www.corporacionbi.com/gt/bancoindustrial/nuestra-historia>

La Hipotecaria. (s.f.). Educacion Financiera. Glosario de terminos Financieros.

Ludeña, J. A. (20 de Octubre de 2021). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/camara-de-compensacion-automatizada-ach.html>

Peiró, R. (2022). Economipedia. Obtenido de Economipedia:  
<https://economipedia.com/definiciones/satisfaccion-del-cliente.html>

Questionpro. (2022). www.questionpro.com. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/experiencia-del-cliente-en-bancos/>

QuestionPro. (s.f.). QuestionPro. Obtenido de QuestionPro:  
<https://www.questionpro.com/es/una-encuesta.html>

Robles, M. A. (26 de 03 de 2020). Resumen sobre internet. Obtenido de Biblioteca virtual Universidad de Guadalajara: [https://drive.google.com/file/d/1f5XvhJlb-d4BKN-F805H-GZ\\_hgntxuKE/view](https://drive.google.com/file/d/1f5XvhJlb-d4BKN-F805H-GZ_hgntxuKE/view)

Santiesteban Naranjo, E. (2014). Metodología de la investigación científica. Las Tunas, Puebla: Editorial Académica Universitaria EDACUN.

Scielo. (04 de 2019). Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2307-79992019000100010#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20fenomenol%C3%B3gico%20es%20la,La%20fenomenolog%C3%ADa%20hermen%C3%A9utica%20como%20m%C3%A9todo.](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2307-79992019000100010#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20fenomenol%C3%B3gico%20es%20la,La%20fenomenolog%C3%ADa%20hermen%C3%A9utica%20como%20m%C3%A9todo.)

Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador. (2012). Junta Bancaria. Ecuador.

Superintendencia del Sistema Financiero. (s.f.). Obtenido de <https://ssf.gob.sv/bancos/>

Superintendencia del Sistema Financiero. (2011). Ley de Supervision y Regulacion del Sistema Financiero.

Suriaga Sanchez, M. A. (2016). Banca Electronica. Contribuciones a la Economia.

UNI. (s.f.). uni.com.sv. Obtenido de <http://uni.com.sv/>

Villalobos, C. (20 de Mayo de 2022). CSAT: ¿qué es el índice de satisfacción del cliente? Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/service/calificacion-de-satisfaccion-del-cliente-csat>

Wikipedia. (s.f.). Wikipedia. Obtenido de Farris, Paul W.; Neil T. Bendle; Phillip E. Pfeifer; David J. Reibstein (2010): [https://es.wikipedia.org/wiki/Satisfacci%C3%B3n\\_del\\_cliente#cite\\_note-Marketing\\_Metrics-1](https://es.wikipedia.org/wiki/Satisfacci%C3%B3n_del_cliente#cite_note-Marketing_Metrics-1)

## ANEXOS.

### Anexo 1:



Facultad de Postgrado

Maestría en Dirección Estratégica de Empresas

**OBJETIVO:** Recopilar información sobre Satisfacción del cliente en el uso de los canales electrónicos del sistema financiero bancario en el municipio de San Miguel para el año 2022.

**INDICACIONES:** Con el fin de conocer la satisfacción del cliente, solicitamos su colaboración para el llenado de la siguiente encuesta, seleccionando la respuesta de su elección, en preguntas con respuestas de múltiples opciones, revisar con atención la indicación específica.

Nota: La información que brinde se tratará con absoluta confidencialidad y exclusivamente para fines de este estudio.

1. ¿Cuál es su edad? Seleccione en que rango de edad se encuentra usted

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-60

2. Indique cuál es su genero

- Hombre
- Mujer
- Otro

3. ¿Cuál es su nivel académico?

- Básica
- Media
- Superior
- Ninguna de los anteriores

4. ¿Reside en la zona urbana o rural?

- Rural
- Urbana

5. ¿Usted posee el servicio de banca en línea del sistema financiero bancario?

**(Pregunta filtro, solo se tomará en cuenta a quienes responden “Si”**

- Si
- No

Nota: Si responde afirmativamente, pase a la pregunta 7 y si respondió negativamente a la pregunta anterior, responda la pregunta 6.

6. Por qué no utiliza los canales electrónicos del sistema financiero bancario. Puede más seleccionar más de una opción.

- Porque no confía
- Porque es complicado usarla
- Porque no tengo acceso a internet
- Porque no tengo cuenta bancaria
- Porque no tiene dispositivos que le permitan usar las plataformas

7. ¿Qué tipo de usuario de plataformas digitales es?

- Personal
- Empresarial
- Ambas

8. De cuál o cuáles bancos usa aplicaciones electrónicas para realizar sus transacciones. Seleccione máximo 3 opciones.

- Banco Davivienda
- Banco Azul
- Banco Promerica
- Banco Agrícola
- Banco de América Central
- Banco Atlántida
- Banco Cuscatlán
- Banco Industrial
- Banco Abank
- Banco Hipotecario
- Banco de Fomento Agropecuario.

9. ¿Cuál de las instituciones bancarias es de su preferencia para el uso de los canales electrónicos? Marque una opción.

- Banco Davivienda
- Banco Azul
- Banco Promerica
- Banco Agrícola
- Banco de América Central
- Banco Atlántida
- Banco Cuscatlán
- Banco Industrial
- Banco Abank
- Banco Hipotecario
- Banco de Fomento Agropecuario

10. ¿Qué tanto confía usted en las aplicaciones de banca en línea del sistema financiero bancario?

- Nada
- Indiferente

- Mucho
- Poco

11. ¿Cuáles son los productos y servicios que utiliza en la banca en línea?

- Pagos de Servicios
- Pagos de tarjetas de crédito
- Pagos de préstamos
- Transferencia entre el mismo banco
- Transferencia entre otros bancos
- Pagos de tarjetas de crédito de otros bancos
- Pagos de préstamos de otros bancos
- Solicitudes de gestión
- Consulta
- Todas las opciones anteriores
- Otros

12. En un periodo de 30 días, ¿cuántas veces utilizas la banca en línea?

- 1-5 veces
- 6-10 veces
- 11-15 veces
- 16-20 veces
- Más de 21 veces

13. ¿Cuál o cuáles productos o servicios usan con mayor frecuencia en la banca en línea? Seleccione máximo 3 opciones

- Pagos de Servicios
- Pagos de tarjetas de crédito
- Pagos de préstamos
- Transferencia entre el mismo banco
- Transferencia entre otros bancos
- Pagos de tarjetas de crédito de otros bancos
- Pagos de préstamos de otros bancos
- Solicitudes de gestión

- Consulta
- Otros

14. ¿Qué tipos de dispositivos utiliza para ingresar a los servicios electrónicos del sistema financiero bancario?

- Computadora
- Teléfono Móvil
- Tablet
- Kioskos
- Cajeros Automáticos

15. En una escala del 1 al 5, ¿Cómo calificaría los servicios del sistema financiero bancario en la ciudad de San Miguel?

- 1 muy mala
- 2 mala
- 3 buena
- 4 muy buena
- 5 excelente

16. ¿Qué tan satisfecho se siente con el servicio de la banca en línea?

- Muy Satisfecho
- Satisfecho
- Poco Satisfecho
- Nada Satisfecho

17. ¿Cómo calificaría el uso de la plataforma de su preferencia?

- Muy Fácil
- Fácil
- Indiferente
- Poco fácil
- Nada fácil

18. ¿Qué tan satisfecho te encuentras con el tiempo que le otorga la app para realizar sus operaciones dentro de la banca en línea?

- Muy insatisfecho
- Insatisfecho
- Indiferente
- Satisfecho
- Muy satisfecho

19. ¿Qué riesgos percibe al usar las plataformas de banca en línea?

- Riesgo transaccional
- Riesgo de seguridad
- Riesgo reputacional
- Riesgo legal
- Riesgo de lavado de dinero

20. ¿Cuáles son aspectos que considera para mejorar la banca en línea del sistema financiero bancario?

- Plataforma más estable
- Plataforma más accesible
- Más Servicios
- Más productos
- Mayor Seguridad

Muchas gracias por tomarse su tiempo para completar la encuesta, es de mucha importancia para nuestra investigación.

**Anexo 2:** Calculo de índice de satisfacción.

**Pregunta 14:** ¿Qué tan satisfecho se siente con el servicio de la banca en línea?

Formula se utilizó el modelo CSAT (Measure Customer Satisfaction) o índice de satisfacción del cliente:

**Tabla 30: Satisfacción de servicios de banca en línea.**

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Muy Insatisfecho	2	1%
Insatisfecho	3	2%
Neutro	30	20%
Satisfecho	95	64%
Muy Satisfecho	20	13%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Datos:

Numero de encuestas: 150

Satisfecho: 95

Muy satisfecho: 20

$$\text{CSAT} = (95+20) / 150$$

$$\text{CSAT} = 115/150$$

$$\text{CSAT} = 0.7666 \times 100$$

**CSAT = 76.66 % Índice de Satisfacción.**