



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

**PROCESO DE TITULACIÓN**

**NOVIEMBRE 2021 – ABRIL 2022**

**EXAMEN GRADO O DE FIN DE CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PRUEBA PRÁCTICA**

**LICENCIADO EN COMERCIO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**

**LICENCIADO EN COMERCIO**

**TEMA:**

**USO DE LOS CANALES ELECTRÓNICOS DEL BANCO PICHINCHA EN**

**LA CIUDAD DE BABAHOYO.**

**EGRESADO:**

**HORACIO ALEXANDER GUTIÉRREZ CASTRO**

**TUTOR:**

**CPA. JULIO ERNESTO MORA ARISTEGA, MAE.**

**AÑO 2022**

## CONTENIDO

CARATULA .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CONTENIDO .....	2
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
JUSTIFICACIÓN .....	5
OBJETIVOS DEL ESTUDIO .....	6
LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....	7
MARCO CONCEPTUAL .....	8
Crecimiento en el uso de los canales alternativos .....	9
Estadísticas de uso de canales electrónicos .....	10
Ventajas de los canales electrónicos.....	10
Características de los canales electrónicos .....	11
Entidad reguladora.....	11
Requisitos para ofertar servicios en canales electrónicos.....	11
Seguridad en los canales electrónicos .....	12
Problemas relacionados al uso de los canales electrónico.....	13
Procesamiento de datos en los canales electrónicos .....	13
Actividades en los canales electrónicos.....	14
Tipos de canales electrónicos .....	14
Cajeros automáticos.....	14
Dispositivos de puntos de ventas: aplicación Deuna.....	15
Sistema de audio y respuesta .....	15
Banca electrónica.....	15
Banca Móvil .....	16
Corresponsales no bancarios .....	16
MARCO METODOLÓGICO .....	17
RESULTADOS .....	18
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	20
CONCLUSIONES.....	23
RECOMENDACIONES .....	24
REFERENCIAS .....	25
ANEXOS .....	27

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El Banco de Pichincha en la sucursal ubicada en la ciudad de Babahoyo, esta es parte del grupo de instituciones financieras que existen dentro de la ciudad y provincia, además de ser una de las más reconocidas, no solo a nivel cantonal sino nacional, al igual que muchas instituciones hoy en día el Banco de Pichincha cuenta con alternativas para acceder a sus principales servicios, entre ellos se encuentran los canales electrónicos, que durante los últimos dos años, ha sido una herramienta de apoyo para proporcionar información y realizar transacciones bancarias por parte de los clientes debido a la crisis sanitaria por COVID-19 que impedía atender a un flujo considerable de clientes de forma física, sin embargo existe inconvenientes relacionados a los canales electrónicos. Entre los principales problemas que afectan a la sucursal en referencia a este tema se destacan las siguientes:

El primero, parte de la falta de conocimiento en el uso de los canales, esto surge a partir del desconocimiento por parte de los usuarios con respecto a los servicios y productos que oferta la institución, es decir, al no identificar la actividad bancaria correcta se generan errores al momento de realizar la transacción y generan costos adicionales, a su vez crean malestar e insatisfacción que ponen en tela de duda la credibilidad de la institución, por ejemplo, en los casos del uso de la banca móvil, que permite acceder a los productos y servicios de la institución desde el dispositivo móvil de forma segura con un PIN personalizado o reconocimiento facial sin necesidad de internet, el problema de este canal, es en el cambio de contraseña, esto sucede cuando el cliente deja de realizar depósitos de forma constante, automáticamente el sistema que maneja el banco niega el acceso al sistema, hasta el momento que se cambie dicha clave, pese a ello, el inconveniente persiste porque el usuario al hacer uso de los servicios, este se hace efectivo al día siguiente de haber efectuado el proceso.

Otro problema es el tiempo que deben esperar los clientes en línea para ser atendido, por ejemplo, en la banca telefónica, debido que, con frecuencia, en el proceso para acceder a algún servicio se tarda por la cantidad de datos que hay que ingresar o contestar para verificación, lo que genera molestia en los usuarios que utilizan este canal alternativo, porque incluso tienen que volver a marcar para ratificar información, esto por lo general se da cuando se llama por teléfono convencional, por tal motivo, es un medio alterno poco utilizado por la efectividad del servicio.

El segmento de clientes frecuentes de la institución, no dominan las herramientas digitales debido a su edad, grado de escolaridad, ubicación del lugar de domicilio donde carecen de señal para acceder a este tipo de canales o simplemente no lo consideran un medio seguro, y presentan miedo, que el constante uso de estos medios provoque fugas de información, así lo evidencian las cifras generadas por Banco Pichincha (2020) en su informe anual y memoria de sostenibilidad donde manifiesta que cerca de 35% de los clientes totales del banco prefieren usar los medios digitales para realizar sus transacciones.

El uso masivo de los cajeros automáticos, la utilización de este medio como parte del servicio que brinda el Banco Pichincha, de forma frecuente presenta falta de abastecimiento, por la afluencia y uso de este por parte de los usuarios, quienes, al querer acceder a un servicio más rápido, olvidan los otros canales que pueden usar para evitar congestión y malestar al quedarse los cajeros fuera de servicio, por la falta de efectivo. Sumado a ello, genera costos de servicios y productos, es decir, el brindar los servicios de manera online, también con lleva desembolsar ciertos valores, que asumen tanto la institución como para el usuario, muchas veces no llega a satisfacer el cumplimiento, los objetivos empresariales o la búsqueda de satisfacer una necesidad por parte del usuario.

## JUSTIFICACIÓN

Es necesario realizar un estudio que identifique de los problemas que surgen con los servicios que se proporcionan a través de los medios electrónicos, puesto que, ha tomado relevancia dentro de la última década conocida como la evolución tecnológica financiera, debido a que, permite generar una solución oportuna a los problemas o necesidad de realizar alguna transacción bancaria por parte de los clientes, sin acudir de forma física a las entidades bancarias y dentro de los últimos dos años se ha posicionado en el mercado financiero como una herramienta indispensable para generar información u otorgar servicios personalizados.

Otro de los motivos que impulsan el análisis de este caso, comprende determinar las fallas que se desarrollan entorno a los canales electrónicos, puesto que, es necesario resaltar que estos son una alternativa para adquirir los servicios que presta la entidad bancaria a través de dispositivos tecnológicos, sean estos fijos o móviles que suelen tener restricciones como la capacidad de internet o saturación del sistema que impide acceder a los servicios que proporciona esta entidad financiera.

Por otra parte se obtiene información desde la perspectiva del responsable de velar por la eficiencia de los servicios y quienes lo reciben, por lo tanto, se aplican las técnicas e instrumentos necesarios al gerente de la agencia Babahoyo del banco del Pichincha, que permitirá identificar los canales que se usan con mayor frecuencia, así como, la gestión que se realiza para generar información oportuna sobre el uso de los medios electrónicos, para la adquisición de servicios bancarios en esta entidad. Seguido de ello, la encuesta realizada a los usuarios permitirá determinar el grado de satisfacción que surge a partir de la experiencia en los medios electrónico, que permite identificar las causas y efectos de los problemas existentes y generar las soluciones oportunas a través de quien corresponda.

## **OBJETIVOS DEL ESTUDIO**

### **Objetivo General**

Analizar el comportamiento en el uso de los canales electrónicos por parte de los clientes del Banco del Pichincha Sucursal Babahoyo

### **Objetivos específicos**

- ✓ Obtener información desde la perspectiva del gerente y los usuarios de la agencia Babahoyo del banco del Pichincha con respecto al uso de los canales electrónicos
- ✓ Identificar los canales electrónicos que se usan con mayor frecuencia en el Banco Pichincha.
- ✓ Determinar el efecto que tiene las fallas de los medios electrónicos en los servicios que proporciona la entidad.

## LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

La línea de investigación que se relaciona al estudio propuesto “Uso de los canales electrónicos del Banco Pichincha en la ciudad de Babahoyo” es Gestión Financiera, Administrativa, Tributaria, Auditoria, Control de la carrera de Comercio, debido que, la gestión administrativa realizada por parte del gerente y los altos mandos de la entidad, permite vincular los procesos administrativos de planificación, organización, dirección y control a generar las actividades necesarias para el buen uso de los canales electrónicos.

Mientras que la sublínea aplicables es empresas e instituciones públicas y privadas, debido a que, esta es una entidad de reconocimiento y se encuentra posicionada en el mercado del sector privado en el ámbito financiero con gran aceptación por los habitantes del Ecuador, representa el 26.7% de participación en las obligaciones por el público y 25,8% en la cartera de crédito en el mercado financiero nacional.

Por tanto, ambas, contribuyen a estructurar un estudio en la especialidad de comercio como resultado de los conocimientos adquiridos durante la formación académica en la Facultad de administración, Finanzas e informática correspondiente a la Universidad Técnica de Babahoyo, que relate la problemática basada en hechos netamente administrativos y considere los elementos internos y externos que influyen en la situación en relación al comportamiento del uso de los canales electrónicos de esta entidad.

## MARCO CONCEPTUAL

El Banco de Pichincha agencia Babahoyo, se encuentra situado en la ciudad del mismo nombre, en las calles General Barona y Flores (esquina), fue fundada en el año 1906 con la finalidad de prestar servicios y generar productos relacionados a la creación de cuentas de ahorros y corriente, emitir tarjetas de crédito y débito, inversiones, financiamiento y transacciones en el exterior, tiene presencia en varios países de América Latina, además de España y Miami.

La entidad bancaria tiene la misión de ser una institución bancaria que se destaca por su eficiencia y busca el crecimiento sostenible, con ayuda de los clientes, colaboradores, accionistas y el país entero y la visión de, ser una banca referencia debido a la experiencia en el servicio que ofrece soluciones adecuadas y se basa en el esfuerzo anticipado de las necesidades en el mercado objetivo, por otro lado, basa sus actividades en valores como: la responsabilidad, coherencia, esfuerzo y trascendencia. (Banco Pichincha S.A, 2022).

Sin embargo, la empresa presenta problemas relacionados a los canales electrónicos, según la interpretación a la Reforma Codificación Superintendencia de Bancos (2018):

Los canales electrónicos son todas aquellas vías o formas dónde los clientes usuarios financieros desarrollan transacciones con entidades bancarias, a través de, herramientas o dispositivos electrónicos o tecnológicos y estos son cajeros automáticos, dispositivos de puntos de ventas, sistema de audio y respuesta, banca electrónica, Banca móvil y corresponsales no bancarios, entre otras.

Mientras que, desde la perspectiva de Tinaut (2020):



Los canales electrónicos son aquellos que permiten el desarrollo de actividades en el sector bancario a través de varias facilidades para los clientes para controlar sus cuentas de banco desde cualquier lugar generar facilidades para realizar comparaciones de productos entre diferentes instituciones además de contribuir al ahorro de tiempo y costos.

### **Crecimiento en el uso de los canales alternativos**

Uno de los primeros sectores que busco realizar innovaciones y adaptarse a la digitalización, ha sido la banca privada, a pesar de, la inversión que se realiza para la adquisición de tecnología de punta que, permita proporcionar los servicios de forma adecuada está tiene una pendiente creciente e imparable de crecimiento de hasta 13.4% al año en la última media década. (Vector ITC Group, 2018).

Debido a las medidas de confinamiento que se decretaron en el territorio ecuatoriano a partir del año 2020, se intensificó el uso de los medios electrónicos en el Ecuador incrementando hasta el 35% de las transacciones electrónicas, realizadas entre los meses de mayo - septiembre de ese período, es decir, cada vez son más los usuarios que adquieren confianza a las instituciones financieras a través de los medios digitales para procesar pagos y cobros en tiempo real. (Banco Central del Ecuador, 2020).

Las entidades bancarias han aumentado el desarrollo de sus actividades a partir de la digitalización, puesto que, tiene la capacidad de promover la inclusión financiera es decir generar una reducción de las barreras tradicionales que impiden a las personas gozar de estos servicios que se han masificado como consecuencia del covid-19 y permite generar información y servicios a personas desatendidas del sistema financiero. (Mejía & Azar, Quito).

### **Estadísticas de uso de canales electrónicos**

El segundo canal más utilizado para el desarrollo de las transacciones en el Ecuador, comprende la utilización de los medios digitales y representa el 35% de los montos total recaudados y en noviembre del año 2020 corresponde a 4.474 millones de dólares, donde apenas iniciaba al auge de su uso. (Banco Central del Ecuador, 2020).

### **Ventajas de los canales electrónicos**

La tecnología en el ámbito financiero a través del aumento de los teléfonos móviles ha facilitado acceso a pequeñas empresas y a poblaciones para alcanzar los servicios a costos más bajos y menos riesgos, según el Banco Mundial (2018) concibe las siguientes ventajas:

- ✓ Generar documento de identidad digital para dar apertura una cuenta
- ✓ Digitalizar los pagos en efectivo de forma más eficiente
- ✓ Tener acceso a un en las zonas más remotas
- ✓ Permitir a las entidades generar propuestas para diseñar productos financieros digitales que se adapten a las necesidades de las personas.

Mientras que, los beneficios de implementar canales digitales para el desarrollo de servicios que ofertan las instituciones financieras contribuyen a las empresas a generar oportunidades, para que sus propios negocios implementen medios de pagos a través de estos canales y generen estrategias de cobro que ayudan al incremento de sus ingresos. (Garay & González, 2019)

## **Características de los canales electrónicos**

Las características de los canales electrónicos en relación al marco regulatorio de países que conforman la franja latinoamericana, de acuerdo (Banco Interamericano de Desarrollo a (2018) son:

- ✓ Medios de pago, facilita el pago entre los particulares y los servicios a través de una institución financiera.
- ✓ Crowdfunding, se realiza a través de una relación entre los particulares y los inversionistas de un proyecto que necesitan una financiación inmediata.
- ✓ Criptomoneda, busca evitar la intervención bancaria y desarrollar las transacciones de dinero local e internacional.
- ✓ Sandbox, se vincula a la innovación y genera pruebas a través de desarrolladores web o software en el sector financiero.
- ✓ Mecanismo de validación, autenticar la identificación o legalización en las operaciones de digitales a través de biometría firmas electrónicas entre otros.

## **Entidad reguladora**

La entidad que se encarga de regular el desarrollo de las actividades a través de los canales electrónicos es, la Superintendencia de Bancos, puesto que, en uno de sus funciones se encuentra realizar controles estrictos, sobre los servicios que se desarrollan a través de la banca electrónica y demás canales digitales con la finalidad de implementar la seguridad necesaria y precautelar los recursos de los clientes. (Código orgánico monetario y financiero, 2022)

## **Requisitos para ofertar servicios en canales electrónicos**

Las entidades financieras que pueden originar canales electrónicos para el desarrollo de sus transacciones están sujetas al control de la Superintendencia de Bancos,

dependiendo las operaciones que desarrollen para generar una línea de negocio y mantener un segmento crediticio que se utilice para fomentar la competitividad, a través de, los respectivos medios, previamente a su funcionamiento se realizará la solicitud de los registros de esta entidad reguladora, dónde se debe cumplir con todos los parámetros y requisitos tecnológicos y operativos establecidos en la norma para su funcionamiento. (Superintendencia de Bancos, 2022).

### **Seguridad en los canales electrónicos**

Los datos en el sistema financiero se protegen a través del *open banking*, que comprende la capacidad de las instituciones financieras, para generar acceso fácil y en tiempo real a la información de pagos estandarizados y proteger la información de los usuarios generando barreras de privacidad ante la amenaza cibernética y delitos financieros. (Arregui, Guerrero, & Ponce, 2020).

Los procesos que conllevan generar canales electrónicos al sector financiero conllevan de retos relacionados a la gestión de la seguridad de la información y ciberseguridad, puesto que, los avances tecnológicos también contienen vulnerabilidades a las que se encuentran expuestos los clientes en los canales digitales. (Superintendencia de economía popular y Solidaria, 2021).

Para el desarrollo de actividades en canales electrónicos, se debe considerar las medidas de seguridad para garantizar la información personal y financiera de los usuarios, es decir, las empresas que se dedican a desarrollar este tipo de actividades en internet deben buscar los medios para asegurar los datos de los usuarios, a través de mecanismos, técnicas y algoritmos rigurosos, para la realización de las transacciones electrónicas y evitar los riesgos. (Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información, 2020).

### **Problemas relacionados al uso de los canales electrónico**

Los principales problemas identificados a través de un estudio indican que las causas que originan la falta de confianza en los canales electrónicos, que presentan las instituciones financieras para la realización de sus transacciones, comprenden a los temores por la vulnerabilidad a la seguridad cibernética, carecen de información y guía con respecto a su uso, por lo tanto, los clientes prefieren acudir hasta la ventanilla de la institución y hacer largas colas para obtener la satisfacción de sus necesidades. (Llamuca, Mancheno, & Chaulisa, 2019).

### **Procesamiento de datos en los canales electrónicos**

Entidades del sector financiero deben estructurar de forma adecuada la gestión analítica y el procesamiento de los datos, desde el criterio de Red de Instituciones Financieras de Desarrollo (2020) considerando los siguientes parámetros:

- ✓ Comunicación fiable y segura.
- ✓ Transacciones online en tiempo real en tiempo real.
- ✓ Eficiencia para el tratamiento de la información.
- ✓ Liberar la nube y agilizar el análisis de la información.

### **Restricciones de crecimiento de los canales electrónicos**

Los medios electrónicos en su mayoría suelen ser ofertados por instituciones tradicionales que apuntan hacia la innovación y mejoramiento de la competitividad de sus productos en el mercado local, nacional e internacional, no obstante, se ve limitada por la falta de políticas específicas, que promuevan su crecimiento y faciliten a los usuarios la información correspondiente para utilizar y ampliar la gama de canales. (Banco Central , 2020).

## **Actividades en los canales electrónicos**

Las principales actividades que se desarrollan a través de los canales electrónicos según la Banco de desarrollo del Ecuador (2021):

- ✓ Verificación de los saldos o deudas pendientes.
- ✓ Transferencia de dinero.
- ✓ Realización de pagos de servicios básicos tales como energía eléctrica, agua potable y servicio telefónico, además de, pagos de transporte o deudas originadas por comercio electrónico, así como, las obligaciones tributarias.
- ✓ Realizar depósitos.
- ✓ Efectuar compras online de manera segura.

## **Tipos de canales electrónicos**

Los canales electrónicos que se usan con mayor frecuencia en el Ecuador son: cajeros automáticos, dispositivos de puntos de ventas, sistema de audio y respuesta, banca electrónica, Banca móvil y corresponsales no bancarios, entre otras.

### ***Cajeros automáticos***

Los cajeros automáticos funcionan como una terminal y pensador que genera un flujo de efectivo, se mantiene activo durante las 24 horas del día, los 7 días de la semana y se ha convertido en un canal multifuncional, es decir, desarrollar diferentes actividades como: retiro de dinero, depósito, pago de deudas, transferencias bancarias, pago de servicios básicos, entre otras; está conformado por un sistema de cámaras, sensores y lectores de huellas, que permiten garantizar al usuario los servicios proporcionados por las instituciones en el sector financiero. (Funcas, 2021).

### ***Dispositivos de puntos de ventas: aplicación Deuna***

Es una aplicación que se puede descargar a través de *Google play* o *Apple store* y lanzó el mercado financiero el Banco Pichincha, permite la realización de pagos y cobros a través de una cuenta a personas o negocios locales, mediante el uso de un código QR, desde el móvil a un número de cuenta, este requiere de la existencia de cuentas de ahorro o corriente, clave de usuario de banca web o banca móvil, *e-mail* registrado en la institución, acceso internet y una configuración automática en el dispositivo móvil. (Banco Pichincha, 2022).

### ***Sistema de audio y respuesta***

También conocido como IVR, es considerado como un sistema automático que genera una respuesta interactiva y permite entregar o recibir información a través de un dispositivo móvil. (Superintendencia de Bancos, 2018).

### ***Banca electrónica***

El canal que presenta mayor frecuencia en el sector financiero contempla el uso de la banca web que funciona a través del acceso a internet y en países europeos se inició a implementar en la década de los noventas proporcionando conectividad, accesibilidad y disponibilidad al usuario que demandaba desarrollar alguna actividad en relación a la institución bancaria a cualquier hora de forma inmediata y en tiempo real. (Viejo, 2018).

Una de las facilidades que generan la utilización de la banca web comprende dar apertura a cuentas en línea de forma rápida sin embargo existe un porcentaje reducido de instituciones que aún siguen rezagadas y prefieren que el interesado acuda a realizar su firma y verificación de la identidad para realizar activaciones de tarjetas o dará apertura cuenta de ahorros y corriente más aún cuando se busca realizar transacciones de gran magnitud. (American Market Intelligence, 2020).

### ***Banca Móvil***

Se denomina banca móvil al canal electrónico que permite realizar transacciones a través de un sistema integrado y cómo ayuda de un dispositivo móvil, con acceso a internet, esto genera servicios de transferencia, consulta, pago de servicios y créditos, es considerada como una de las herramientas en el ámbito financiero más utilizada. (Marcano, 2019).

### ***Corresponsales no bancarios***

Los corresponsales no bancarios, son canales a través de los cuales la entidad financiera genera servicios con terceros, es decir, tiendas, bazares, farmacias, negocios, entre otros; está se encuentran relacionados con la entidad a través de una transmisión de datos que requieren de previa autorización por el organismo de control, es una alianza estratégica que ha permitido a los ecuatorianos recibir los servicios de forma rápida y cerca de sus domicilios durante la pandemia. (Asobanca, 2021).



## MARCO METODOLÓGICO

El método que se aplicó en este estudio comprende, el analítico, debido que, a través de este, se realizó la descripción de los procedimientos que se desarrollan en cuanto al uso de los canales electrónicos del Banco Pichincha, así como, se identificó los problemas que surgen por parte de los clientes al intentar efectuar alguna transacción por estos medios, sin éxito, que conllevó a determinar las causas que lo originan y cuál es el impacto que tiene en la imagen corporativa de la entidad financiera.

Mientras que las técnicas necesarias para recopilar información son:

- ✓ La entrevista, permitió identificar cada uno de los procedimientos y redes digitales financieras que se usan con mayor frecuencia en la localidad
- ✓ La encuesta, contribuye a recopilar información con respecto al grado de satisfacción con el uso de los medios digitales para realizar sus transacciones financieras.

Por otro lado, los instrumentos que se emplearon para extraer los datos refieren:

- ✓ Ficha de entrevista, estructurada de ocho interrogantes preelaborada, para su efecto se realizó con la ayuda del Gerente de la agencia Babahoyo.
- ✓ Cuestionario de encuesta, se conformó de diez preguntas cerradas, y se consideró la escala de Likert para su elaboración, esta se aplica a una muestra aleatoria de 30 clientes frecuentes de la institución, las respuestas obtenidas fueron procesada, tabuladas, analizadas e interpretadas para evidenciar los hallazgos obtenidos en la investigación.

## RESULTADOS

La entrevista aplicada al gerente del Banco Pichincha, logró obtener la siguiente información:

**Tabla 1**

Resultados de la entrevista aplicada al gerente del Banco Pichincha sucursal Babahoyo.

Orden	Preguntas	Datos relevantes encontrados
1	¿Cuáles son los canales electrónicos que ofrece Banco Pichincha?	Banca Móvil, Banca Web, Aplicación De Una.
2	¿Los usuarios de los servicios bancarios de su entidad, conocen estos canales electrónicos, sobre todo los servicios y productos, y sus beneficios?	Si, en su mayoría, pero muchos de ellos prefieren aún lo convencional e ir a las agencias de forma presencial, sobre todo los usuarios de tercera edad y usuarios que no manejan mucho la tecnología.
3	¿Qué tipo de inconveniente presentan el uso de los canales electrónicos?	Recientemente el Banco Pichincha ha presentado intermitencia en sus canales electrónicos por actualizaciones de los sistemas y esto ha desencadenado inconformidades e incertidumbre en los clientes porque algunos usuarios se bloquearon y algunas transacciones se reversaron, pero todos estos inconvenientes en la actualidad están controlados y subsanados.
4	En cuestión gestión: ¿Qué tipos de planes de acción, implementan para la administración de los canales electrónicos?	Se implementan planes de acción directamente desde la matriz principal del Banco Pichincha, ya que ellos son quienes administran los canales electrónicos y socializan estos planes a las diferentes agencias del país. Entre ellos se encuentran planes de extensión de horarios de agencias, uso de canales alternativos, entre otros.
5	¿Qué tipo de gestión se le da a las quejas y sugerencias, presentadas por los usuarios al momento de existir algún	A todas las quejas y sugerencias se les da el seguimiento respectivo por parte de los asesores hasta que se solucione la inconformidad del cliente y/o hasta tener una respuesta sobre su requerimiento.

	inconveniente con los servicios de canales electrónicos?	
6	¿Cuándo los canales electrónicos fallan a nivel nacional, qué otros medios tienen los usuarios para acceder a los servicios bancarios, a su dinero y a sus cuentas?	En este caso podrían acudir a las agencias para acceder a los servicios bancarios que brinda Banco Pichincha, pero es poco probable que fallen todos los canales electrónicos al mismo tiempo.
7	¿Se considera a las corresponsales no bancarias como parte de los canales electrónicos?	No, los corresponsales no bancarios se consideran canales de atención o denominados CNB.
8	¿Qué actividades de control interno implementa la institución en la coordinación de los canales electrónicos?	Sobre las actividades de control interno que realiza Banco Pichincha en el manejo de los canales electrónicos, podría indicar que es una información que tiene carácter de confidencial porque estos canales manejan información sensible de los clientes y que al ser expuesta se podría ver vulnerada la seguridad de la información y de los sistemas utilizados para el funcionamiento de estos canales.

**Fuente:** Entrevista aplicada al gerente del Banco Pichincha sucursal Babahoyo.

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro.

Con la aplicación del cuestionario de encuesta a una muestra aleatoria de 30 clientes frecuentes de la entidad bancaria, se pudo obtener las siguientes respuestas:

**Tabla 2**

Satisfacción de los usuarios respecto a los productos y servicios que ofrece el Banco Pichincha a través de los canales electrónicos.

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente satisfecho	2	7%
Muy satisfecho	8	27%
Neutral	10	33%
Poco satisfecho	8	27%
Nada satisfecho	2	7%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

**Tabla 3**

Canales electrónicos más utilizados para realizar operaciones.

Opciones	Frecuencia	%
Banca Móvil	14	47%
App De Una	4	13%
Banca Web	10	33%
Ninguna	2	7%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

**Tabla 4**

Problemas en los canales electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
Problemas de caída del sistema	15	50%
Colapso de la Banca Web	5	17%
Bloqueo de usuario, por no reconocimiento de huella, o contraseña	10	33%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

## DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Con la aplicación de la entrevista realizada al gerente de banco pichincha agencia Babahoyo, que muestra la (*Tabla 1*) se puede determinar que los canales electrónicos que ofrece el Banco Pichincha corresponde a banca móvil, banca web, aplicación de una, más no los corresponsales no bancarias, pues son considerado canales de atención al cliente; sin embargo, la mayoría de los clientes aún prefieren acudir hasta la ventanilla de la institución para realizar las transacciones de forma convencional, sobre todo aquellos usuarios que tienen un rango etario superior a 60 años, es decir, la tercera edad, debido a que les es imposible dominar la tecnología moderna, por otro lado, esta entidad nacional en el sector financiero ha implementado los canales electrónicos y sus actualizaciones constantes, debido a la saturación de clientes, a pesar que tiene constancia que este ha desencadenado inconformidades e incertidumbre en los usuarios porque presentan problemas de bloqueo y algunas transacciones no se ejecutan. De modo que, la parte operativa de esta institución busca implementar planes de acción a partir de la matriz principal para realizar la socialización a los usuarios con respecto al uso de estos canales alternativos. No obstante, cuándo existen fallas a nivel nacional en los canales electrónicos los clientes pueden acudir a la agencia directamente a solucionar aquellos inconvenientes

Por otra parte, el control que se realiza con respecto a la información que se proporciona a través de los canales electrónicos es de carácter confidencial, puesto que, se tiene en cuenta que la seguridad puede ser vulnerada y generar conflicto con los clientes que amenacen la imagen y buen funcionamiento de la empresa financiera.

Mientras que, desde la perspectiva de los usuarios a través de la aplicación de la encuesta muestra a través de las interrogantes con mayor relevancia, estas conllevan que los canales electrónicos que a los que acuden con mayor frecuencia comprende la banca

móvil y banca web debido a las transacciones que se puede realizar por estos medios, además de, los protocolos de seguridad que se siguen para ingresar a estos canales electrónicos que permiten en cierto modo generar una sensación de seguridad por parte de los usuarios así lo evidencia la (*Tabla 3*).

Por otro lado, muestra la (*Tabla 2*) que recopila información con respecto al grado de satisfacción que presenta los usuarios del Banco Pichincha, en relación a los canales electrónicos y dio como resultado que la mayor parte de los clientes frecuentes no consideran encontrarse satisfecho ni insatisfecho, sin embargo, existe otro número representativo de clientes que consideran encontrarse poco satisfecho con los procedimientos que se desarrollan para adquirir un servicio a través de estos medios digitales.

La calificación que se da en torno a el uso de los canales electrónicos corresponde a problemas como caídas del sistema colapso en la banca web y principalmente al bloqueo de usuarios por él no reconocimiento de huellas o contraseñas que son las causantes de generar un servicio que no proporciona un grado de satisfacción positivo.

## CONCLUSIONES

Se realizó la aplicación de los instrumentos de recolección de información dónde se obtuvo respuestas por parte del gerente del Banco Pichincha agencia Babahoyo, que se encuentra al tanto de la existencia de problemas en relación a las fallas del sistema y falta de socialización por parte de la matriz a los usuarios con respecto al uso de los canales electrónicos, así como cada una de las transacciones que se pueden desarrollar a través de estos medios, mientras que, de la perspectiva de los usuarios, las fallas generan desconfianza para el desarrollo de actividades frecuentes más aun cuando esta dinero de por medio.

Los canales electrónicos que se usan con mayor frecuencia por parte de los usuarios en la ciudad de Babahoyo corresponden a la Banca Móvil, banca Web y la app De Una, son los que permiten que los ciudadanos accedan a los servicios institucionales.

Uno de los efectos que se evidencia en esta investigación con respecto a la falla de los medios electrónicos en los servicios que proporciona el Banco Pichincha, se debe a la imposibilidad de ingresar a estos medios de forma rápida, además de tener colapsos constantes en el sistema que conlleva a la no realización de las transacciones y a su vez es generadora de un grado de satisfacción negativo que afecta significativamente a confianza e imagen corporativa que tiene la empresa e incremento de la demanda de clientes en ventanillas.

## **RECOMENDACIONES**

Al finalizar este estudio y analizar los problemas existentes, se recomienda:

Considerar la información obtenida en este estudio con respecto al análisis del uso de los canales electrónicos del Banco Pichincha en la ciudad de Babahoyo para conocer los puntos de vista desde todos aquellos involucrados y quien corresponda realice las gestiones pertinentes para dar soluciones oportunas que conlleven mejorar los servicios a través de los medios digitales.

Generar planes de acción en la agencia Babahoyo bajo previa autorización de la matriz, con la finalidad de realizar una campaña de socialización donde se especifiquen mayores beneficios con respecto al uso de los canales electrónicos y las barreras de seguridad que se utilizan para garantizar la información que se proporciona a través de estos medios, está debe realizarse no solo a través de la tecnología sino también a cada uno de los usuarios que acuden a ventanilla para descongestionar el área de atención al cliente y direccionar a los clientes hacia el uso frecuente de los canales alternativos.

Realizar una encuesta de satisfacción al cliente donde se estructura y preguntas que puedan dar alternativas para mejorar los servicios y atención que oferta esta entidad bancaria a través de los canales electrónicos



## REFERENCIAS

- American Market Intelligence. (2020). *La banca digital en América Latina: mejores prácticas y el giro hacia la banca como servicio*. Estados Unidos: American Market Intelligence.
- Arregui, S. R., Guerrero, M. R., & Ponce, S. K. (2020). *Inclusión financiera y desarrollo: situación actual, retos y desafíos de la banca*. Guayaquil: Superintendencia de bancos del Ecuador.
- Asobanca. (2021). *Los corresponsales no bancarios piden su cobertura en el país, crecieron un 27% anual*. Quito: Asobanca.
- Banco Central . (2020). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2020–2024*. Quito : Banco Central.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Evolución de los medios de pago del Ecuador en el contexto de la pandemia covid-19*. Quito : Banco Central del Ecuador.
- Banco Central del Ecuador. (2020). *Rendición de cuentas 2020*. Quito: Banco Central del Ecuador.
- Banco de desarrollo del Ecuador. (2021). *Programa de educación financiera*. Quito: Banco de desarrollo del Ecuador.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). *Fintech: América Latina 2018*. Washington D. C.: Bid.
- Banco Mundial. (20 de Abril de 2018). *La inclusión financiera es un factor clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad*. Obtenido de Banco Mundial:  
<https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview#1>
- Banco Pichicha. (2020). *Informe anual y memoria de sostenibilidad*. Quito: Banco Pichicha.
- Banco Pichicha S.A. (2022). *¿Quiénes Somos?* Obtenido de Banco Pichicha S.A:  
<https://www.bancopichincha.com.co/web/corporativo/quienes-somos>
- Banco Pichincha. (2022). *Deuna!* Obtenido de Banco Pichincha:  
<https://www.pichincha.com/portal/canales-de-atencion/deuna>
- Código orgánico monetario y financiero. (11 de Febrero de 2022). Código orgánico monetario y financiero. *Código orgánico monetario y financiero*. Quito, Pichincha, Ecuador: Lexis Finder.
- Funcas. (2021). Las nuevas funcionalidades de los cajeros automáticos. *Notas observatorio de la digitalización financiera, 1-2*.
- Garay, R. M., & González, d. M. (2019). *El uso de los servicios financieros digitales por parte de las MYPES*. Realidad Empresarial: 1-10.

- Llamuca, P. S., Mancheno, S. M., & Chaulisa, C. S. (2019). E-banking, una necesidad de virtualización en el sector financiero ecuatoriano. *FIPCAEC*, 4(2), 578-594.
- Marcano, B. A. (2019). Uso de banca móvil en México: inclusión financiera y costo de transacción. *Tesina*. Centro de investigación y docencia económica, Ciudad de México.
- Mejía, D., & Azar, K. (Quito). *Políticas de inclusión financiera y las nuevas tecnologías en América Latina*. 2021: Corporación Andina de Fomento.
- Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información. (2020). *Estrategia nacional de comercio electrónico*. Quito: Gobierno de la República del Ecuador.
- Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. (2020). *Ecosistema digital Ecuador: retos y oportunidades*. Guayaquil: Guayaquil.
- Reforma Codificación Superintendencia de Bancos. (12 de Septiembre de 2018). Reforma codificación superintendencia de bancos. *Reforma codificación superintendencia de bancos*. Quito, Pichincha, Ecuador: Lexis Finder.
- Superintendencia de economía popular y Solidaria. (2021). *Situación de los servicios financieros y digitales y seguridad de la información en las SFPS*. Quito: Superintendencia de economía popular y Solidaria.
- Superintendencia de Bancos. (2018). *Resolución No. SB-2018-771*. Quito: Superintendencia de Bancos.
- Superintendencia de Bancos. (2022). *Libro I. Normas de control para las entidades de los sectores financieros públicos y privados*. Quito: Gobierno de la República del Ecuador.
- Tinaut, S. (2020). *El presente de la banca online y sus futuros retos*. España: Universidad de Jaén.
- Vector ITC Group. (2018). *Digital banking*. Bogotá: Vector TC Group.
- Viejo, V. F. (2018). Análisis de la banca por internet de los usuarios particulares: un modelo en dinámica de sistemas. *Tesis doctoral*. Universidad de Valladolid, Valladolid.

## ANEXOS

### Anexo 1 Ficha de entrevista

**Universidad Técnica de Babahoyo**  
**Facultad de administración, Finanzas e informática**  
**Escuela de administración**  
**Carrera de Comercio**

**Entrevistado:** Gerente del Banco Pichincha agencia Babahoyo

**Objetivos:** Determinar los procesos que se realizan para el uso de los canales electrónicos que ofrece la institución

**Preguntas:**

1. ¿Cuáles son los canales electrónicos que ofrece Banco Pichincha?
2. ¿Los usuarios de los servicios bancarios de su entidad, conocen estos canales electrónicos, sobre todo los servicios y productos, y sus beneficios?
3. ¿Qué tipo de inconveniente presentan el uso de los canales electrónicos?
4. En cuestión gestión: ¿Qué tipos de planes de acción, implementan para la administración de los canales electrónicos?
5. ¿Qué tipo de gestión se le da a las quejas y sugerencias, presentadas por los usuarios al momento de existir algún inconveniente con los servicios de canales electrónicos?
6. ¿Cuándo los canales electrónicos fallan a nivel nacional, qué otros medios tienen los usuarios para acceder a los servicios bancarios, a su dinero y a sus cuentas?
7. ¿Se considera a las corresponsales no bancarias como parte de los canales electrónicos?
8. ¿Qué actividades de control interno implementa la institución en la coordinación de los canales electrónicos?

**Universidad Técnica de Babahoyo**  
**Facultad de administración, Finanzas e informática**  
**Escuela de administración**  
**Carrera de Comercio**

**Encuestado:** Usuarios del Banco Pichincha agencia Babahoyo

**Objetivos:** Determinar el grado de satisfacción con el uso de los canales electrónicos de la institución

**1. Genero**

Masculino

Femenino

**2. Rango etario**

De 18 a 30 años

De 31 a 50 años

Mayores de 50 años

**3. ¿Se encuentra satisfecho con los productos y servicios que ofrece el Banco Pichincha a través de los canales electrónicos?**

Totalmente satisfecho

Muy satisfecho

Neutral

Poco satisfecho

Nada satisfecho

**4. De los canales electrónicos, ¿Cuál es el que más utiliza, para realizar alguna operación bancaria?**

Banca Móvil

App De Una

Banca Web

Ninguna

Otros

**5. ¿Desde dónde accede usted a los servicios bancarios, a través de los canales electrónicos?**

Computador

Smartphone (Celular)

Tablet

No utiliza

Otro

**6. ¿Qué tipo de problema es el que más se presenta en los canales electrónicos que usted usa?**

Problemas de caída del sistema

Colapso de la Banca Web

Bloqueo de usuario, por no reconocimiento de huella, o contraseña

( ) Otros \_\_\_\_\_

**7. Desde su experiencia: ¿Cómo califica el uso de los canales electrónicos que ofrece el Banco Pichincha?**

- ( ) Excelente
- ( ) Muy Buena
- ( ) Bueno
- ( ) Regular
- ( ) Malo
- ( ) Otros

**8. ¿Cree usted que la agencia del Banco Pichincha en Babahoyo, le brinda una atención oportuna, para dar solución a su problema con los canales electrónicos?**

- ( ) Totalmente de acuerdo
- ( ) De acuerdo
- ( ) Neutral
- ( ) En desacuerdo
- ( ) Totalmente en desacuerdo

**9. Desde su punto de vista como usuario: ¿Considera usted, que se debe implementar acciones para la mejora de los canales electrónicos?**

- ( ) Totalmente de acuerdo
- ( ) De acuerdo
- ( ) Neutral
- ( ) En desacuerdo
- ( ) Totalmente en desacuerdo

**10. ¿Cuántas Transacciones bancarias realiza promedio en el mes por canales electrónicos?**

- ( ) 1-5
- ( ) 5-10
- ( ) 10-20
- ( ) +20

**Tabla 5**

Resultados de la entrevista aplicada al gerente del Banco Pichincha sucursal Babahoyo.

<b>Orden</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Datos relevantes encontrados</b>
1	¿Cuáles son los canales electrónicos que ofrece Banco Pichincha?	Banca Móvil, Banca Web, Aplicación De Una.
2	¿Los usuarios de los servicios bancarios de su entidad, conocen estos canales electrónicos, sobre todo los servicios y productos, y sus beneficios?	Si, en su mayoría, pero muchos de ellos prefieren aún lo convencional e ir a las agencias de forma presencial, sobre todo los usuarios de tercera edad y usuarios que no manejan mucho la tecnología.
3	¿Qué tipo de inconveniente presentan el uso de los canales electrónicos?	Recientemente el Banco Pichincha ha presentado intermitencia en sus canales electrónicos por actualizaciones de los sistemas y esto ha desencadenado inconformidades e incertidumbre en los clientes porque algunos usuarios se bloquearon y algunas transacciones se reversaron, pero todos estos inconvenientes en la actualidad están controlados y subsanados.
4	En cuestión gestión: ¿Qué tipos de planes de acción, implementan para la administración de los canales electrónicos?	Se implementan planes de acción directamente desde la matriz principal del Banco Pichincha, ya que ellos son quienes administran los canales electrónicos y socializan estos planes a las diferentes agencias del país. Entre ellos se encuentran planes de extensión de horarios de agencias, uso de canales alternativos, entre otros.
5	¿Qué tipo de gestión se le da a las quejas y sugerencias, presentadas por los usuarios al momento de existir algún inconveniente con los servicios de canales electrónicos?	A todas las quejas y sugerencias se les da el seguimiento respectivo por parte de los asesores hasta que se solucione la inconformidad del cliente y/o hasta tener una respuesta sobre su requerimiento.
6	¿Cuándo los canales electrónicos fallan a nivel nacional, qué otros medios tienen los usuarios para acceder a los servicios bancarios, a su dinero y a sus cuentas?	En este caso podrían acudir a las agencias para acceder a los servicios bancarios que brinda Banco Pichincha, pero es poco probable que fallen todos los canales electrónicos al mismo tiempo.

7 ¿Se considera a las No, los corresponsales no corresponsales no bancarias como bancarios se consideran canales de parte de los canales electrónicos? atención o denominados CNB.

8 ¿Qué actividades de control interno implementa la institución en la coordinación de los canales electrónicos? Sobre las actividades de control interno que realiza Banco Pichincha en el manejo de los canales electrónicos, podría indicar que es una información que tiene carácter de confidencial porque estos canales manejan información sensible de los clientes y que al ser expuesta se podría ver vulnerada la seguridad de la información y de los sistemas utilizados para el funcionamiento de estos canales.

**Fuente:** Entrevista aplicada al gerente del Banco Pichincha sucursal Babahoyo.

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro.

*Al aplicar la encuesta a los usuarios se obtienen los siguientes datos:*

**Tabla 6**

Género de los usuarios encuestados.

Opciones	Frecuencia	%
Masculino	13	43%
Femenino	17	57%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

De acuerdo a la encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha, estos comprenden en su mayoría al género femenino, y alcanzo el 57%

**Tabla 7**

Rango de edades de los usuarios encuestados

Opciones	Frecuencia	%
De 18 a 30 años	15	50%
De 31 a 50 años	8	27%
Mayores de 50 años	7	23%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

El rango de edad en que se encuentran los usuarios frecuentes de los canales electrónicos que presenta el Banco Pichincha, corresponde al 50% entre 16-30 años, el 27% entre 31-50 años y el 23% mayores a 50 años, es decir, el segmento de clientes que prefieren usar este medio para realizar sus transacciones corresponde a 18-30 años de edad.

**Tabla 8**

Satisfacción de los usuarios respecto a los productos y servicios que ofrece el Banco Pichincha a través de los canales electrónicos.

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente satisfecho	2	7%
Muy satisfecho	8	27%
Neutral	10	33%
Poco satisfecho	8	27%
Nada satisfecho	2	7%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo*

*Elaborado por: Alexander Gutiérrez Castro*

El grado de satisfacción que presentan los usuarios del Banco Pichincha en relación al uso de canales electrónicos comprende 33% prefieren no se sienten ni satisfecho, ni insatisfecho, el 27% se encuentra muy satisfecho, el 27% considera poco satisfecho y el 7% está totalmente satisfecho o nada satisfecho, es decir, en su mayoría los clientes presentan un grado de satisfacción negativo.

**Tabla 9**

Canales electrónicos más utilizados para realizar operaciones.

Opciones	Frecuencia	%
Banca Móvil	14	47%
App De Una	4	13%
Banca Web	10	33%
Ninguna	2	7%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Fuente: Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo*

*Elaborado por: Alexander Gutiérrez Castro*



En cuanto al uso de los diferentes tipos de canales electrónicos el 47% de los usuarios manifestó que utiliza la banca móvil, el 33% banca web, 13% app De una y el 7% ninguna, es decir, la mayor parte de los clientes de esta entidad bancaria utilizan los medios digitales para realizar transacciones bancarias.

**Tabla 10**

Tecnología para acceder los canales electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
Computador	9	30%
Smartphone (Celular)	15	50%
Tablet	4	13%
No utiliza	2	7%
Otro	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

Desde la perspectiva de los encuestados el 50% de ellos utilizan los Smartphone o celular para acceder a los canales electrónicos, el 30% lo realiza mediante la computadora, el 13% la Tablet y el 7% no utiliza, de modo que, se puede determinar que los usuarios en su mayoría utilizan teléfono móvil para la realización de sus transacciones.

**Tabla 11**

Problemas en los canales electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
Problemas de caída del sistema	15	50%
Colapso de la Banca Web	5	17%
Bloqueo de usuario, por no reconocimiento de huella, o contraseña	10	33%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

De acuerdo a los resultados obtenidos los usuarios consideran que los problemas frecuentes en torno al uso de los canales electrónicos corresponden que el 50% de los

casos se debe a problemas de caídas del sistema, el 33% comprenden a los bloqueos de usuarios por no reconocimiento de huellas o contraseñas y el 17% colapso de la banca web, por lo tanto, los problemas se centran en la saturación del sistema e incide en el ingreso a los canales electrónicos o la finalización de las transacciones que se encuentra desarrollando.

**Tabla 12**

Calificación de los canales electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
Excelente	0	0%
Muy Buena	3	10%
Bueno	5	17%
Regular	12	40%
Malo	10	33%
Otros	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

Al calificar el uso de los canales electrónicos que ofrece Banco Pichincha, se obtuvo que el 40% de ellos manifiesta sus servicios son regulares, el 33% malo, 17% bueno y 10% muy bueno, es decir, los servicios que ofertan los medios digitales que presenta esta entidad pueden catalogarse como negativos.

**Tabla 13**

Percepción sobre la atención en canales electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	1	3%
De acuerdo	3	10%
Neutral	11	37%
En desacuerdo	15	50%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

Desde la perspectiva de los usuarios del Banco Pichincha con respecto a los canales electrónicos el 50% se encuentran en desacuerdo en la atención que brinda para

dar soluciones a los problemas a través de estos medios, el 37% prefiere no generar opinión el 10% indica estar de acuerdo y el 3% totalmente de acuerdo, es decir, es evidente que de acuerdo a las personas que reciben el servicio a través de los canales electrónicos está no se realiza de forma eficiente.

**Tabla 14**

Percepción sobre mejoras en los canales electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
Totalmente de acuerdo	22	73%
De acuerdo	8	27%
Neutral	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Totalmente en desacuerdo	0	0%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

Según las respuestas obtenidas de los clientes frecuentes del Banco Pichincha el 73% de los usuarios considera estar totalmente de acuerdo con la implementación de acciones para mejorar los servicios a través de los canales electrónicos. Mientras que, el 27% manifiesta estar de acuerdo de modo que es necesario considerar las estrategias necesarias para mejorar los servicios que se proporcionan a través de los medios digitales que ofrece esta entidad bancaria.

**Tabla 15**

Numero de transacciones bancarias por mes en los canales electrónicos

Opciones	Frecuencia	%
1-5	5	17%
5-10	3	10%
10-20	10	33%
+20	12	40%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Encuesta aplicada a los usuarios del Banco Pichincha sucursal Babahoyo

**Elaborado por:** Alexander Gutiérrez Castro

Al consultar cuál es el número de transacciones bancarias que realiza de forma mensualizada en los canales electrónicos del Banco Pichincha el 40% manifiesta realiza más de 20, el 33% entre 10 y 20 transacciones, el 10% entre 5 y 10 veces accede a estos servicios y el 17% entre 1 y 5. Es decir, se realiza un número considerable de transacciones a través de estas alternativas digitales.