



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACUTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TEMA:**

**Análisis para la Propuesta de un Plan de Incentivos para el  
Uso del Comercio Electrónico en Bancos Locales**

**AUTOR:**

**López Salazar, William Andrés**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del Título de:  
INGENIERO EN GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**TUTOR:**

**Ing. Miranda López, Jorge Luís**

**Guayaquil, Ecuador**

**2014**

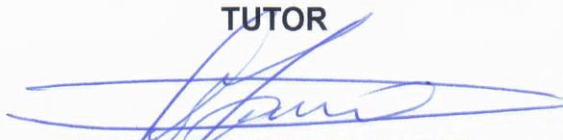


**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **el Sr. William Andrés López Salazar**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**.

**TUTOR**



---

**Ing. Jorge Luis Miranda López**

**REVISORES**



---


**Msc. Laura Echeverría E.**



---

**Ing. Pedro Zambrano Miranda, MA.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**



---

**Dr. Alfredo Govea**

**Guayaquil, a los 26 días del mes de Mayo del año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **William Andrés López Salazar**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “Análisis para la propuesta de un plan de incentivos para el uso del comercio electrónico en bancos locales” previo a la obtención del Título de **Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 26 días del mes de Mayo del año 2014**

**EL AUTOR**

  
\_\_\_\_\_  
**William Andrés López Salazar**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACUTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **William Andrés López Salazar**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **“Análisis para la propuesta de un plan de incentivos para el uso del comercio electrónico en bancos locales”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 26 días del mes de Mayo del año 2014**

**EL AUTOR:**

  
\_\_\_\_\_  
**William Andrés López Salazar**

## **AGRADECIMIENTO**

La elaboración y resultado de este trabajo de titulación fue posible gracias al apoyo de muchas personas que estuvieron presentes en este arduo proceso; sobre todas las cosas agradezco a Dios por darme la sabiduría para realizar este trabajo con esmero y profesionalismo.

Agradezco a mi familia que ha estado presente siempre en los momentos felices pero sobretodo en los difíciles, con un amor incondicional. A mis tres madres Silvia, Betty y Tati y son mi impulso de ser mejor cada día; a mis tíos Xavier y Juan que me han enseñado la humildad y a mi papá Joffre. Agradezco de igual manera a mi hermana Wendy, mi sobrino Allito y mi cuñado Allan que me auguran todo el éxito para esta nueva etapa de mi vida.

Finalmente agradezco a mis colegas Yeltsin, María Fernanda, Kevin, Christina y Edison, a mi tutor por su adiestramiento, seriedad y acertada ayuda; pero especialmente a Ana Karina por su joven sabiduría y compañía incondicional. ¡Gracias a todas las personas que aportaron para este trabajo!

**William Andrés López Salazar**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo en el que he puesto todo mi esfuerzo se lo dedico a mi padre que descansa en paz, que aunque no se encuentre junto a mí lo siento siempre a mi lado. Tengo la plena certeza que el día de mi graduación estarás presente conmigo.

¡Muchas gracias por ser mi padre, mi héroe y mi orgullo! ¡Haré todo para que te sientas orgulloso de mí!

**William Andrés López Salazar**



## CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>i</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>ii</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xi</b>
<b>RESUMÉ.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiii</b>

### ÍNDICE GENERAL

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Tema de Investigación.....	1
1.2. Justificación.....	1
1.3. Contribución Potencial del Estudio.....	2
1.4. Antecedentes.....	2
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>4</b>
2.1. Declaración Interrogativa.....	6

<b>3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>8</b>
3.1. Objetivo General.....	8
3.2. Objetivos Específicos.....	8
<b>4. MARCO CONTEXTUAL.....</b>	<b>9</b>
4.1. El Internet y su historia.....	9
4.2. El Internet en la sociedad ecuatoriana.....	11
4.3. Mercado Virtual.....	12
4.4. El comercio electrónico.....	15
4.5. Clasificación del comercio electrónico.....	17
4.6. El E-Banking.....	18
<b>5. METODOLOGÍA.....</b>	<b>20</b>
5.1. Método.....	20
5.1.1. Justificación de la elección de los métodos.....	21
5.2. Diseño de la Investigación.....	21
5.2.1. Investigación cualitativa.....	21
5.2.1. Investigación cuantitativa.....	22
5.2.2. Técnicas de Recogida de Datos.....	23
5.2.3. Técnicas y Modelo de Análisis de Datos.....	23
<b>6. CAPÍTULO 1: EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA BANCA ECUATORIANA</b>	
6.1. A pasos cortos, el Internet está más en el país.....	25
6.2. La banca local y su evolución.....	29



6.3. Situación del comercio electrónico actual.....	33
6.4. El E-banking en el país.....	35
6.5. Aspecto jurídico.....	39
6.6. Las nuevas tendencias.....	40

## **7. CAPÍTULO 2: RIESGOS QUE PERCIBEN LOS CLIENTES A TRAVÉS DEL E-BANKING.**

7.1. Puntos desfavorables sobre el Internet en el Ecuador.....	43
7.2 Realidad actual.....	44
7.3. Percepción de compras en Internet.....	46
7.4. Dificultades y temores del e-banking.....	52
7.4.1 Metodologías de robo de información. ....	53
7.4.2. Otras vías de ataque, Smartphone y Tablets.....	57
7.5. Métodos para apaciguar el riesgo.....	57

## **8. CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN DE MERCADO**

8.1. Delphis.....	60
8.1.1. Delphi a Valeria Borja, Soporte Técnico de la Banca Electrónica del Banco Pichincha.....	60
8.1.2. Delphi a Patricia Segura, Supervisora de Contact Center del Produbanco.....	62
8.1.3. Delphi a Luisa Gómez, Oficial Sénior del departamento de Marketing del Banco Guayaquil.....	64
8.1.4. Delphi a Diana Castellanos, Jefe de productos del Banco General Rumiñahui.....	66

8.1.5. Delphi a Priscila Vásquez, Asistente de Servicios Bancarios Eléctricos del Banco de Machala.....	67
8.1.6. Delphi a Jorge Cobos, Asistente de Marketing del Banco del Pacífico...	69
8.1.7. Delphi a Kevin Pinto, Asistente Sénior de Servicios del Banco Bolivariano.....	71
8.1.8. Retroalimentación a cada experto.....	73
8.1.9. Conclusiones del Delphi.....	75
8.2. Focus Group.....	76
8.2.1. Focus Group a la ciudad de Guayaquil.....	76
8.2.2. Focus Group a la ciudad de Quito.....	80
8.2.3. Focus Group a la ciudad de Cuenca.....	84
8.2.4. Conclusiones del Focus Group.....	89
8.3. Encuestas.....	90
8.3.1. Preguntas y resultados.....	90
8.3.2. Conclusiones de las encuestas.....	104
8.4. Comparación entre Delphi y Focus Group con las encuestas.....	105
 <b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	
Conclusiones.....	107
Recomendaciones.....	108

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Estadísticas mundiales del Internet y de la población.....	10
<b>Tabla 2.</b> Oportunidades y beneficios de proveedores y clientes dentro del comercio electrónico.....	16
<b>Tabla 3:</b> Índice de Conectividad por países.....	28
<b>Tabla 4:</b> Indicadores de establecimiento que usan Internet en el Ecuador...	29
<b>Tabla 5:</b> Los bancos que son miembros del ABPE.....	30
<b>Tabla 6:</b> Situación de las diferentes carteras de los bancos privados.....	31
<b>Tabla 7:</b> Portafolio de inversiones de la banca privada.....	32
<b>Tabla 8:</b> Uso de tarjetas de crédito, o de débito y el comercio electrónico...	35
<b>Tabla 9:</b> Calificaciones en base a los parámetros que se consideran en la .Ley de Comunicación del Ecuador.....	44
<b>Tabla 10:</b> Comportamiento de los clientes para celulares, computadoras y accesorios para computadores.....	49
<b>Tabla 11:</b> Comportamiento de los clientes para automóviles, indumentarias y libros.....	51
<b>Tabla 12:</b> Cantidad de encuestados divididos por sexo.....	90
<b>Tabla 13:</b> Cantidad de encuestados por edad.....	91
<b>Tabla 14:</b> Cantidad de encuestados por acceso a Internet en diferentes lugares.....	92
<b>Tabla 15:</b> Cantidad de encuestados por veces que se conectan a Internet...	93
<b>Tabla 16:</b> Cantidad de encuestados en referencia al tiempo de uso de los servicios bancarios.....	94

<b>Tabla 17:</b> Cantidad de encuestados en base a la razón del uso de la banca en línea.....	95
<b>Tabla 18:</b> Cantidad de encuestados en base a la razón del no uso de la banca en línea.....	96
<b>Tabla 19:</b> Cantidad de encuestados en relación al servicio que más se usa...	97
<b>Tabla 20:</b> Cantidad de encuestados en base a los objetivos logrados.....	98
<b>Tabla 21:</b> Cantidad de personas en base a la característica más importante de la banca en línea.....	99
<b>Tabla 22:</b> Cantidad de personas en base al incumplimiento del servicio....	100
<b>Tabla 23:</b> Cantidad de encuestados en base a la opinión personal sobre el servicio.....	101
<b>Tabla 24:</b> Cantidad de encuestados sobre lo más importante en la seguridad.....	102
<b>Tabla 25:</b> Cantidad de encuestados sobre confiabilidad de la banca en línea.....	103

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1:</b> Usuarios de Internet fijo dividido en provincias hasta diciembre del 2013.....	27
<b>Gráfico 2:</b> Índice de relacionamiento con el cliente online en rubro bancario TBI Unit 2013 – Argentina, Chile, Colombia, Ecuador y Perú.....	37
<b>Gráfico 3:</b> Mejores entidades en relacionamiento con el cliente bancario – índice de TBI Unit.....	38
<b>Gráfico 4:</b> Correo electrónico falso para robar información privada.....	56
<b>Gráfico 5:</b> Porcentaje de encuestados divididos por sexo.....	90
<b>Gráfico 6:</b> Porcentaje de encuestados por edad.....	91
<b>Gráfico 7:</b> Porcentaje de encuestados por acceso a Internet en diferentes lugares.....	92
<b>Gráfico 8:</b> Porcentaje de encuestados por veces que se conectan a Internet.....	93
<b>Gráfico 9:</b> Porcentaje de encuestados en referencia al tiempo de uso de los servicios bancarios.....	94
<b>Gráfico 10:</b> Porcentaje de encuestados en base a la razón del uso de la banca en línea.....	95
<b>Gráfico 11:</b> Porcentaje de encuestados en base a la razón del no uso de la banca en línea.....	96
<b>Gráfico 12:</b> Porcentaje de encuestados en relación al servicio que más se usa.....	97

<b>Gráfico 13:</b> Porcentaje de encuestados en base a los objetivos logrados...	98
<b>Gráfico 14:</b> Porcentaje de personas en base a la característica más importante de la banca en línea.....	99
<b>Gráfico 15:</b> Porcentaje de personas en base al incumplimiento del servicio...	100
<b>Gráfico 16:</b> Porcentaje de encuestados en base a la opinión personal sobre el servicio.....	101
<b>Gráfico 17:</b> Porcentaje de encuestados sobre lo más importante en la seguridad.....	102
<b>Gráfico 18:</b> Porcentaje de encuestados sobre confiabilidad.....	103

## RESUMEN

El presente proyecto muestra una relación estrecha entre el avance tecnológico y el nivel de aceptación de la banca en línea dentro de la sociedad ecuatoriana, partiendo desde los orígenes del Internet y el desarrollo que ha generado en diferentes campos a nivel global, entre ellos las transacciones de dinero, el comercio electrónico y su evolución en el comportamiento de la sociedad a partir de su inserción en el país.

Gracias al comercio electrónico, desde 1994 la banca en línea es una herramienta valiosa para instituciones financieras, la cual brinda a sus clientes beneficios como rapidez y comodidad con especial cuidado en la seguridad de las transacciones. La confianza que esta herramienta genere en los usuarios es crucial para su éxito en el proceso de adaptación de cada sociedad ya que por ejemplo, en Ecuador aún existe cierta resistencia al preferir realizar transacciones en una institución física.

En contraparte a estos beneficios, existe una realidad negativa entorno al robo de cuentas bancarias e información personal que van de la mano con el avance de la tecnología. Este escenario se presenta tanto en Ecuador como en los demás países del mundo, creando cierta desconfianza en la herramienta y es la razón por la cual los bancos deben adoptar constantemente medidas de seguridad con mayor rigor.

A través de una investigación del mercado, es posible observar la experiencia del cliente en el uso de la banca en línea, para analizar la situación actual del Ecuador frente a esta nueva herramienta y su uso de manera responsable.

**Palabras claves:** Banca en línea, desconfianza, cultura, fraudes, banco, seguridad.

## RESUMÉ

Le présent projet montre une relation étroite entre le progrès technologique et le niveau d'acceptation de la banque en ligne à l'intérieur de la société équatorienne, en partant depuis les origines de l'Internet et le développement qu'il a généré sur différents champs à un niveau global, comme les transactions d'argent, le commerce électronique et l'évolution dans le comportement de la société à partir de son insertion dans le pays.

Grâce au commerce électronique, à partir de 1994, la banque en ligne est un outil important pour les institutions financières, qui offre à ses clients des bénéfices comme rapidité et commodité avec une précaution spéciale dans la sécurité des transactions. La confiance que l'outil génère dans les utilisateurs est cruciale pour son succès dans le processus d'adaptation de chaque société puisque par exemple, en Équateur il existe des préférences à réaliser des transactions dans une institution physique.

En revanche à ces bénéfices, il existe une réalité négative basée sur le vol de comptes bancaires et d'information personnelle qui vont de la main avec l'avancée de la technologie. Cette scène se présente tant en Équateur comme dans d'autres pays du monde, en créant certaine méfiance dans l'outil et c'est la raison pour laquelle les banques doivent constamment adopter des mesures de sécurité avec une plus grande rigueur.

À travers d'une recherche du marché, il est possible d'observer l'expérience du client dans l'usage de la banque en ligne, pour analyser l'actuelle situation de l'Équateur face ou outil et son usage de manière responsable.

**Mots clés:** Banque en ligne, méfiance, culture, fraudes, banque, sécurité.



## ABSTRACT

This project shows the narrow relation betwixt the technological advance and the E-banking level acceptance within de Ecuadorian society, starting from the Internet origins and the development that has created in different areas in a global perspective, like the money transactions, the e-commerce and its evolution in the society's behavior base on the insertion in the country.

Thanks to e-commerce, from 1994 the E-banking is an important tool for financial institutions, giving to the clients some benefits like fast transactions and comfort with a special care in the security of each transaction. The confidence the E-banking produced in every client is crucial for its success in the adaptability process of each society considering that in Ecuador there is still some resistance preferring to do all the transactions in a physique institution.

In counterpart f these benefits, there is a negative reality based on the steal of bank accounts and the personal information that goes hand in hand with the technology advances. This scenario is presented in Ecuador and also other countries worldwide, running up distrust in the tool and is the reason why the bank must adopt some tough security measures.

Trough a market research, it's possible to observer the client experience in the E-banking use to analyze the present situation of Ecuador facing this new tool and its responsible use.

**Key words:** E-banking, distrust, culture, fraud, bank, security.

# **1. INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Tema de Investigación**

El presente trabajo se trata de un análisis que brinde una propuesta de un plan de incentivos para el uso del comercio electrónico en los bancos del Ecuador.

## **1.2. Justificación**

El Internet trae consigo infinidad de posibilidades a la sociedad actual por lo cual es considerado como una de las herramientas más útiles en diferentes aspectos globales. Permite una interacción cercana con el mundo y es usado en países desarrollados y no desarrollados.

La evolución es constante y su uso facilita muchos procesos tanto informativos como de soluciones inmediatas, dado que el mercado también está en constante cambio, los ofertantes y demandantes deben adaptarse. Gracias al Internet, se ha implementado una nueva forma de hacer comercio en las transacciones de dinero sin importar la distancia u horarios y actualmente se la conoce como comercio electrónico.

Las diferentes industrias se ajustaron al nuevo sistema del comercio en línea manteniendo la constante evolución del mismo, y el Ecuador no fue la excepción. El presente trabajo muestra la evolución del comercio electrónico dentro del país durante los últimos años en lo que se refiere a banca en línea y la aceptación del mercado por su nivel de confianza.

Se ha identificado ciertas problemáticas en el país sobre la desconfianza y el desconocimiento en el uso de la banca en línea, sin embargo los bancos aún no toman medidas para contrarrestarlo y gran parte

de los clientes aún prefieren realizar sus transacciones en establecimientos físicos teniendo guardias de seguridad.

Por otro lado, el estudio de mercado planteado en este trabajo ayudará recopilar información de los usuarios sobre las opciones más usadas dentro de la banca en línea, al igual de su accesibilidad.

En gran parte de la información recolectada se indica casos del no uso de esta herramienta ya sea por seguridad o porque los bancos no generan confianza suficiente. Las experiencias y las opiniones se analizarán para el desarrollo de la propuesta a los bancos con el fin de hacer cambios y reestructuraciones del sistema con un alcance homogéneo de los clientes.

### **1.3. Contribución Potencial del Estudio**

- ✓ Dar a conocer la banca en línea como alternativa inmediata al realizar transacciones bancarias.
- ✓ Promover el aprendizaje del uso correcto de la banca en línea.
- ✓ Demostrar las ventajas de la banca en línea como herramienta para fidelizar la cartera de clientes de la banca local.
- ✓ Proponer estrategias para implementación de mejoras de la banca en línea dirigida a la banca local.

### **1.4. Antecedentes**

Los bancos han buscado nuevas formas de llegar a la satisfacción personal mediante el comercio electrónico. La utilización de una aplicación para celulares o tabletas es medio por el cual los bancos llegan de manera fácil al cliente, pero un grupo significativo no hace uso de este sistema

porque no están familiarizados con los procesos, o simplemente desconfían del servicio.

El 4 de julio del 2013 se efectuó por tercera vez consecutiva el “eCommerce Day” en la ciudad de Guayaquil, en donde varias empresas participaron. Se mostraron datos interesantes durante el evento como la aseveración que en el Ecuador el comercio electrónico se vuelve un canal complementario cada vez más importante. El uso de tarjetas de crédito dentro de la población está en auge, principalmente aquellas que son emitidas en el exterior para poder comprar artículos o servicios de manera internacional sin pagar el 5% de divisas que cobra (Ottati, 2013).

Pero, aunque se muestre estos resultados, la mayoría de clientes no tienen un correcto dominio de la tecnología, por lo que el Ecuador es considerado como “subdesarrollado”. Existen muchos eslabones dentro del país, que no permiten un avance en las sociedades de medio y bajo nivel que aun no son accesibles al uso del Internet. Y, para los clientes que manejan esta herramienta, pueden existir problemas de autenticidad, integridad, confidencialidad y repudio, que pueden afectar de manera relevante a la seguridad del comercio electrónico y a las transacciones de banca virtual, negando firmemente el servicio en línea.

Cabe recalcar que sigue existiendo robos dentro del país, y no solo a los clientes que salen del banco, sino directamente en la institución bancaria creando un abanico de preguntas de la seguridad que existe en el país. Las cifras en dólares robadas son altas, sin considerar que los clientes también son afectados en el acto.

El comercio electrónico poco a poco gana terreno y eso es un punto a favor de la economía incentivando nuevos modelos de mercado para llegar a la satisfacción de la sociedad. En algunos países se ha optado por el

concepto del “Home Banking”<sup>1</sup> como en el caso de Argentina que nos muestra que el 70% de los argentinos efectuó una operación en el año (D’Alessio, 2012).

Según una encuesta de la consultora D’Alessio Irol (2012), *“el 80% realizaron por lo menos una transacción online y el 69% operaron por Home Banking en los primeros siete meses de 2012. Las encuestas efectuadas en línea y vía telefónica nos muestran que la comercialización por Internet creció un 58% en seis años. Además, el e-banking aumentó 60% en el mismo período. Respecto de las transacciones, el 47% de los consultados compra online de manera regular y de esas compras, el 69% las paga con tarjeta de crédito (un 13% más que en 2010)”* (pp. 1).

## **2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La mayoría de los clientes de bancos en el Ecuador aún realizan sus transacciones como pagos, transferencias, depósitos, consultas o retiros de dinero, a través de los canales presenciales; y, aunque exista resguardo dentro y fuera del establecimiento, existen factores que afectan al desarrollo del sector bancario como los robos tanto personales como de información confidencial.

A raíz que existe tecnología, se crean nuevas maneras de usarla con fines negativos y son cada vez más complejos y difíciles de saber si la información que nos piden o nos dan es legítima o es un medio para saber nuestros datos personales, y no solamente es lo que está plasmado en

---

<sup>1</sup> Prestación de servicios bancarios a distancia utilizando fundamentalmente las telecomunicaciones.

nuestra identificación como ciudadano, sino las herramientas que nosotros usamos como medio de protección y subsistencia.

La delincuencia en el Ecuador es un tema muy controversial que se basa en delito contra la ciudadanía y contra la propiedad. Este último representa la mayor ocurrencia dentro del país y normalmente suele suceder en las partes urbanas por el fuerte movimiento socio económico que existe. Los delitos se centran más en la ciudad de Quito y Guayaquil cuya suma de denuncias superan el 50% del total registrado en el Ecuador, seguido de Los Ríos con 5% y las demás provincias no superan el último porcentaje dado. Dentro de este grupo se encuentra los robos a los bancos (Espín, s.f.).

Para reducir estos índices que cada año aumentan paulatinamente, los bancos han creado la estrategia de implementar el comercio electrónico para una mayor accesibilidad, rapidez, comodidad y evitar actos delictivos.

Por otra parte, las instituciones bancarias aseguran que manejan estándares de seguridad de vanguardia para evitar actos delictivos, y mantener seguro el portal en línea. Esta característica ha creado nuevas oportunidades en el sector bancario, haciendo más relevante que cada ciudadano puede manejar de manera fácil su cuenta bancaria.

No obstante, esta herramienta puede ser considerada para muchos como un método no fiable, por lo que estos servicios son más utilizados como aplicaciones para tabletas y celulares. A medida que se incrementa la oferta y demanda de estos dispositivos, a su vez se incrementa la delincuencia.

Muchos actos delictivos tienen la finalidad de obtener información dentro de los dispositivos portátiles y son conocidos como fraudes en internet.

Según las conclusiones de Easy Solutions citada por Santos (2013), *“el miedo al fraude es el principal factor que inhibe el uso de internet como canal transaccional, pero es posible cambiar la percepción de los usuarios mediante medidas de seguridad adicionales, acompañadas de material que capacite sobre cómo usar dichas medidas efectivamente”* (pp. 4).

Para que los países vayan acorde a la globalización es necesario adaptar, en cualquier rama industrial y sus segmentaciones empresariales, los sistemas adecuados para brindar mejores bienes y servicios. En el sector bancario si no se tiene una alerta y no se busca soluciones a estos fraudes, el nivel de aceptabilidad en el mercado decaerá y se seguirá manteniendo temor al usar el Internet.

## **2.1. Declaración Interrogativa**

### **Pregunta científica**

¿Cuál es el impacto que ha causado el comercio electrónico en bancos locales, y qué incidencia ha generado en el crecimiento del sector bancario?

VARIABLE INDEPENDIENTE: Comercio electrónico en bancos.

VARIABLE DEPENDIENTE: Crecimiento del sector bancario.

ESPACIO: Ecuador.

## **Preguntas específicas**

1. ¿Cómo se ha desarrollado la banca en línea desde su implantación en los bancos locales?

VARIABLE INDEPENDIENTE: Banca en línea.

VARIABLE DEPENDIENTE: Bancos locales.

ESPACIO: Ecuador.

2. ¿Cuáles son los diferentes tipos de delincuencias y qué clase de riesgos son los que presentan en las diferentes transacciones dentro de la banca en línea?

VARIABLE INDEPENDIENTE: Banca en línea.

VARIABLES DEPENDIENTES: Tipos de delincuencias y clase de riesgos.

ESPACIO: Ecuador.

3. ¿Qué comportamiento tiene el mercado en relación a la banca en línea en el Ecuador?

VARIABLE INDEPENDIENTE: Banca en línea.

VARIABLE DEPENDIENTE: Comportamiento del mercado.

ESPACIO: Ecuador.



## **3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **3.1. Objetivo General**

Proponer un plan de implementación para incentivar el uso del comercio electrónico en los bancos locales para optimizar el proceso de las transacciones bancarias.

### **3.2. Objetivos Específicos**

- ✓ Identificar la situación actual de la banca en línea en Ecuador.
- ✓ Informar sobre los riesgos de ataques delictivos que se presentan en las transacciones a través de la banca en línea.
- ✓ Analizar la situación actual de los usuarios frente al uso de la banca en línea desde su implantación en los bancos locales.

## 4. MARCO CONTEXTUAL

### 4.1. El Internet y su historia

El Internet está compuesto por muchas redes de comunicación interconectadas que usa a su favor la línea telefónica. Está en todos los países, incluyendo los países subdesarrollados, para poder facilitar la obtención de información compartiéndolo entre ordenadores. Pero en este mundo tan globalizado, el Internet impulsa, u obliga, a sacar el mayor provecho del mismo y no solo con el fin informativo, sino trascender desde lo común hasta romper las barreras que existe entre países.

El término con el cual se accede a esta red de información se denomina World Wide Web (www) en donde ofrece el servicio de acceder a datos de varios temas con diferentes modelos, diseños, imágenes, videos, música, con la finalidad de captar la atención del usuario.

La idea de una interacción social surgió gracias al señor Joseph Robnett Licklider en agosto del 1962 creando un modelado llamado "Red Galáctica". Él se imaginó una conexión global entre todos los ordenadores para poder proporcionar una accesibilidad a información sin importar el sitio del usuario facilitando la comunicación y reduciendo cada vez la brecha imaginaria entre sociedades. En esencia, su modelo es muy similar a lo que la sociedad tiene al alcance, pero la tecnología en esa época no proporcionaba dichos beneficios (Leiner et al, s.f.).

Luego Licklider pasó a ser jefe de un nuevo modelo de redes llamado DARPA<sup>2</sup> iniciado en octubre del 1962, logrando convencer a los especialistas la importancia que tendría el concepto de red. Unos años más

---

<sup>2</sup> Defense Advanced Research Projects Agency.

tarde, en 1965, Lawrence Roberts tenía en mente lograr que los ordenadores puedan hablar entre sí conectando el ordenador TX-2 en Massachusetts con el ordenador Q-32, en California mediante una línea telefónica conmutada de baja velocidad (Leiner et al, s.f.).

La gran respuesta fue que si los ordenadores trabajan con tiempo compartido, no existiría ninguna traba y sus funciones juntas las efectúan de manera correcta, tomando en consideración que la línea telefónica era algo erróneo durante el proceso y se necesitaba usar conmutación de paquetes. Fue entonces en 1969, luego de arduo estudios y test sobre las redes que se pudo concretar gracias a la conexión llamada ARPANET<sup>3</sup> que conformó la primera conexión legítima entre computadoras (Leiner et al, s.f.).

El proceso de conexión se realizó confirmando mensajes de host a host y luego se incorporaron dos nodos más que fueron la Universidad de California en Santa Bárbara y la Universidad de Utah, y como resultado el Internet. A través del tiempo aumenta al uso del internet a nivel mundial como se puede ver en la Tabla 1 hasta el 2012.

**Tabla 1.** Estadísticas mundiales del internet y de la población.

Regiones	Poblacion ( 2012 Est.)	Usuarios Dic. 31, 2000	Usuarios Junio 30, 2012	% Población (Penetración)	Usuarios % Mundial	Facebook Sept 30, 2012
<a href="#">Africa</a>	1,073,380,925	4,514,400	167,335,676	15.6 %	7.0 %	48,262,820
<a href="#">Asia</a>	3,922,066,987	114,304,000	1,076,681,059	27.5 %	44.8 %	235,989,160
<a href="#">Europa</a>	820,918,446	105,096,093	518,512,109	63.2 %	21.5 %	243,230,440
<a href="#">Oriente Medio</a>	223,608,203	3,284,800	90,000,455	40.2 %	3.7 %	22,793,140
<a href="#">Norte America</a>	348,280,154	108,096,800	273,785,413	78.6 %	11.4 %	184,177,220
<a href="#">Latinoamerica / Caribe</a>	593,688,638	18,068,919	254,915,745	42.9 %	10.6 %	188,339,620
<a href="#">Oceania / Australia</a>	35,903,569	7,620,480	24,287,919	67.6 %	1.0 %	14,614,780
<b>TOTAL MUNDIAL</b>	<b>7,017,846,922</b>	<b>360,985,492</b>	<b>2,405,518,376</b>	<b>34.3 %</b>	<b>100.0 %</b>	<b>937,407,180</b>

Fuente: Exito Exportador  
Elaborado por: Miniwatts Marketing Groups

<sup>3</sup> Advanced Research Projects Agency Network.

## 4.2. El Internet en la sociedad ecuatoriana

En el año 1991, el Ecuador pudo introducir a la sociedad el Internet, comenzando por sectores específicos como las politécnicas o los bancos. El primer banco que tuvo este servicio fue el Banco del Pacífico. Quien lo proveía era Ecuánex, un nodo de Internet que era brindado por la INTERCOM<sup>4</sup> (Rodríguez, 2010).

Luego apareció Ecuánex en octubre de 1992 por medio de la Corporación Ecuatoriana de Información. Funcionaba con el sistema de comunicaciones del Banco del Pacífico, conectado directamente al NSFNET<sup>5</sup>. EL beneficio que proporcionaba que tanto las instituciones educativas y de investigación no tenían mensualidad que pagar (Rodríguez, 2010).

Según Rodríguez (2010),  
*“Ecuánex ha aportado a la creación de dos listas de discusión sobre el Ecuador: la lista ec-noticias-I@lac.net, que provee un boletín informativo diario preparado por Servidatos-Diario Hoy, y la lista ec-charla@lac.net, que es una lista de discusión para ecuatorianos en el exterior, y personas interesadas en el Ecuador”.*

A partir de esta introducción del Internet en el Ecuador, poco a poco las personas se hacían más conocedoras del asunto. Para muchos era una herramienta extraordinaria capaz de brindar información inimaginable. Y más aun, poder conectarse con amistades o familiares mediante el chat. No existían fronteras en la comunicación. Causó tal impacto que aumento el mundo laboral, la recopilación de información, y los momentos de ocio.

---

<sup>4</sup> Corporación Interinstitucional de Comunicación Electrónica,

<sup>5</sup> National Science Foundation Network.

Comenzó una nueva era en donde la tecnología impulsa a que el país tenga nuevos avances y no se quede en el subdesarrollo promoviendo cambios en el apartado cultural, económico y tecnológico.

Como el Internet era sumamente limitado y de precio elevado, y pocas eran las empresas que ofrecían este servicio, comenzó a crearse un mercado en donde las personas podían usar este servicio mediante un costo y tiempo. La creación de los cybers café representó para muchos un negocio redondo. Esto impulsa a otros sectores ser participes de lo que estaba en boga.

El Ecuador fue dando sus primeros pasos hacía un cambio cultural. Gracias al World Wide Web, el país entró en una etapa de difusión cultural con numerosas ventajas. Permitía tener un punto mucho más amplio de conocimientos, pudiendo recopilar información, y más que todo, una comunicación más cercana.

### **4.3. Mercado Virtual**

El concepto de mercado se basaba solamente en un lugar físico en donde intervienen la oferta y demanda. Pero a raíz de la llegada del Internet y la expansión de la comunicación, el mercado ha dado un gran paso, minimizando las restricciones en adquirir un bien o servicio que en el territorio local es de difícil obtención, es muy caro, o simplemente no existe.

Los especialistas en mercadotecnia han dado su punto de visión sobre lo que es el mercado. Tenemos a Fisher y Espejo (2001) acotando que,

*“los consumidores reales y potenciales de un producto o servicio”.* Adicionan que existen 3 puntos muy importantes:

1. *“La presencia de uno o varios individuos con necesidades y deseos por satisfacer.*
2. *La presencia de un producto que pueda satisfacer esas necesidades.*
3. *La presencia de personas que ponen los productos a disposición de los individuos”* (pp. 84).

Por otro lado, Kotler (2001), menciona que “un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo” (pp. 11).

Compilando los conceptos anteriores, el nuevo concepto de mercado según Thompson (2005) es,  
*“todo lugar, físico o virtual (como el caso del internet), donde existe por un lado, la presencia de compradores con necesidades o deseos específicos por satisfacer, dinero para gastar y disposición para participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo. Y por otro lado, la de vendedores que pretenden satisfacer esas necesidades o deseos mediante un producto o servicio. Por tanto, el mercado es el lugar donde se producen transferencias de títulos de propiedad”*

Según el INEI<sup>6</sup> (2000), *“El mercado electrónico está referido al mercado económico que se encuentra en crecimiento, en donde los productores, intermediarios y consumidores interactúan de alguna forma electrónica o por intermedio de un contacto digital”* (pp. 9). Quiere decir que muchos de los establecimientos físicos usan la plataforma virtual para expandir su alcance y poder abarcar mayor cuota de mercado.

---

<sup>6</sup> Instituto Nacional de Estadísticas e Informática de Perú.

Aun siendo un mercado virtual, se aplica la Teoría del Desarrollo Económico, con la finalidad de crecer en conjunto en los diferentes sectores industriales. Pero existen dos premisas que deben ser consideradas previas al análisis de la teoría:

1. Los países desarrollados, como tienen una tecnología bastante sostenible y su situación económica es propicia para salir adelante frente a alguna adversidad de quiebra son los que pueden solucionar sus problemas por sí mismos.
2. Los países que están en proceso de desarrollo se enfrentan a una situación complicada de poder salir de ese estancamiento socio económico y no pueden alcanzar un desarrollo propicio.

La Teoría del Desarrollo Económico fue creada por el economista Adam Smith. Nació en Escocia en 1723 y es considerado como el economista más importante de todos los tiempos por crear varias premisas que han servido como base para lo que significa hoy en día el mundo de la economía. Esta teoría se basa de la obra más famosa “La riqueza de las naciones” en donde hace hincapié en la ayuda mutua entre hombres para poder crecer poco a poco como una sociedad. Se desarrollan temas como la división del trabajo, la renta, la comercialización de la plata y el oro (Moreno, 2010).

Posteriormente, para afinar el desarrollo económico del país, Adam Smith crea la “Teoría del valor-trabajo” mencionando que mientras mayor es la cantidad de trabajo que se promueve, la calidad del bien o servicio es mayor (Dobb, 2004).

A pesar que Adam Smith desarrollo la Teoría del Valor-Trabajo, dejo muchas interrogantes que fueron aclaradas gracias a David Ricardo dando mayor precisión al análisis creando la “Teoría de la Ventaja Comparativa”. El grupo EFI (s.f.) aclara esta teoría diciendo que se *“demuestra que el comercio mutuamente beneficioso es posible aun cuando solamente existen*

*ventajas comparativas, llegando a la conclusión de que las ventajas absolutas son un caso especial de un principio más general que es el de las ventajas comparativas”.*

#### **4.4. El comercio electrónico**

La gran red de computadoras, el Internet, ha hecho posible que todas las personas puedan comunicarse entre sí, obtener información, pero más que eso, tener una oportunidad de crea micro empresas. Por eso se creó el concepto del comercio electrónico (o e-commerce como se lo conoce de manera global). Según el libro “E-Commerce: Aplicación y desarrollo” (2010), el comercio electrónico se define como *“cualquier forma de transacción comercial en las que las partes interactúan electrónicamente en lugar de por intercambio o contacto físico directo”* (pp. 32).

Gracias al comercio electrónico, la competitividad global ha aumentado y las expectativas de los consumidores cumplen un papel fundamental porque son mucho más exigentes en lo que requieren. De manera comercial, se está cambiando la manera cómo se llega al cliente gracias a la influencia del comercio electrónico. Existe un organismo que, para todo tipo de transacciones en línea, se debe respetar la información de manera confidencial, promoviendo una ley que beneficie a los ciudadanos conocida como UNCITRAL<sup>7</sup>.

Este órgano jurídico actúa directamente en el derecho mercantil internacional, promoviendo de manera unánime modernizar y armonizar cualquier regla que se aplique al comercio internacional. Ecuador formo parte de UNCITRAL en noviembre del 2012 gracias a que los 33 miembros endosaron por aclamación el 25 de Junio del 2012 en Nueva York. Su

---

<sup>7</sup> Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional.



conclusión finaliza en 2019 junto con El Salvador, Honduras, Mexico y Panamá (SOA, 2012).

Aquellas empresas que tengan la capacidad de cambiar su sistema por uno mucho más complejo y de fácil accesibilidad como es el comercio electrónico, podrán tener un nuevo alcance mediante nuevos procesos comerciales. Tal como se observa en la Tabla 2, tanto los proveedores como los clientes están en vías de nuevas oportunidades y beneficios. Aun no se define si existirán límites para el comercio electrónico y tampoco si habrá una nueva metodología que cumpla la satisfacción del mercado.

**Tabla 2.** Oportunidades y beneficios de proveedores y clientes dentro del comercio electrónico.

<b>Oportunidades para los proveedores</b>	<b>Beneficios para los clientes</b>
Presencia global	Elección global
Aumento de la competitividad	Calidad del servicio
Personalización masiva	Productos y servicios personalizados
Cadenas de entrega más cortas o inexistentes	Respuesta rápida a las necesidades
Reducción sustancial de costes	Reducción sustancial de precios
Nuevas oportunidades de negocio	Nuevos productos y servicios

Fuente: Osanet

Elaborado por: Teresa Moreda

Poco a poco las compras y ventas en línea se habitúan al ritmo de vida de la mayoría de las personas. No todos confían en este proceso de comercialización y por esa razón la Ley del Código Procesal Penal ampara a todas las personas o entidades que realizan alguna transacción electrónica y existe incumplimiento de una de las partes. Para esto, el abogado debe tener un completo conocimiento de lo que va desde el manejo del ordenador,

el derecho global y el derecho de Internet. Luego se hace seguimiento del contrato de cada parte.

Se puede acotar que tiene una importante participación la Teoría del Comercio Internacional en donde Carlos Marx señala que la finalidad de esta teoría es el intercambio de bienes y servicios entre diferentes países. A su vez, integraba la Teoría del Equilibrio Económico General que estudia el comportamiento del consumo de las personas, la cantidad de producción y como se establece el precio dentro del mercado (Torres, 2005).

#### **4.5. Clasificación del comercio electrónico**

El comercio electrónico proporciona gran alcance hacia las personas considerando que los procesos no siempre son los mismos. Existen diferentes maneras de hacer intercambios, manera de pago, o también cual va a ser el medio por el cual la comercialización se realizara. Es por eso que se divide en dos grandes grupos con sus respectivas características que son el comercio electrónico directo e indirecto.

El directo se refiere a la adquisición de bienes y/o servicios que no son tangibles. Son de obtención electrónica inmediata una vez efectuado el pago con tarjeta de crédito, puntos de recompensa, PayPal, entre otros. En este grupo tenemos las músicas, software, algún servicio específico de celular, pagos bancarios, libros virtuales, videos, imágenes, temas, juegos y aplicaciones (Hernández, 2009).

Por otro lado, el indirecto se basa de la comercialización de bienes y/o servicios tangibles mediante un pedido del cual, previo al pago, la persona que lo solicita debe establecer parámetros de tiempo con el vendedor. El pago se lo efectúa de manera en línea al igual que el directo y puede ser que sea entregado a domicilio, o personalmente debe ir al lugar indicado para recibir la compra (Hernández, 2009).

#### 4.6. El E-Banking

El comercio electrónico en los bancos dio sus primeros pasos en octubre de 1994 promovido por el Stanford Federal Credit Union. Antes que esto, ya existía plataformas que entablaban servicios bancarios a distancia por medio electrónicos, a principios de los ochenta. Una fórmula impecable se había formado entre los servicios bancarios y la tecnología. Siempre teniendo como premisa principal facilitar las transacciones bancarias sin importar el lugar (Crespo & Ramos, 2012).

El Portal del Cliente Bancario (s.f.) denomina al E-Banking a, *“los servicios bancarios a los que se puede acceder a través de una computadora personal con conexión a la red de internet. Los servicios de e-banking pueden ser prestados por un banco tradicional, con presencia física, que lo utiliza como una sucursal virtual o canal de servicios; o también estos servicios pueden ser ofrecidos por un banco totalmente virtual (sin presencia física).”*

La banca siempre ha estado en constante movimiento para llegar de manera cercana al cliente sin necesidad de recurrir físicamente al establecimiento. Es por eso que han implementado a su sistema, el uso favorable del comercio electrónico frente a las adversidades que se pueden presentar como robos o falta de predisposición de tiempo accediendo de manera inmediata a su cuenta. Dependiendo del tiempo y las necesidades que use la herramienta, el banco analiza los patrones del comportamiento del cliente basándose de la Teoría de la Actividad.

Lev Vygotsky fue quien inició la creación de esta teoría, pero luego de su muerte, Leont'ev tomó sus estudios y describe que,

*“se realiza en las condiciones de asociación, de actividad colectiva (...) Sólo por medio de una relación con otras personas se construye sus relaciones, en las que los medios del trabajo aparecen desde el principio como un proceso mediado por las herramientas (en el sentido amplio) y al mismo tiempo mediador social” (Valderas & Pastor, 2008).*

Acoplando esta teoría al comercio electrónico, quiere decir que depende mucho el enfoque que se le proporciona en la página Web para poder atraer la atención del cliente, causando un efecto psicológico y con eso se puede tener noción cuan factible es la respuesta de la persona. Se detecta el comportamiento personal frente a las aplicaciones de la Web. Además, estos mismos resultados sirven para hacer modificaciones futuras y poder consolidar la relación empresa-cliente.

Otras de las teorías que usa los bancos es la Monetaria y Bancaria. Según Rivas (s.f.) afirma que,  
*“se complementan mutuamente, porque la creación de una teoría monetaria y bancaria aplicable aumenta la productividad de la toma de decisiones sobre política monetaria y bancaria, mientras que la creciente importancia en la toma de decisiones sobre política monetaria y bancaria aumenta la utilidad de la teoría monetaria y bancaria aplicable” (pp. 7).*

A pesar que hace más inmediata el ingreso a la cuenta mediante el e-banking, trabaja las 24 horas 7 días, y se puede ver todo el estado de cuenta o hacer alguna transacción, el sistema del banco sigue moviendo dinero y mantiene control sobre todos sus clientes y los movimientos bancarios que realicen, ocasionando en ciertas ocasiones el congestionamiento del portal y caídas del sistema.

## 5. METODOLOGÍA

### 5.1. Método

Los métodos a emplear desean lograr la obtención de información relevante referente al uso del E-Banking, así como la opinión de expertos en el tema, con qué motivos se lo usa, en dónde se lo usa y más que todo, tener una noción si las personas van acorde a las nuevas tendencias tecnológicas. Se va a emplear método tanto cuantitativo como cualitativo.

El método cuantitativo a emplear es la encuesta que sirve para tener datos primarios de la muestra seleccionada y se los considera como una fuente importante de información.

Los métodos cualitativos a emplear son:

- ✓ *Delphi*: Metodología diseñada para expertos en el tema. En este caso serán a siete personas expertas en la banca en línea. Una vez efectuado esto, se vuelve a acudir a los expertos preguntándoles qué piensan sobre las respuestas brindadas en resumen de los demás expertos, teniendo en cuenta que entre ellos no se conocen. Al final se efectúa una conclusión general y se enfatiza sus similitudes y diferencias.
- ✓ *Focus Group*: Es una recopilación de datos para saber la perspectiva que tienen los clientes frente al comercio electrónico empleado por los bancos. Se va a seleccionar a 8 personas de las tres ciudades más representativas del Ecuador que son Guayaquil, Quito y Cuenca.

### **5.1.1. Justificación de la elección de los métodos**

Los métodos escogidos serán fuente importante de información gracias a su aporte para mejoras futuras dentro de la banca local. El Delphi nos ayuda tener una idea mucho más clara como funciona la banca en línea y cuáles son las características que ofrece hacia sus clientes. Además se puede tener conocimiento de cuáles son las nuevas tendencias para fortificar la relación entre el banco y el cliente.

El Focus Group servirá para canalizar la actitud y el pensamiento sobre la banca en línea desde la experiencia vivida. Los participantes contarán sus experiencias, los lugares que acude para hacer sus transacciones, los beneficios que reciben y los puntos negativos del mismo y como esperan ellos que mejore el servicio.

La encuesta nos ayudará a tener contacto directo con los clientes para saber que piensan de la banca en línea en concreto.

## **5.2. Diseño de la Investigación**

### **5.2.1. Investigación cualitativa**

El primero paso para la investigación de mercado es obtener información de los expertos mediante el Delphi, así poder garantizar el manejo de la banca en línea dentro del país, sus beneficios, sus nuevas características. Los 7 expertos brindarán información relevante y cada uno dará su punto de vista. Al final se hace una conclusión en general.

Luego el Focus Group se encargara de que cada participante responda su percepción sobre el servicio de la banca en línea y si amerita su uso o no fundamentándolo con razones valederas. También se recopila datos de experiencias vividas y que piensa del mismo.

### 5.2.2. Investigación cuantitativa

Antes de establecer el tipo de muestreo a ejecutar, es importante saber el número de población actual en el Ecuador y así poder reflejar a que porcentaje será destinada la encuesta. Según el INEC, actualmente la población es de 15.672.030 de ecuatorianos.

Se va a usar el muestreo aleatorio simple. Solo se podrá hacer la encuesta a personas que tenga cuenta bancaria, caso contrario no participan en la muestra. Este tipo de muestreo garantiza la representatividad de la muestra permitiendo los procesos de generalización ya que todos los individuos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para ser considerados dentro de la muestra. Se lo considera como un método científico y de mucha rigurosidad.

La ecuación que se usa es para población infinita porque supera la muestra de 10.000. La cantidad de personas que manejan cuenta bancaria en el país fluctúa por los 9.2 millones de personas.

La ecuación es la siguiente:

$$n = \frac{Z_a^2 \cdot p \cdot q}{i^2}$$

n= Tamaño de la muestra

Z<sub>a</sub>= Corresponde a la distribución de Gauss (1.96)

p,q= Prevalencia esperada del parámetro a evaluar (0.5 cada uno)

i= Margen de error (0.05)

Una vez realizado la ecuación,  $n = 384.16$  que se redondea a 385. Esto representa la muestra. En otras palabras, la cantidad de personas que se va a encuestar y proporcionará información valiosa para saber cómo la banca electrónica impacta en el Ecuador.

### **5.2.3. Técnicas de Recogida de Datos**

La encuesta será la técnica que nos ayude a llegar directamente con el cliente y saber cuáles son sus preferencias, qué es lo que no le gusta, o principalmente, si verdaderamente usa el comercio electrónico. Además qué piensa del servicio de banca en línea y su reacción frente a este nuevo sistema de llegar a la comodidad del cliente.

Para obtener datos cualitativos el Delphi y el Focus Group serán los encargados de obtener datos cualitativos. A su vez, se puede tener diferentes perspectivas y se llega a una conclusión general de cada una.

### **5.2.4. Técnicas y Modelo de Análisis de Datos**

Se utiliza el análisis descriptivo gracias a que el fenómeno que está ocurriendo lo generaliza y se extrae características del caso relacionándolo a casos que pasan en la vida real. En otras palabras, va de lo general a lo particular. Reconoce las variables que son consideradas dentro de la problemática. Una vez efectuada la encuesta, se tabula toda la información obtenida, se extrae datos estadísticos y se los demuestra en tablas o gráficos. Se analiza el comportamiento de la muestra y se redacta los resultados.

En cambio, el Delphi se redacta de manera idéntica la información obtenida de cada experto, se hace conclusiones de cada veredicto y se hace una retroalimentación. Al final se analiza las respuestas de cada uno y se obtiene una conclusión general. En el Focus Group al momento de terminar



la sesión, se analizan las respuestas y se obtiene de igual manera conclusiones generales. Al final de los tres métodos se debe mencionar en qué está relacionado y cómo está actuando el mercado.

## **6. CAPÍTULO 1: EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA BANCA ECUATORIANA**

### **6.1. A pasos cortos, el Internet está más en el país**

Sabemos que el Internet se introdujo en 1991 usado por sectores muy puntuales como es el caso de los bancos, y el primero en tener este servicio fue el Banco del Pacífico (Rodríguez, 2010).

A causa que aun el Ecuador es un país subdesarrollado, se pudo notar un incremento cultural sobre el uso de esta herramienta a partir del año 2008 cuando la implementación de empresas privadas dedicadas a la instalación del servicio del Internet comenzó a asentarse en el mercado. Esto significa que no solo nos referimos a los hogares, también la cobertura de uso que existe en las universidades, colegios, oficinas de trabajo, etc. (El Universo, 2012).

La Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPERTEL) cataloga el uso del internet como un crecimiento importante, pero aun no alcanza cobertura a todos los ciudadanos nombrándola de insuficiente representando un gran desafío que debe ser pulido cada año. Este crecimiento importante se refleja en el crecimiento del 1% en el año 2008 y al 2012 cerca del 30% en el uso del Internet en el país (El Universo, 2012).

Cabe recalcar no todos tienen la posibilidad de obtener de Internet fijo en los hogares. Muchas personas prefieren conectarse en lugares públicos como los centros comerciales. Además, los dispositivos móviles ayudan mucho estar al alcance del mismo impulsando el mundo de la tecnología, fortaleciendo a las empresas con una mejora del servicio al pasar el tiempo.

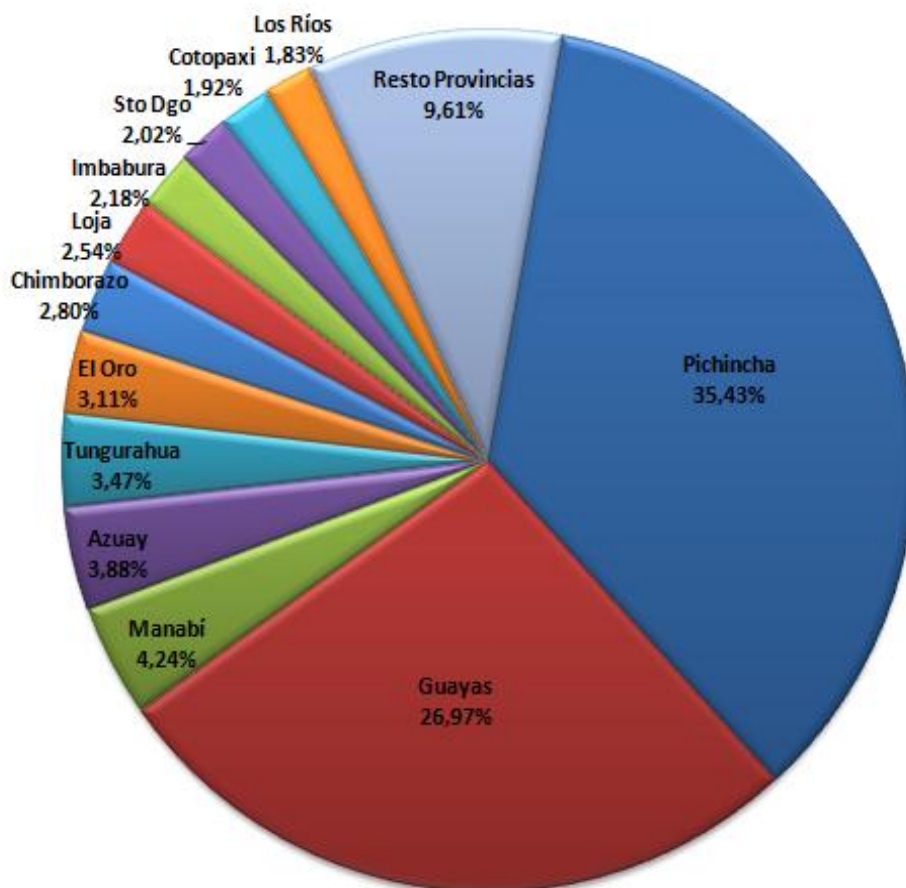
En el 2013, se registró que el 35% usa Internet en el país gracias a la información brindada por la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC). Desde el 2005, cada 17 de mayo se celebra el Día Mundial de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (o Día del Internet). Se dio a conocer información importante sobre el Internet en el país:

- El 13.9% de los hogares al menos tiene un computador portátil que representa un incremento del 4.1 en comparación al 2011.
- El 20.1% tiene Internet inalámbrico, en donde se resalta el uso de Modem o el teléfono representa mayoría con el 53.5%.
- Exactamente, el 35.1% de la población usa Internet. Y, como dato adicional, se considera que el uso del mismo fluctúa las edades entre 16 a 24 años que es igual al 64.9% de la población total ecuatoriana.
- El 36% de las personas usan el Internet con fines informativos.
- El 28.2% lo usan por motivos de comunicación como las redes sociales (El Comercio, 2013).

Según el INEC, 3'263.341 de personas tuvieron acceso al Internet en el año 2008. Pero, para el 2011 esta cifra aumento a 4' 175.759 de personas tomando en cuenta que ese mismo año se registró que 9'136.910 de personas no usaron la herramienta (El Comercio, 2013).

El Gráfico 1 nos muestra los datos por provincia del porcentaje que representa cada una frente al uso de internet fijo en el Ecuador al año 2013 recopilado por la SUPERTEL. Como indica el gráfico, las dos provincias que tienen mayor porcentaje son Pichincha (35.43%) y Guayas (26.97%). Otro dato importante que la tercera posición representada por Manabí (4.24%) está muy por debajo de los dos antes mencionadas.

**Gráfico 1:** Usuarios de Internet fijo dividido en provincias hasta diciembre del 2013



Fuente: SUPERTEL

Elaborado por: SUPERTEL

Es por eso que el Ecuador aun está en estado medio-bajo en abastecimiento nacional del Internet, en el que se necesita seguir trabajando en ese aspecto para poder estar en las mismas vías de muchos países desarrollados, a la vez, motivando culturalmente hacia la obtención de nueva información y alcance de muchos beneficios.

Existe un ranking dependiendo del nivel de conectividad como muestra la Tabla 3 que se entiende como el nivel de banda ancha móvil,

descartando metodologías obsoletas para acceder al Internet. Como dato curioso, Ecuador se encuentra en posiciones cercanas con los demás países de América Latina.

**Tabla 3:** Índice de Conectividad por países.

Índice de Conectividad		
Posición	País	Calificación (Escala 1 - 7)
1	Suecia	5,94
2	Singapur	5,86
3	Finlandia	5,81
4	Dinamarca	5,70
5	Suiza	5,61
6	Holanda	5,6
7	Noruega	5,59
8	Estados Unidos	5,56
9	Canadá	5,51
10	Reino Unido	5,50
39	Chile	4,44
44	Uruguay	4,28
65	Brasil	3,92
73	Colombia	3,87
76	México	3,82
92	Argentina	3,52
96	Ecuador	3,46
106	Perú	3,34
107	Venezuela	3,32
111	Paraguay	3,25
127	Bolivia	2,92

Fuente: INEC

Elaborado por: INFOECONOMÍA

Y por último, la Tabla 4 muestra un cuadro explicativo de cómo esta diversificado el uso del Internet dentro del País acotando que los hombres son los que más usan esta herramienta. Por otro lado, los servicios son los que tienen más predominancia con el uso del Internet, seguido de la manufactura, y el comercio, siendo el último quien genera más cantidad de ingresos.

**Tabla 4:** Indicadores de establecimiento que usan Internet en el Ecuador.

	Manufactura	Comercio	Servicios	Otros	Total
Número de Establecimientos	5.003	15.577	30.497	312	51.389
Personal Ocupado:					
Mujeres	41.383	49.183	214.367	9.141	314.074
Hombres	95.230	84.210	318.588	24.962	522.990
Ingreso Total (Miles USD)	24.962	34.206.188	24.549.467	3.711.726	90.550.217
Inversión Promedio (Miles USD)	5.613	2.196	805	11.897	20.511
Inversión en Activos Fijos (Miles USD)	4.842.939	2.573.885	15.485.599	952.067	23.854.491
Gasto en Inversión y Desarrollo (Miles USD)	71.827	8.168	79.966	66.906	226.686
Gasto en Capacitación y Formación (MilesUSD)	38.127	17.206	70.254	3.489	129.075

Fuente: INEC

Elaborado por: INFOECONOMÍA

## 6.2. La banca local y su evolución

Dentro del Ecuador, todas las actividades bancarias están conformadas por los bancos, tanto públicos como privados en donde desempeñan varias operaciones que van acorde al sector productivo mediante el crédito.

Los bancos que ofrecen mejor crédito son los públicos, otorgando tasa de intereses menores en comparación a los bancos privados con mayores plazos, garantías, años de gracia y el abanico de formas de pago que brindan. Impulsan al desarrollo socio-económico.

Por otra parte, los bancos públicos también tienen la posibilidad de otorgar créditos, pero con mayor costo y con un poco de dificultades, y la finalidad es satisfacer sus propios beneficios como institución bancaria. Es por eso que las condiciones para obtener un préstamo son diferentes al banco público.

Existe una entidad gremial que está conformada por los principales bancos privados del Ecuador llamado Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ABPE) fundada el 30 de marzo de 1965 como muestra la Tabla 5. Su principal interés es poder ser de defensa a los intereses de todos sus asociados ante las autoridades del país. A la vez, brinda servicios a los bancos que pertenecen a este gremio, encaminados hacia el correcto funcionamiento del Sistema Bancario (ABPE, s.f.).

**Tabla 5:** Los bancos que son miembros del ABPE

• Banco del Austro	• Banco de Loja
• Banco Bolivariano	• Banco de Machala
• Banco Capital	• Banco Promerica
• CITI	• Banco Pichincha
• Banco CoopNacional	• Banco ProCredit
• Banco General Rumiñahui	• ProduBanco
• Banco Finca	• Banco Solidario
• Banco de Guayaquil	• UniBanco
• Banco Internacional	

Fuente: Asociación de Bancos Privados del Ecuador

Elaborado por: William Andrés López Salazar

Para un correcto servicio al cliente se le debe brindar el servicio, tanto personal como en línea, con un nivel de confiabilidad alto. Esto impulsa a que siga creciendo como institución y aumente su cartera de clientes y la cantidad monetaria que se mueve dentro de la institución. Es por esta razón que en la Tabla 6 se podrá ver la situación que viven los bancos ecuatorianos.

**Tabla 6:** Situación de las diferentes carteras de los bancos privados

BANCOS	COMERCIAL	CONSUMO	VIVIENDA	MICROEMPRESA	EDUCATIVO
	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO
AMAZONAS	\$ 22.261,52	\$ 32.649,71	\$ 1.685,48	\$ 696,11	\$ 0,02
AUSTRO	\$ 122.991,88	\$ 244.269,20	\$ 16.108,55	\$ 5.414,28	\$ -
BOLIVARIANO	\$ 466.519,17	\$ 103.947,04	\$ 47.015,97	\$ -	\$ -
CAPITAL	\$ 10.984,66	\$ 41.866,27	\$ 326,64	\$ 6.641,02	\$ -
CENTROMUNDO					
CITIBANK	\$ 120.254,25	\$ 644,25	\$ 733,50	\$ -	\$ -
COFIEC	\$ 12.487,87	\$ 83,89	\$ 440,77	\$ 14,64	\$ -
COMERCIAL DE MANABI	\$ 9.158,21	\$ 2.280,50	\$ -	\$ 1.563,94	\$ -
COOPNACIONAL	\$ -	\$ 812,82	\$ 4,78	\$ 27.579,99	\$ -
DELBANK	\$ 2.259,53	\$ 1.812,48	\$ 2.453,31	\$ 219,16	\$ -
D-MIRO	\$ -	\$ 1.309,90	\$ -	\$ 45.680,21	\$ -
FINCA	\$ -	\$ 44,83	\$ -	\$ 32.001,18	\$ -
GENERAL RUMIÑAHUI	\$ 59.000,64	\$ 82.805,18	\$ 57.690,60	\$ 2.973,35	\$ -
GUAYAQUIL	\$ 381.954,06	\$ 524.452,47	\$ 87.743,41	\$ 14.538,29	\$ 3.824,49
INTERNACIONAL	\$ 513.579,24	\$ 63.853,03	\$ 82.464,56	\$ 6.065,38	\$ -
LITORAL	\$ 2.601,30	\$ 5.723,37	\$ 1.096,86	\$ 1.617,00	\$ -
LLOYDS BANK	\$ 71.692,09	\$ 520,16	\$ 704,59	\$ -	\$ -
LOJA	\$ 49.585,20	\$ 35.185,28	\$ 19.872,96	\$ 21.829,94	\$ -
MACHALA	\$ 116.425,08	\$ 67.267,46	\$ 9.059,09	\$ 5.371,12	\$ -
PACIFICO	\$ 374.021,57	\$ 362.370,09	\$ 132.655,40	\$ 3.689,24	\$ 61,81
PICHINCHA	\$ 1.110.069,87	\$ 788.214,19	\$ 376.825,57	\$ 269.255,90	\$ -
PROCREDIT	\$ 83.616,26	\$ 871,88	\$ 1.354,49	\$ 131.284,83	\$ -
PRODUBANCO	\$ 554.549,65	\$ 141.379,53	\$ 42.190,10	\$ 2.872,12	\$ -
PROMERICA	\$ 137.391,95	\$ 64.125,57	\$ 49.759,09	\$ 1.132,05	\$ -
SOLIDARIO	\$ 24.333,96	\$ 32.940,00	\$ 8.701,98	\$ 156.179,63	\$ -
SUDAMERICANO	\$ 619,10	\$ 1.941,58	\$ 474,26	\$ 496,27	\$ -
TERRITORIAL	\$ 9.789,72	\$ 31.477,20	\$ 4.948,50	\$ 667,38	\$ 1,53
UNIBANCO	\$ 193,57	\$ 125.811,86	\$ 1.138,60	\$ 47.999,32	\$ -
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.210.590,45</b>	<b>\$ 2.769.910,89</b>	<b>\$ 943.566,77</b>	<b>\$ 654.862,24</b>	<b>\$ 3.887,84</b>

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: William Andrés López Salazar

Al pasar cada mes, es importante saber que algunos bancos aumentan y disminuye pocos puntos porcentuales cada vez, como en el caso de “consumo” en el banco de Guayaquil. En el caso ejemplar del Banco Bolivariano en la sección “comercial” está en alza. Esto significa que cada mes se incrementa la designación del crédito en base a la cantidad de



clientes. Para los 5 bancos seleccionados, tanto “microempresa” como “vivienda” no existe mucho uso del crédito a pedir como señala la Tabla 7.

**Tabla 7:** Portafolio de inversiones de la banca privada.

BANCOS	PORTAFOLIO DE INVERSIONES			
	oct-13	nov-13	dic-13	ene-14
AMAZONAS	\$ 10.009,58	\$ 9.808,07	\$ 9.636,38	\$ 12.994,48
AUSTRO	\$ 105.020,58	\$ 104.104,98	\$ 122.888,95	\$ 165.909,25
BOLIVARIANO	\$ 429.443,17	\$ 509.703,91	\$ 361.267,35	\$ 438.866,62
CAPITAL	\$ 16.096,64	\$ 15.868,87	\$ 15.599,35	\$ 16.582,70
CITIBANK	\$ 123.989,68	\$ 124.789,17	\$ 113.839,94	\$ 123.764,02
COFIEC COMERCIAL DE MANABI	\$ 2.042,60	\$ 2.550,15	\$ 2.538,79	\$ 3.118,25
COOPNACIONAL	\$ 87.809,14	\$ 88.162,62	\$ 88.548,59	\$ 88.010,08
DELBANK	\$ 1.257,00	\$ 1.324,51	\$ 1.303,09	\$ 1.273,03
D-MIRO	\$ 1.763,58	\$ 2.054,23	\$ 2.052,31	\$ 2.051,43
FINCA	\$ 1.106,94	\$ 1.175,56	\$ 1.158,07	\$ 1.379,20
GUAYAQUIL	\$ 447.710,18	\$ 488.602,75	\$ 511.529,73	\$ 527.422,07
INTERNACIONAL	\$ 337.214,60	\$ 291.107,49	\$ 214.028,77	\$ 193.280,09
LITORAL	\$ 3.003,97	\$ 3.001,75	\$ 2.988,31	\$ 2.985,51
LOJA	\$ 43.827,39	\$ 39.848,60	\$ 40.815,49	\$ 34.704,44
MACHALA	\$ 40.563,35	\$ 45.835,57	\$ 34.249,18	\$ 45.121,21
PACIFICO	\$ 317.028,47	\$ 313.996,39	\$ 320.986,66	\$ 273.863,86
PICHINCHA	\$ 1.633.281,84	\$ 1.634.926,66	\$ 1.678.917,06	\$ 1.779.396,57
PROAMERICA	\$ 37.477,47	\$ 36.854,01	\$ 41.148,81	\$ 50.975,01
PROCREDIT	\$ 17.482,34	\$ 24.827,70	\$ 24.311,80	\$ 20.540,81
PRODUBANCO	\$ 317.253,19	\$ 314.500,49	\$ 306.091,09	\$ 322.476,01
RUMIÑAHUI	\$ 68.854,51	\$ 67.753,87	\$ 70.166,67	\$ 54.753,10
SOLIDARIO	\$ 69.656,53	\$ 69.214,01	\$ 68.194,47	\$ 61.471,89
SUDAMERICANO	\$ 490,41	\$ 292,54	\$ 292,54	\$ 838,54
TERRITORIAL	\$ 2.837,28	\$ 5.503,30	\$ 2.652,21	\$ 5.009,07

Fuente: Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador

Elaborado por: William Andrés López Salazar

Una vez más, el banco Pichincha tiene el liderazgo dentro del mercado Ecuatoriano que un crecimiento en su portafolio de inversiones cada mes. Se aleja bastante de los otros bancos, siendo el banco con mayor eficacia en lo que respecta a clientes.

También es importante nombrar que muchos de los bancos cada mes incrementan el dinero que tienen en circulación. En segunda posición se encuentra el Banco de Guayaquil del cual, no existe un alejamiento considerable en relación a los bancos que están por debajo como el Banco Bolivariano, o el Banco Internacional.

Al poder analizar estos crecimientos puntuales en la banca local, se puede aseverar que existe un poco más de confianza y uso del banco. A la vez, el banco está llegando poco a poco a reducir la comunicación con el cliente y brindando servicios de calidad asegurando el nivel de confiabilidad en cualquier tipo de transacción. Está claro que el banco que lidera el mercado es el Banco Pichincha aumentando cada mes. Los créditos son cada vez más solicitados impulsando el desarrollo en el país.

### **6.3. Situación del comercio electrónico actual**

Como se mencionó el apartado anterior, el Internet aun tiene que pasar por un proceso homogéneo de su uso en el Ecuador. Existen muchos ciudadanos que aun no comprenden su manejo, y no consideran que sea una herramienta excelente para dar paso a nuevos horizontes en la oferta y demanda de bienes y servicios.

A causa de la falta de concientización y cultura, muchas de las empresas aun no cambian u optan por nuevos modelos de negocios en donde incorporan el comercio electrónico como una premisa más para llegar al cliente de manera inmediata brindando seguridad y confiabilidad.

En otras palabras, el comercio electrónico en el Ecuador no es considerado como una herramienta indispensable, pero cada año incrementa su uso gracias a la confianza que ha ido ganado los consumidores. Según la Corporación Ecuatoriana de Comercio Electrónico (CORPECE) señala que se ha facturado, en relación al aumento de la

empresa, en el 2011 \$300 millones (\$100 más que en el 2010) generado un 95% fuera del país y cada año crece gracias a las nuevas personas que acceden al Internet (CORPECE, 2013) .

Ricardo Intriago, gerente de Pacificard, explica el porqué el 95% es afuera del territorio aseverando que, “Aún las empresas ecuatorianas no están convencidas de las ventas por Internet. Esto es un complemento en los canales de venta tradicional”. En otras palabras, gran parte de la desconfianza se origina a que los usuarios no tienen posibilidad de adquirir sus bienes y servicios dentro del país (El Comercio, 2011).

Para ofrecer una compra más atractiva, ciertas empresas de renombre como Marathon Sports brinda un servicio de personalización del producto principalmente en la camiseta de los equipos locales. Otras empresas de electrodomésticos como Comandato y Créditos Económicos están usando nuevo modelos de negocios. También De Prati en la parte textil. Pero la inserción del comercio electrónico va de la mano con el Marketing y la gran mayoría tiene un portal en línea en donde se observe sus productos (Landivar, 2012).

El Marketing tiene como consecuencia los indicadores que permiten generar crecimiento por medio del comercio electrónico y negocios que se manejan por medio del Internet.

La Tabla 8 refleja la situación del Ecuador frente al uso de las tarjetas de crédito o débito, el comercio electrónico haciendo una segmentación para los diferentes fines, se detecta cuál es el índice E-Readiness<sup>8</sup>, y para finalizar se hace una comparativa con otros países de América Latina.

---

<sup>8</sup> Es la habilidad de usar información y las tecnologías de comunicación con el fin de aportar al desarrollo sostenible del país y fomentar el bienestar colectivo.

**Tabla 8:** Uso de tarjetas de crédito, o de débito y el comercio electrónico

<b>PAÍS</b>	<b>TARJ. CRÉDITO</b>	<b>TARJ. DÉBITO</b>	<b>CAJ. AUTOM (UNIDADES)</b>	<b>ÍNDICE SIST. BANCARIO</b>	<b>BANDA ANCHA MÓVIL</b>	<b>E-COMPRADORES</b>	<b>COMPRAS POR INTERNET</b>	<b>ÍNDICE ADOPCIÓN TECNOLÓGICA</b>	<b>PAGADORES DE IMPUESTOS ONLINE</b>	<b>GRANDES RETAILERS ONLINE</b>	<b>ÍNDICE POTENCIA OFERTA</b>	<b>ÍNDICE E-READINESS</b>
ARGENTINA	40,8%	40,7%	15.000	0,34	3,32%	3,48%	875	0,32	0	2	0,09	0,46
BOLIVIA	2,2%	12,7%	908	0,04	0,32%	1,50%	44	0,20	0	0	0,00	0,17
BRASIL	71,2%	123,0%	174.255	0,97	4,27%	9,73%	13.230	0,61	0	10	0,33	0,95
CHILE	53,2%	48,0%	7.562	0,70	3,41%	7,02%	1.028	0,55	131.974	6	1,06	0,63
COLOMBIA	16,6%	33,0%	9.274	0,20	1,85%	4,02%	435	0,20	0	1	0,07	0,36
REP. DOMINICANA	16,7%	30,8%	2.000	0,17	1,38%	4,16%	209	0,34	0	0	0,00	0,31
ECUADOR	14,2%	19,7%	1.340	0,13	0,60%	2,50%	71	0,15	0	0	0,00	0,26
GUATEMALA	8,6%	12,5%	1.254	0,09	0,76%	2,02%	77	0,21	0	1	0,06	0,25
HONDURAS	8,1%	11,6%	735	0,10	0,70%	1,99%	28	0,20	0	1	0,06	0,25
MÉXICO	10,8%	53,0%	39.856	0,20	0,99%	4,30%	2.625	0,31	418.972	11	0,22	0,53
NICARAGUA	10,8%	12,3%	568	0,10	0,35%	1,79%	12	0,15	0	1	0,06	0,20
PANAMÁ	15,7%	56,5%	944	0,62	1,52%	2,94%	102	0,26	0	0	0,00	0,43
PERÚ	16,1%	46,9%	3.763	0,22	0,53%	3,14%	276	0,20	34.049	1	0,13	0,34
PUERTO RICO	33,8%	42,5%	1.478	0,42	4,91%	3,30%	588	0,59	0	0	0,00	0,50
PARAGUAY	12,2%	11,7%	526	0,14	0,61%	2,04%	38	0,24	0	0	0,00	0,27
EL SALVADOR	7,2%	14,9%	694	0,10	0,80%	2,04%	46	0,33	0	1	0,06	0,30
URUGUAY	51,5%	43,9%	1.985	0,50	4,85%	5,12%	82	0,36	0	0	0,00	0,48
VENEZUELA	24,5%	51,0%	15.124	0,34	0,86%	5,16%	906	0,34	0	0	0,00	0,45
AMÉRICA LATINA	37,6%	69,6%	277.266	0,51	2,50%	5,90%	21.775	0,41			0,22	0,62
ESPAÑA	95,4%	67,0%	61.374	1,00	11,30%	16,01%	8.400	1,00	5.630.896	-	1,00	1,00
EE.UU.	187,8%	165,1%	500.000	2,14	14,59%	74,00%	146.420	2,25	98.000.000	-	2,25	2,12

Fuente: América Economía

Elaborado por: AmericaEconomía Intelligence

#### 6.4. El E-banking en el país

Sin duda el internet ha transformado la forma en que se hacen negocios, y el sector bancario no es la excepción, por medio del internet se puede hacer transacciones bancarias desde cualquier lugar, las 24 horas del día facilitando la organización y administración de la cuenta en una sola plataforma, adhiriendo los diversos pagos por servicios que se puede efectuar.

La administración de la cuenta en línea permite acceder a la cuenta personal bancaria pudiendo observar la cuenta de ahorros, de cheques, cuenta de retiro individual, tarjetas de créditos, diferentes préstamos realizados, certificados de depósitos, entre otros, o también tiene la disposición de abrir nuevas cuentas o efectuar préstamos. También existe la

opción de consultar los estados de cuenta y solicitar imprimir dicha información.

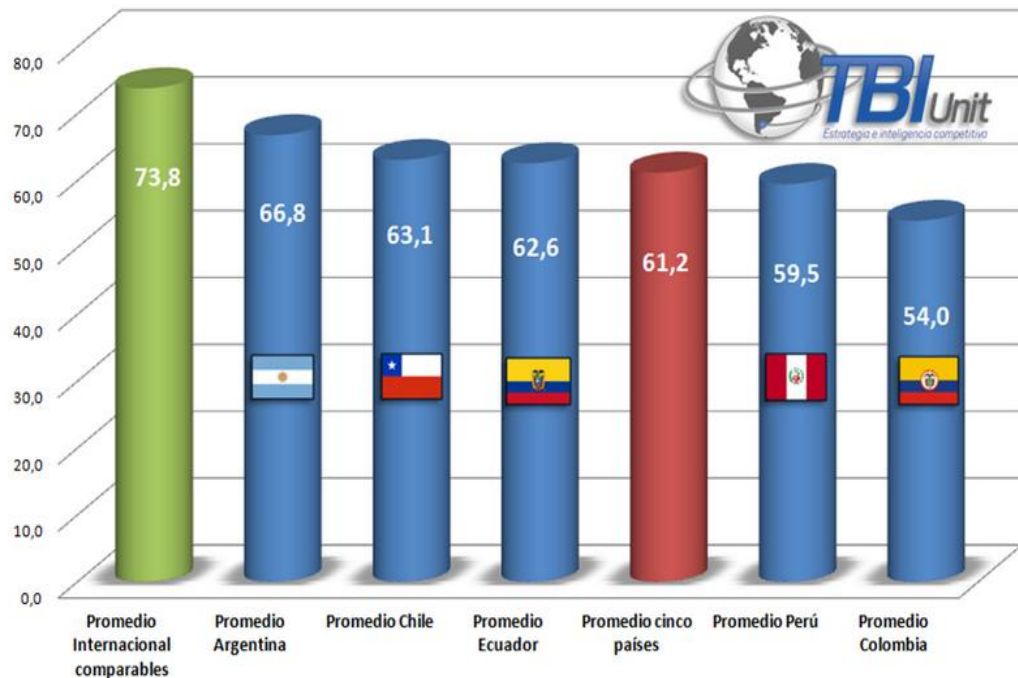
Los bancos solicitan, al momento de recibir al correo los estados de cuentas si ese fuera el caso, imprimirlo y eliminar el correo recibido, como plan de contingencia ante una posible extracción de información sin que el cliente tuviera conocimiento alguno. El e-banking proporciona de manera inmediata transferencia de dinero a otra cuenta. Esto suele pasar con cuentas de cheques y las cuenta de ahorro respectivamente. También, ciertos bancos facilitan estas transferencias con tan solo ingresar el correo del destinatario o el número de celular.

Los pagos de servicios básicos ya no es una novedad y poco a poco se habitúan por medio de la banca electrónica efectuarlos. El objetivo principal es evitar los cortes y estar puntual en los pagos. Además existe la posibilidad de poder programar la fecha de pago y automáticamente se le descuenta al cliente.

Además de hacer todo este conglomerado de transacciones de manera cómoda y rápida, los datos del cliente pueden ser modificados como teléfonos, dirección, el correo electrónico o claves de seguridad. Y para cualquier consulta, existe el portal de ayuda en donde se maneja el servicio al cliente (Sánchez, s.f.)

El Gráfico 2 muestra las posibilidades que han ocasionado un crecimiento bastante considerable en relación a otros países latinoamericanos ubicando a Ecuador en la tercera posición de 5 con un índice del 62.6 en relación con cliente online en rubro bancario al año 2013 según la organización llamada Unidad de Estrategia e Inteligencia Competitiva (TBI Unit). Los otros países participantes fueron Argentina, Chile, Colombia y Perú (Ebanking news, 2013).

**Gráfico 2:** Índice de relacionamiento con el cliente online en rubro bancario TBI Unit 2013 – Argentina, Chile, Colombia, Ecuador y Perú.

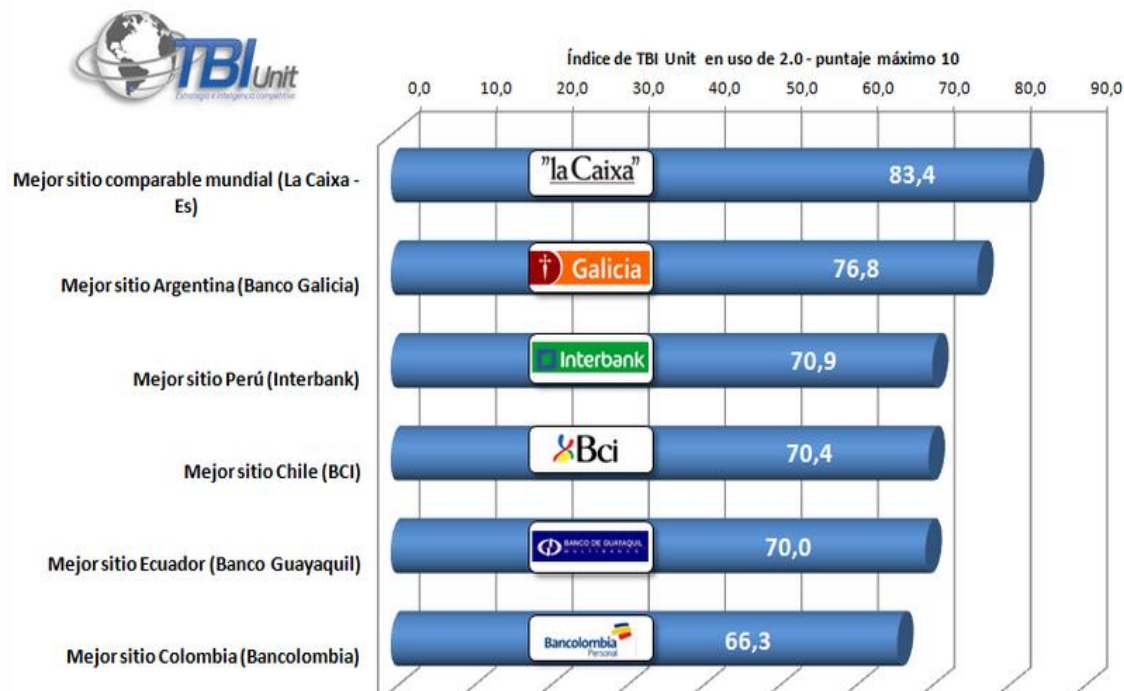


Fuente: Ebanking news

Elaborado por: TBI Unit

En el Gráfico 3 se puede observar que banco de cada uno de estos 5 países partícipes son los que sus clientes más hacen uso del e-banking. El banco de Guayaquil se alzó con el primer puesto con 70 puntos, ubicándose entre los demás bancos principales en quinto lugar muy cerca de las posiciones cuarto y tercero que corresponden al banco de Chile Bci (70.4), y el banco peruano Interbank (70.9) (Ebanking news, 2013).

**Gráfico 3:** Mejores entidades en relacionamiento con el cliente bancario – índice de TBI Unit.



Fuente: Ebanking news

Elaborado por: TBI Unit

Según Gustavo Muñoz, intendente de Banco y Seguros Cuenca habla sobre el e-banking enfatizando que, “Este servicio es individual y particular de cada una de las instituciones financieras que están sujetas al control de la Superintendencia de Bancos y de Seguros, lo cual considero es un servicio muy positivo y eficiente” (El tiempo, 2009)

Cabe recalcar que el sistema financiero de la banca pública en el Ecuador aun no dispone de servicios en línea como el Banco Nacional de Fomento, Corporación Financiera Nacional e Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. Por el momento es exclusivo de la banca privada y es más usado por las empresas con fines de pago a proveedores y pagos salariales (El tiempo, 2009).

## 6.5. Aspecto jurídico

Ecuador maneja su apartado jurídico mediante el estudio efectuado por la Organización Mundial del Comercio (OMC) en donde busca establecer un programa globalizado que sirva como patrón para cualquier tipo de movimiento efectuado en el comercio electrónico originando un marco estandarizado para poder transmitir confianza y sea considerado como herramienta segura (OMC, 1998).

Es por esto que en el país existe la Ley del Comercio Electrónico, Formas Electrónicas y Mensajes de datos. El Congreso Nacional (2002) en donde ordena que,

*“Que el uso de sistemas de información y de redes electrónicas, incluida la Internet ha adquirido importancia para el desarrollo del comercio y la producción, permitiendo la realización y concreción de múltiples negocios de trascendental importancia, tanto para el sector público como para el sector privado;*

*Que es necesario impulsar el acceso de la población a los servicios electrónicos que se generan por y a través de diferentes medios electrónicos;*

*Que se debe generalizar la utilización de servicios de redes de información e Internet, de modo que éstos se conviertan en un medio para el desarrollo del comercio, la educación y la cultura;*



*Que a través del servicio de redes electrónicas, incluida la Internet se establecen relaciones económicas y de comercio, y se realizan actos y contratos de carácter civil y mercantil que es necesario normarlos, regularlos y controlarlos, mediante la expedición de una Ley especializada sobre la materia;*

*Que es indispensable que el Estado Ecuatoriano cuente con herramientas jurídicas que le permitan el uso de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico y acceder con mayor facilidad a la cada vez más compleja red de los negocios internacionales”.*

Esta ley impulsa a la utilización del comercio electrónico como sinónimo de mejoramiento en varios aspectos como cultural, educacional y de conocimientos alentando a nuevas oportunidades de crecimiento económico y poco a poco poder participar, no solamente en el mercado local, sino trascender a mercados internacionales en donde se muestra constante competencia.

Se destaca el nombramiento al Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL) como el organismo regulador que da la autorización y la certificación a las instituciones, y está ligada a la SUPERTEL porque reciben informes previos de esta institución (Cabrera, 2006).

## **6.6. Las nuevas tendencias**

Existe un abanico interesante en las posibilidades que el internet puede brindar. Centrandose en el e-banking, la Federación Latinoamericana

de la Banca (Feleban) afirma que la banca en línea ha crecido en un 65% y se mantendrá cada año en Latinoamérica para tener un total de 140 millones de usuario en el 2015. Dentro de esto se encuentra Ecuador, haciéndolo poco a poco más urbanizado, disminuyendo el analfabetismo tecnológico (Ebanking news, 2014).

El 15 de marzo del presente año, el director del INEC Byron Villacís señaló puntos relevantes hacia lo que está apuntando la ciudadanía ecuatoriana:

- En los hogares la tecnología está más presente. Se ha doblado en cifras en los últimos 5 años volviéndose el Internet parte del día a día.
- El porcentaje diario de ecuatorianos que acceden a Internet es del 54.4%. Una diferencia bastante radical ya que en el 2008 solo entraba una vez a la semana.
- El 29.4% de los ecuatorianos es analfabeto digital en un plazo de 6 meses. Mientras que el 32% representa a las mujeres (Ecuador Inmediato, 2012).

Asegura el INEC que los ecuatorianos no solo usan el Internet para la descarga de imágenes, música, redes sociales. Va más allá de lo común profundizando su interés hacia nuevos horizontes como procesos legales o pagos de servicios básicos transformándose en un actor gracias a las nuevas tecnologías. Otro dato sobre la población de recursos bajos es que suelen conectarse en lugares públicos o instituciones educativas (Ecuador Inmediato, 2012).

El e-banking en dispositivos portátiles inicio en Ecuador en el último trimestre del 2010. Para el 2011 había mostrado un crecimiento. Según Giesecke & Devrient, los servicios financieros móviles dio un gran salto en 18 meses implementado a casi todo el mundo gracias al consumo de

Smartphone. Explica que este proceso se da gracias a la tecnología de Comunicación de Campo Cercano (NFC) evitando hacerlos físicamente cualquier transacción (Ebanking news, 2011).

En lo que se refiere a las remesas vía telefonía celular, Pyramid Research, encargada de realizar análisis de los mercados internacionales, ha afirmado que en América Latina está cerca de los \$60 mil millones. Particularmente en el Ecuador está teniendo un impacto bastante notable el uso de banca móvil. Tanto así que hay una decisión política asentada favoreciendo la inclusión tanto social como financiera (Ebanking news, 2011).

## **7. CAPÍTULO 2: RIESGOS QUE PERCIBEN LOS CLIENTES A TRAVÉS DEL E-BANKING.**

### **7.1. Puntos desfavorables sobre el Internet en el Ecuador**

Es una realidad que el Ecuador está avanzando en el ámbito de telecomunicaciones y nuevas tecnologías, sacando provecho de lo que puede efectuar el Internet y sirviendo a la comunidad para poder seguir avanzando y no quedar como país sub desarrollado. Estar al nivel de los países industriales es el objetivo principal desde hace mucho. Y el Internet es la herramienta perfecta para lograrlo.

Pero esta herramienta no se maneja sola. Existen muchos entes que regulan su uso como la CONETEL, la ONU, la SUPERTEL entre los que se rige el país. Se considera también, como dato lamentable, la intervención discreta del gobierno.

Últimamente se vive un panorama de limitación de libertad de expresión ocultando bastante información y manipulando la ideología de muchas personas, haciendo un mal al raciocinio de la comunidad al no poder tener la posibilidad de opinar o juzgar lo que no es correcto.

Aunque parezca irreal, tiene relación con el uso del Internet y en sus usos viales como el comercio electrónico. Este proyecto aterriza en la banca en línea, y es uno de los cánones en donde influye, sin hacer presencia, el no tener derecho a la libertad de expresión. Es considerado uno de los derechos más relevantes de todos los tiempos. Más aun que el Internet no tiene límites en comunicación.

Se entiende como libertad de expresión al derecho de expresar de manera libre algún pensamiento personal o criterio sobre algo sin necesidad

de ser comprimidos, excluidos o ser catalogado como algo en contra de la ideología de los demás (CIESPAL, s.f.).

## 7.2 Realidad actual

Teniendo en cuenta lo que es la libertad de expresión, se afirma que la ONG cada año efectúa un estudio de cómo los países se comportan frente al Internet. Se analiza datos históricos y se embarca en la perspectiva de la situación que vive el país. Mediante un estudio efectuado por la organización llamada Freedom House (2013), Ecuador obtuvo una calificación de 37 sobre 100 vinculado a la libertad de expresión. Es la primera vez que se efectúa esto (El Universo, 2013).

Freedom House sostiene una preocupación en la Ley de Comunicación del país, sosteniendo que se debe hacer una revisión del mismo y no perjudique a la ciudadanía. Por su parte, hace intervención del internet afirmando que existe una manipulación de contenido. La Tabla 9 señala cuales fueron los parámetros que se analizaron para Ecuador la nota de 37 (El Universo, 2013).

**Tabla 9:** Calificaciones en base a los parámetros que se consideran en la Ley de Comunicación del Ecuador.

PARÁMETROS	EXPLICACIÓN	NOTA
VIOLACIÓN DE DERECHOS DE USUARIOS	Se refiere a la posibilidad que exista vigilancia o algún mecanismo que vaya en contra de la privacidad ajena en Internet. Puede ser como protección legal o la restricción de actividades.	16
OBSTÁCULO PARA TENER ACCESO	Comprende la infraestructura, algún valor monetario o la prohibición para el acceso a	10

	ciertas tecnologías o aplicaciones.	
LÍMITES SOBRE EL CONTENIDO	Bloqueo de páginas de Internet o censuras. Se tiene en consideración el estado de los medio en línea	11

Fuente: Diario Hoy

Elaborado por: William Andrés López Salazar

En el informe se cita que:

- Se detectó el incentivo de las censurar sobre información en momento en donde existe sensibilidad política.
- CNE tomará medidas en relación al uso de redes sociales, como por ejemplo comentarios que afecten a la integridad del país.
- El gobierno ecuatoriano ha sido acusado de manipular los medios en línea al realizar comentarios que achacan los partidos opositores.
- Se recalcó el caso del presidente Rafael Correa en enero del 2013 cuando solicitó al Senain buscar información sobre dos muchachos que postearon en Twitter comentarios que atacaban al presindente, declarando esto como “autocensura” posicionada en los últimos tiempos.
- Se criticó el cierre de comentarios abiertos al diario el Comercio y la Hora (El Universo, 2013).

Freedom House, mediante los puntos redactados anteriormente, lo enfatizó en la parte en línea, en donde informa que se almacena información de todos los usuarios mediante las leyes que impone la Ley de Comunicación. Es verdaderamente alarmante porque el usuario siente presión. Se limita a realizar muchas operaciones o simplemente subir algún relato, información o comentario (El Universo, 2013).

La información registrada dentro de las instituciones, como los bancos, puede ser extraída por cualquier fin. Es por eso que los ecuatorianos sienten desconfianza y aun no están habituados en usar el Internet con fines productivos o comerciales.

Según Velazco, experto en temas sobre el derecho y el Internet menciona que este análisis sirve para buscar mecanismos que permita al gobierno cortar la libertad de expresión en línea, y demás derechos que tienen tanto físico como digital. La penetración al internet es del 75%, lo que afirma que su uso sirve como beneficio (Hoy, 2013).

A raíz de esto, el linchamiento mediático en el Ecuador se ha hecho presente a causa de los problemas con el gobierno. Los medios de comunicación son un ejemplo de esto, y de la misma manera los canales de televisión. Si transmiten algún programa o noticia que no favorezca o vaya acorde a la ideología y sistema del gobierno, reciben un proceso de enjuiciamiento. Uno no se puede oponer para evitar algún conflicto mayor. Y han anexado esta situación al uso del Internet por ser una fuente de información y comunicación accesible en el país.

### **7.3. Percepción de compras en Internet**

A pesar que tiene tiempo asentado el Internet en el Ecuador, no ha visto sido completamente explotado. Más aun, existe una limitación grande dentro del territorio. Muchos no tienen noción a pesar que estamos en un mundo globalizado y es increíble pensar que sea vuelto un tema muy común, que hasta pasa desapercibido.

Tantos avances tecnológicos, tantas nuevas posibilidades de llegar a la persona, nuevos sistemas socio económicos que permiten una reacción frente a situaciones que físicamente tardarían días, y a pesar de que vivimos a expensas de todo este conglomerado infinito de posibilidades, existen

ecuatorianos que aun no creen en los beneficios del Internet, y específicamente se encasilla el comercio electrónico.

Recordar que el comercio electrónico es una nueva manera de hacer transacciones en línea mediante la compra y venta de bienes y servicios. Ocupa ya un espacio en el nuevo concepto del mercado en donde se considera no solo mercado físico sino virtual.

Pero existe lo que se ha denominado “desconfianza” y se origina por varios factores pero entre los importantes tenemos el hecho de que el cliente ecuatoriano ha tenido malas experiencias en el comercio electrónico. Tenemos como ejemplo clásico el hecho de haber solicitado un producto. En el momento que se lo recibe no está con las especificaciones que se había demandado. Más aun cuando dichas tiendas online tienen fotos.

Lo mismo pasa con los servicios. Se detalla bastante información con especificaciones puntuales. Al momento de recibir el servicio o cuando uno ya lo está experimentando (como en el caso de los hoteles, vuelos, etc.), no recibe lo que estaba ofertándose. Este tipo de situaciones crea cambios en comportamiento y poca seguridad del cliente. Piensan que todo es una mentira.

Otro gran problema que origina falta de confianza es el error de despachar el producto de manera errónea. No es el mismo que se compró. Y en ciertos casos, el producto que es el equivocado, viene con fallas de producción.

A veces el producto se demora en llegar a su destinatario, haciendo pensar al cliente que es una estafa. Por otro lado, hay veces que el producto no llega y no se recibe feedback alguno cuando se pregunta el estado de rastreo del mismo. Otro caso particular es la aduana. Sus procesos son bien rigurosos y se toman su tiempo en entregar el paquete. Depende mucho de



la cantidad de encargos que se mueven cada día. En épocas de gran auge como noviembre por su famoso “viernes negro”, se demora mucho más de lo normal la entrega.

Pero el problema principal es el ingreso de tarjeta de crédito. El cliente tiene la obligación de poner sus datos personales, el número de su tarjeta, el código que se encuentra en la parte posterior de la tarjeta, la fecha de expedición, entre otros dependiendo para que portal sea. Es por eso que se mantiene las compras en locales físicos, porque así garantizan que el producto que están viendo es el que desean adquirir. El mismo escenario en los servicios.

Pero no todo está perdido. En la página web El Emprendedor (2012), el administrador de la cuenta @usuariosdigital en Twitter, Alfredo Velázquez, afirma que,  
*“entre las ventajas del mercado electrónico están tener acceso a un mercado global con artículos o propuestas de servicios que tal vez no se puedan conseguir en la ciudad o en el país, comparación de precios de los productos/servicios con otros mercados, pero un tema muy importante es el poder compartir experiencias entre usuarios de diferentes latitudes permitiendo una compra más inteligente”.*

Los clientes, al no poder adquirir ciertos productos de manera nacional, buscan semejanzas con lo que se oferta en el mercado internacional. En otro caso, utilizan, inconscientemente, lo denominado “showroom” que no es otra cosa que el uso de las tiendas offline para poder verificar el producto primero antes de comprarlo en línea.

Esta metodología es bien aceptada en el Ecuador, y se ha efectuado un estudio plantado por Capgemini en donde señalaba que 16000

compradores en línea de 16 países mostrando que al 2020, el 51% mostraba expectativa que varias tiendas físicas iban a cambiar su metodología de venta mediante el “showroom”, y servía como anclaje para las compras en línea de los productos mostrados (El Emprendedor, 2012).

En el 2011 se realizó un estudio ROPO referente al comportamiento de compras offline y online. Su principal objetivo es la relación o dependencia que existe frente al comportamiento del cliente mediante cuadros explicativos señalando en porcentaje de reacción de las personas. Está representado por 471 personas (D’Alessio IROL, 2011).

**Tabla 10:** Comportamiento de los clientes para celulares, computadoras y accesorios para computadores.

<b>Celulares</b>	
Compra en tienda local	0,54
Compra en Internet	0,33
Compra por otros medios	0,13
<b>Computadoras</b>	
Compra en tienda local	0,43
Compra en Internet	0,38
Compra por otros medios	0,19
<b>Accesorios para computadora</b>	
Compra en tienda local	0,68
Compra en Internet	0,27
Compra por otros medios	0,05

Fuente: D’Alessio IROL

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

La Tabla 10 nos muestra que se compra más en locales (54%), pero lo que representa comprar en línea no está tan lejos (33%). Esto se debe a que hay inconvenientes al no tener el producto de manera física. Existe muchas estafas promocionando el producto en perfecto estado, pero cuando es vendido, el cliente recibe un producto falso o dañado. Esto se da en

portales de compras sin control alguno como Mercado Libre, Facebook, OLX entre lo más conocidos.

Entonces las personas prefieren comprarlo en las tiendas autorizadas como son Claro, Movistar o CNT. Aunque el online de estas empresas sirve como catálogo para ver las características del producto como son los colores, las nuevas propiedades, la capacidad de memoria, etc. asegurando que el 54% efectúa este paso previo a la compra en el establecimiento.

En lo que se refiere a computadoras, la tienda local (43%) tiene predominancia frente a la compra en línea (38%), porque en dichos portales a veces suelen poner fotos equivocadas del producto. Suele darse el caso que ponen características incompletas. En vez de eso, implementan un marketing llamativo con bajo precio y detalles limitados del producto. El cliente prefiere probar la computadora antes de comprarla. Igual ve primero en línea la que desea adquirir (43%).

En este caso. Tenemos a la empresa NoviCompu en donde prefieren vender en línea. Esto se debe a que su matriz se encuentra en Quito y en los locales venden más las computadoras a bajo precio a causa de que son más accesible al mercado para venta rápida. En línea, la empresa ofrece el servicio de delivery sin importar en que ciudad se lo compre.

Como se mencionó antes, las computadoras muestran mayor confianza en ser compradas por clientes en el establecimiento más no en línea. Lo mismo sucede con los accesorios, siendo las compras en locales su estándar (68%), y muy lejos de lo que corresponde las compras en línea (27%).

**Tabla 11:** Comportamiento de los clientes para automóviles, indumentarias y libros.

<b>Automóviles</b>	
Compra en tienda local	0,36
Compra en Internet	0,43
Compra por otros medios	0,21
<b>Indumentarias</b>	
Compra en tienda local	0,52
Compra en Internet	0,42
Compra por otros medios	0,06
<b>Libros</b>	
Compra en tienda local	0,87
Compra en Internet	0,07
Compra por otros medios	0,06

Fuente: D'Alessio IROL

Elaborado por: William Andrés López Salazar

La Tabla 11 enfatiza que el mercado que está creciendo en línea en el Ecuador es la compra de automóviles. Tanto así que se vende más en Internet (43%) en comparación a locales (36%). El portal del Internet permite hacer una modificación a gusto propio del vehículo. Otros medios se consideran por terceras personas que tiene un porcentaje considerable (21%) siendo una manera fácil, a buen precio de conseguir un carro, teniendo en cuenta que se debe verificar completamente el vehículo.

En el país, los clientes se informan más de los carros y se interesan en ellos gracias a los buscadores (78%). Otro dato adicional es la cotización del vehículo en sus páginas oficiales representando el 42%.

Las indumentarias, por una diferencia de 4 puntos porcentuales, en lugares físicos muestran mayoría de consumo (52%), mientras que en línea representa el 42%. Esto se debe a que existe aun desconfianza en cómo le

va a quedar al cliente dicha vestimenta, y prefiere probarla antes de adquirirla. Muchas veces la talla que se señala varía dependiendo del conjunto.

Dicho esto, se muestra un vínculo importante en el catálogo mostrado en línea, observando primero por este medio previo a la compra en local en línea (52%). Otra forma que la gente se entera es mediante el buscador, luego el cliente lo busca dentro del país o algo similar (46%).

Por último en los libros tiene un total movimiento en compra en locales con el 87%. La diferencia entre comprar en línea (7%) y por otros medios (6%) es solo un punto porcentual. Los clientes ecuatorianos acostumbran a buscar primero en línea para poder comprarlo en el local (87%), pero el buscador es el que se considera menor al momento de adquirir un libro con el 46%.

En resumen, los clientes tienen el hábito de buscar primero en Internet para ciertos productos, teniendo una idea de lo que pueden recibir siempre y cuando el producto sea el correcto en la transacción. Aun tiene esa idea de poder aceptar de las tiendas en líneas como medio de comodidad para las compras.

#### **7.4. Dificultades y temores del e-banking**

Se sabe que el Internet permite acceder a cualquier tipo de información y posibilita realizar varias operaciones. Permite tener un mayor contacto con el mundo y a la vez otorga nuevas vías para acceder a productos o servicios. Pero se necesita información por parte del usuario, se podría asegurar en casi todas las páginas de Internet.

Para uno aceptar estos términos, se necesita de forma obligada que el usuario disponga de un correo personal. Tan solo navegando en el Internet el usuario esta vulnerable a cualquier tipo de ataque referente al robo de información, virus, o manipular cualquier movimiento en línea que se haga. Los delincuentes son los encargados de hacer esto. Pasan buscando computadoras de baja protección para infiltrarse.

Se considera dos tipos de ataque, acorde a la manera como el delincuente desea usar su cometido que será explicado de manera breve:

- La computadora sufre un robo de información ocasionado por los Spyware o software espías, o los virus troyanos que son muy comunes. Estos últimos aparecen mediante publicidades o anuncios falsos en donde el usuario se infecta cuando hace clic. También suele pasar en las descargas.
- Las computadoras sirven como vínculo para poder hacer delitos a computadoras de otros usuarios. En otras palabras se conoce como las computadoras usurpadas. Normalmente estas se esconde en videos o música y se infiltran sin conocimiento del usuario para cometer delitos (Bank Leumi USA, s.f.) (pp. 2).

#### **7.4.1 Metodologías de robo de información.**

Las metodologías más usadas por los delincuentes son:

- Phising: La metodología empleada por este método de infiltración es mediante correos electrónicos, en donde se asocia al banco como medio de extracción de información. El atacante solicita de alguna manera “ingeniosa” pedir al cliente que le proporcione información confidencial como nombre, fecha de nacimiento, número de tarjeta hasta contraseñas, haciendo creer que son para fines bancarios como verificación de la cuenta, o algún movimiento de dinero falso.

Una vez que el atacante logra su cometido, efectúa lo que se llama “cyber tricks” que no es otra cosa que establecerse dentro de la maquina sin que el usuario se dé cuenta robando información privada mientras inicia sesión. El Phising tiene sus derivados que son:

- Spear Phising: El atacante analiza cada movimiento del usuario tomándose un tiempo considerable. Luego arremete con correos de tal forma que el usuario piense que si son legítimos y se convenza del enlace que entre en el sistema.
  - SMishing: Son mensajes de textos que se mandan a los celulares, informando que existe un problema en el sistema o algún acontecimiento grave falso con la finalidad que el usuario se contacto o responda el número que se le solicita para poder sustraer información personal.
  - Vishing: Utiliza un sistema llamado VoIP (Protocolo de voz por Internet). El atacante implementa datos específicos que son comunicados mediante un sistema de voz para que aparezca en el identificador de llamada, de esa manera se introduce en el celular recopilando información o directamente al correo que está asociado.
- Capturadores de teclado: Esta relacionado con lo ya nombrados Spyware y Troyanos. Pero esta manera de atacar es mucho más compleja y más peligrosa ya que puede actuar una vez recibido del Phising o alguna página web que ya este infectado para la sustracción de información Y la computadora se infecta de virus. Por si fuera poco, detecta las pulsaciones

al momento de teclear la contraseña y el delincuente manda al usuario toda la información que ha sido robada (Bank Leumi USA, s.f.) (pp. 2-3).

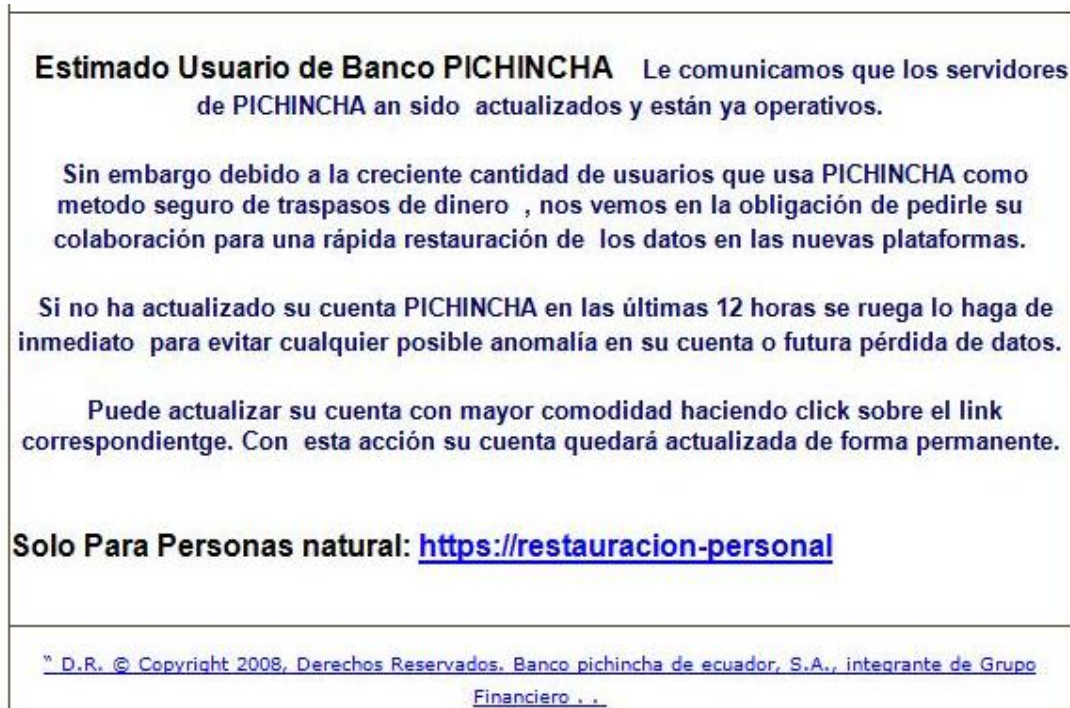
Existen muchos casos de fallas en la banca en línea en donde el principal problema es el incorrecto ingreso de datos. Esto se debe a que existen modificaciones de datos al momento de robarlos o se desean entrar a la información sin autorización alguna.

La SUPERTEL ha receptado varios casos de Phising y es uno de los mayores temores del cliente. Al solo pensar que toda su información y cuentas están dentro de la plataforma en línea, prefieren hacer las transacciones de manera personal. Cabe recalcar que el marketing que ejercen los bancos sobre esta plataforma no ocasiona un fuerte impacto en la sociedad, pasando de manera disimulada como método rápido de operaciones bancarias.

Los mensajes de Phising que normalmente se envían a los usuarios contienen este título: “Datos mal ingresados en su banco” o “intente de nuevo”. Como se explico en el Phising, mandan a solicitar las contraseñas y datos personales del cliente. Ya se han efectuado denuncias en el caso. El banco que supuestamente ha hecho el robo de información ha sido el Banco Bolivariano. El problema es que el formato con que es enviado el correo se asemeja mucho a las que suele mandar el banco (Espinosa, 2009).



**Gráfico 4:** Correo electrónico falso para robar información privada.



Fuente: Inforc Ecuador

Elaborado por: Banco Pichincha

En el Gráfico 4 se puede observar cómo se desea convencer al cliente mediante un lenguaje profesional, y con un escenario grave para poder robar datos importantes como las cuentas bancarias. Cabe destacar que en muchos casos, el diseño de estos correos no es tan llamativo. Este caso del Banco Pichincha fue estudiado inmediatamente, y el sitio remitido ya fue eliminado. Muchas veces el antivirus que tiene la computadora no identifica que es una amenaza.

Otro ejemplo de Phishing se vivió en el 2011 cuando el cliente Raúl V. consultó su cuenta bancaria y se percató que solo tenía \$8 de los \$13000 guardados. Él alertó inmediatamente a la fiscalía lo que estaba sucediendo, confesando que brindó la información a un correo que le había llegado al correo.

Según la Fiscalía General el 2009 se registro 119 casos de Phising, pero en el 2011 aumento a 1308, con una suma total de dinero robado que va entre 1 a 2 millones de dólares de perjuicio. Los hackers realizan cualquier metodología para perjudicar al cliente (Segu-info, 2011).

#### **7.4.2. Otras vías de ataque, Smartphone y Tablet**

Sabemos que el mercado de celulares inteligentes y tabletas está creciendo de una manera descomunal. Y normalmente, los usuarios de estos dispositivos comúnmente anexan cualquier contraseña de algunas páginas como las redes sociales, correo electrónico y/o archivos. Los delincuentes saben que son vías para atacar de manera accesible.

Actualmente existe vulnerabilidad en los sistemas de estos aparatos como lo son Google Android, Windows Mobile, y Apple IOS y acceden mediante Smishing y Vishing. Otra metodología es la creación de las conocidas aplicaciones que muchas son gratis y contienen grandes aplicaciones. Los atacantes crean aplicaciones que les hagan creer a los usuarios que son eficaces y legítimas proponiendo la descarga y la instalada del mismo.

Las aplicaciones que brindan seguridad, pero en realidad son códigos maliciosos y es otra forma de infiltrarse en la información personal. Normalmente todas estas metodologías son para robar más que todo dinero en las cuentas (Bank Leumi USA, s.f.) (pp. 2-3).

#### **7.5. Métodos para apaciguar el riesgo**

Lo primero que se debería hacer es tener instalado un programa que repele el software que se infiltran en la información. Siempre mantenerlo en constante actualización ya que la tecnología avanza cada día y los delincuentes crea nuevas maneras de sustracción de datos personales.

Cada vez que una computadora es infectada, el atacante puede tener acceso más fácil de ordenadores que estén próximos. Normalmente, en las oficinas o lugares públicos, se interconectan a un solo servidor los ordenadores. Sea para una misma conexión a Internet, transferencia de datos, o compartir datos. EL usuario accede sin precaución a páginas de Internet ya infectadas y los Spyware o troyanos permanecen dentro del sistema.

Dentro del mundo de las empresas, esto se denomina “drive-by”, para cualquier operación, especialmente para la banca en línea y se recomienda tener precaución en el uso de computadoras que no son propias del usuario. Además asegurarse que el portal que se va a ingresar sea de confianza. Y por último tener en cuenta que el portal Google es donde más se ponen software malicioso (Bank Leumi USA, s.f.) (pp. 2).

En lo que respecta a las tabletas y Smartphone para disminuir algún ataque en estos dispositivos es la descarga de aplicaciones directamente de portales legítimos como lo son el Google Play y el App Store. Cabe mencionar que existen muchas aplicaciones gratis y no tienen seguridad ni confianza. Se recomienda para esto, antes de descargar la aplicación, revisar los comentarios de personas que ya lo han hecho antes, como una prueba que es seguro.

Dos metodologías que se han implementado en la banca específicamente son:

- One Time Password (Generación de claves de uso único): Funciona mediante el ingreso de la clave que el usuario usa frecuentemente, más una clave que es enviada al celular registrado. Una vez que se tiene la clave, se la ingresa en el sistema, caso contrario la banca en línea no permite su acceso.

- “Desafío – Respuesta”: Su principal objetivo es evitar el Phishing mediante la contestación de una pregunta que solo el usuario sabe. El banco solicita al cliente usar un banco de preguntas, en el cual aparece una vez ingresado la contraseña (Ochoa, 2011).

Se recomienda un número complejo de caracteres al momento de crear la contraseña y ser muy cuidadoso al momento de ingresarla. Esto depende del lugar que uno se encuentre. Por lo menos se debería poner un carácter con mayúscula y dos números.

## 8. CAPÍTULO 3: INVESTIGACIÓN DE MERCADO

### 8.1. Delphis

#### 8.1.1. Delphi a Valeria Borja, Soporte Técnico de la Banca Electrónica del Banco Pichincha

- *¿Cómo ha crecido la banca en línea?*

La Banca en línea ha ayudado a descongestionar las transacciones en relación al hábito frecuente de moverse del lugar que se encuentra e ir a una de las agencias. Además, trabaja bien con el Call Center, porque también facilita alguna operación que se desee efectuar por parte del cliente promoviendo de manera efectiva, la ayuda inmediata que necesita. Esta herramienta se estima su rango de uso entre 18 a 45 años.

- *¿Cuál es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?*

En general, el Banco muestra un incremento en la otorgación de los créditos e inversiones. En lo que respecta a la banca en línea se ha mostrado una acogida progresiva. Más es usado para consultar los movimientos que ha efectuado los clientes. En otras palabras, las cuentas.

- *¿Cuáles han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?*

La dificultad más grande es el poco conocimiento que tienen muchos de los clientes de esta herramienta, creando un escenario de accesibilidad nula.

- *¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?*

Lo que más gana el cliente es el ahorro de tiempo. Ayudar a la no movilización a agencias hace que ganen confiabilidad hacia el banco. Se desea que todas las transacciones permitidas en la banca en línea se hagan desde el hogar, con la finalidad de usar una computadora de uso personal y segura.

Actualmente, el banco está implementando la “Banca Segura” para procesos ágiles y seguros, permitiendo tener un respaldo ante fraudes bancarios como los ya conocidos “Phising”. También protege las contraseñas de los usuarios para que los clientes estén más empapados de esta herramienta.

- *¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?*

Tratar de ingresar a la cuenta en línea desde un ordenador fijo. Así evita que otras personas quieran acceder a su cuenta. El software que trabaja la banca en línea es la Banca Segura como antes se había comentado para evitar el Phising y el capturador de teclado. Está protegido con el antivirus Karpesky Lab.

### 8.1.2. Delphi a Patricia Segura, Supervisora de Contact Center del Prodebanco

- *¿Cómo ha crecido la banca en línea?*

El crecimiento que presenta el banco depende del proceso que se ofrece. Se refiere a los servicios que cada institución financiera proporciona a los clientes. En general, la banca en línea ha crecido más del 200% gracias al uso de los clientes.

No obstante, existe una dificultad en el mercado de personas adultas ya que no tienen mucho conocimiento del uso del Internet y prefieren evitar fraudes. El Call Center de la banca ya tiene 10 años dentro del mercado ayudando a los requerimientos y dudas de los usuarios, y la banca en línea recién labora hace dos años.

- *¿Cuál es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?*

En general el banco ha crecido ya que el servicio es para todos. Pero se puede focalizar la respuesta más en los servicios de pago que el usuario realiza como el pago de teléfono o las planillas de agua o luz tanto los corporativos como las personas naturales. Además el uso de transferencia y transacciones en el sistema en línea es muy cotizado.

- *¿Cuáles han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?*

La falta de confianza es un punto relevante en el uso de la banca en línea. Cuando se hace llamada a los clientes para informar algún asunto, los clientes no desean atender porque piensan que el momento de dar alguna información, sufrirán algún fraude en línea

como el Phising. Es por eso que nunca pedimos datos personales ni de la cuenta.

- *¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?*

Los clientes evitan acercarse a los bancos, representan bajos costos, ahorro de tiempo y se gana seguridad. Lo que se espera es que incrementen el uso del Internet en el país, para poder dar más posiciones de trabajo.

- *¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?*

Los clientes no deben ser ingenuos. En todo momento, existen avisos de precaución cuando se efectúa una llamada al Call Center o cuando se ingresa a la banca en línea. Produbanco tiene un modelo de correo fijo mientras que los fraudes no suelen tener una ortografía correcta o una presentación adecuada, o en el peor de los casos, ambas características.



### **8.1.3. Delphi a Luisa Gómez, Oficial Sénior del departamento de Marketing del Banco Guayaquil**

- *¿Cómo ha crecido la banca en línea?*

La banca en línea ha creado una nueva manera de efectuar las transacciones bancarias, habituando su sistema eficiente a los dispositivos que normalmente se usa a diario como las tabletas, celulares, computadoras portátiles. Va acorde al consumo de estos dispositivos, proporcionándonos un incremento bastante considerable de su uso.

Cada vez más son los clientes que se acoplan al manejo de la banca en línea, aunque está en nuestro deber seguir implementando nuevas mecánicas para poder atraer más a su uso.

- *¿Cuál es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?*

En sí es el uso de la banca electrónica como herramienta para acceder a servicios inmediatos como las transferencias bancarias y chequeo del status de las cuentas personales. Cada vez son más personas que usan este servicio. Es por esta razón que hace un par de meses implementamos otro estilo de seguridad hacia el usuario.

Antes de que el usuario acceda a la cuenta en línea, comúnmente se le solicita una contraseña exclusiva. Lo nuevo es la intervención del celular. Por medio de este dispositivo, se le envía una clave que debe ser ingresada. Así se evita los fraudes.

- *¿Cuáles han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?*

La inseguridad y la falta de conocimiento de la banca en línea. Se necesita que incremente el uso del Internet. Beneficiaría al fidelizar a los clientes.

- *¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?*

La seguridad que se brinda. La banca en línea brinda varias opciones que hacen los movimientos bancarios de manera inmediata. Pero esa rapidez debe ser compaginada con la confianza, porque cualquier otra persona, sin la debida responsabilidad, puede hacer mal uso del mismo.

A raíz que se está haciendo una reestructuración del Banco Guayaquil, se desea incursionar más sistemas que permitan hacer sentir al usuario cómodo. En otras palabras, sentir confianza hacia nosotros.

- *¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?*

Tener mucho cuidado en qué lugar y en qué dispositivo se ingresa a la banca en línea. Se recomienda que sea en computadoras personales. Existe muchas ocasiones que los usuarios no recuerdan la contraseña, e intentan varias veces. El sistema bloquea el ingreso a la cuenta personal. Por esta razón, ser muy cauto al momento de crear la contraseña personal.

#### **8.1.4. Delphi a Diana Castellanos, Jefe de productos del Banco General Rumiñahui**

- *¿Cómo ha crecido la banca en línea?*

El portal que maneja el banco sobre la banca en línea implementado en el 2011 ha traído consigo el incremento de los clientes.

- *¿Cuál es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?*

El banco se ha especializado en el sector militar. Gracias a esta oportunidad de mercado, la cartera de cliente ha incrementado. Ellos no usan a menudo el portal en línea pero es significativo.

- *¿Cuáles han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?*

La cultura del cliente porque tiene a mostrar desconfianza en cada uno de los procesos en línea y no sienten seguridad al usarla.

- *¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?*

La banca en línea brinda rapidez, seguridad, tiempo. Y se espera el total manejo de las cuentas en línea a 5 años.

- *¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?*

No entregar la contraseña a nadie. También se sugiere no hacer clic a los correos extraños porque se evitaría el robo de información personal, y abrir la cuenta en línea directamente de la página del banco, más no desde un link guardado.

### **8.1.5. Delphi a Priscila Vásquez, Asistente de Servicios Bancarios Eléctricos del Banco de Machala**

- *¿Cómo ha crecido la banca en línea?*

Existe un crecimiento palpable. Se realizó un convenio con la UESS y se incrementaron los usuarios. Cada cliente se le hace firmar un convenio de apertura de la cuenta y la banca en línea se le habilita luego de 48 horas.

- *¿Cuál es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?*

La banca en línea indiscutiblemente, más que todo el uso de las transferencias y la visualización de los caldos del cliente.

- *¿Cuáles han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?*

Errores al momento de ejecutar la página de la banca en línea. Hace tres meses hubo bastante queja de los clientes porque el sistema se caía. Teníamos muchas llamadas y decían sus quejas. Pero eso ya se superó y no hay problemas por el momento.

- *¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?*

El cliente ahorra tiempo, se evita hacer trámites en el banco como las largas colas. Agilita el proceso de las transferencias pero se cobra cincuenta centavos por transferencia.

Se espera en los próximos años que aumente el uso de la banca en línea mostrando seguridad más que todo en la página de internet.

- *¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?*

El banco se encarga de hacer llamadas telefónicas para obtener información con el fin de evitar la sustracción de identidad. También se efectúa las preguntas de desafío y el departamento de operaciones se encarga de confirmar los datos luego del registro de aprobación de la cuenta.

### 8.1.6. Delphi a Jorge Cobos, Asistente de Marketing del Banco del Pacífico

- *¿Cómo ha crecido la banca en línea?*

El portal “Intermático” ha permitido al Banco del Pacífico un desenvolvimiento positivo. Más aun que ofrecemos nuevas características con un nuevo sistema de autenticación como actualizar el perfil del cliente. Poco a poco el lazo de fidelidad de los usuarios hacia el banco es más fuerte gracias a los beneficios de la banca en línea.

- *¿Cuál es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?*

Los créditos que damos a los clientes. A su vez la banca en línea representa un hito presentando un compromiso para fidelizar al cliente. Es tan importante ir a la par de la tecnología que, como institución financiera, debemos llegar a facilitar todo tipo de transacciones del cliente sin descuidar nuestro buen servicio.

- *¿Cuáles han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?*

Los fraudes. Aunque aún falta mucha conciencia en base al cuidado de la cuenta personal, se debe tener muy en cuenta preservar los datos personales del cliente. Existen muchas maneras de correr el riesgo de caer en un fraude, y las personas no tienen conocimiento del mismo. Va compaginado de la desconfianza que hay en la sociedad, principalmente porque aun no abarca el Internet para toda la sociedad.

- *¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?*

Los principales beneficios son la inmediata respuesta que tiene el usuario en las transacciones bancarias. Además, la persona no requiere ir al establecimiento. Eso ahorra tiempo, más que todo para los empresarios. Representa menos costos para nosotros, y aunque sea muy mínimo por cliente, al final es una suma considerable de dinero.

Lo que se espera es un mayor uso de la banca en línea. También poder brindar más préstamos a las personas y poder ayudar, principalmente a las personas que desean comenzar sus negocios. Se recurre mucho al banco por ese motivo.

- *¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?*

Estar bien informado en el uso de la banca en línea. Las personas son descuidadas con sus asuntos personales. Si presencia alguna anomalía o llamadas extrañas, no dudar en llamar al servicio al cliente para asegurarse si es verdad o no que nosotros hemos requerido alguna información. Y tener mucho cuidado con los correos falsos. Es el método más inmediato de robar información y dinero a las personas.

### **8.1.7. Delphi a Kevin Pinto, Asistente Sénior de Servicios del Banco Bolivariano**

- * C mo ha crecido la banca en línea?*

La banca en línea en los últimos 5 años ha ido avanzando de una manera muy rápida, tratando de adaptarse al cambio frecuente de la tecnología y necesidades de los clientes. El banco Bolivariano de compromete a que los clientes puedan tener un servicio ágil, eficaz y personalizado. Brindando la posibilidad de una mayor seguridad en sus transacciones.

- * Cu l es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?*

El segmento de banca empresarial ya sea banca pyme, o banca corporativa han crecido en estos últimos años con clientes muy importantes y alto ingreso económico. Estos representan unos de las principales atracciones del cliente hacia la institución debido a la alta ayuda del sistema en Internet como el "24 online" o el sistema SAT (Sistema de Administración de Tesorería).

El producto más usado por los clientes es el sistema de PAGO PROVEEDORES o PAGO TERCEROS que les facilita y agiliza el sistema de pago a sus colaboradores y a sus proveedores.

- * Cu les han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?*

El gran problema que seguirá surgiendo en este sistema es el constante cambio que se realiza en el mismo, ya que siempre el banco se mantiene actualizando con la finalidad de poder hacer sentir



a gusto a todos los clientes y poder llenar las expectativas brindándoles un sistema más automatizado.

- *¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?*

Uno de los beneficios que toda institución bancaria posee de manera primordial con los sistemas en línea son las transacciones de una manera más automatizada y desde la comodidad del hogar o cualquier lugar que se encuentre ya sea desde una computadora de escritorio, laptop o inclusive de algún celular.

El objetivo principal de esto es evitar, de toda manera, acudir a largas colas para alguna transacción sencilla y rápida. O algún servicio que se requiera en las oficinas del banco distribuidas en el país.

- *¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?*

El fraude vía Internet depende mucho de los sistemas que se manejen. Lamentablemente debido a la tecnología que hay hoy en día, es probable que se de algún fraude como el muy nombrado Phishing.

Por eso, al cliente se le aconseja que usen de manera precavida y personal este tipo de sistemas, como un ordenador de uso personal, aun así se posea la mayor de las seguridades, porque en todo momento existe un margen de vulnerabilidad.

### **8.1.8. Retroalimentación a cada experto**

Luego de hacer la primera consulta del Delphi, se les informa a los expertos de los resultados obtenidos con el fin de dar nueva respuesta. Cabe recalcar que entre los expertos no se conocen.

#### **Valeria Borja - Banco Pichincha**

Menciona la importancia que debe tener la página de Internet de la banca en línea para evitar posibles caídas del sistema y no ocasionar la preocupación del cliente. Por otro lado, hace mención en los fraudes afirmando que son muy cuidadosos al momento de mandar un correo, asegurando que verdaderamente es el Banco Pichincha quien lo envía.

#### **Patricia Segura - Produbanco**

Se debe incentivar el uso de la banca en línea para poder brindar nuevas oportunidades y nuevos servicios en un futuro. Esto permitiría nuevos sistemas de seguridad. Destaca que en el Ecuador hace falta una mejor comunicación con el cliente para que dejen de tener desconfianza en el servicio.

#### **Luisa Gómez - Banco Guayaquil**

Afirma que no es una manera correcta de hacer sentir seguro al cliente llamando para pedir información personal. Las personas que no tienen mucho conocimiento e la banca en línea y solo la usa para transferencias o verificación de la cuenta suelen brindar sin ser precavidos. Entonces suelen pasar el robo de información y luego es informado que no tiene saldo en la cuenta. Se debe tener mucho cuidado.

#### **Diana Castellanos - Banco General Rumiñahui**

Señala que Ecuador necesita seguir cambiando su cultura. Los puntos importantes son el uso de nuevas tecnologías que son usadas a diario y en qué lugar son usado dichas tecnologías. Afirma que gracias a la banca en

línea, el banco se ha acercado mucho más a las necesidades del cliente, pero que necesitan tener un mayor control en su uso.

#### **Priscila Vásquez - Banco de Machala**

Está de acuerdo con las diferentes medidas que se toman al momento de acceder a la cuenta en línea del usuario. A su vez, entiende las quejas que existen del mismo. A pesar que muestra confianza, es muy tedioso pasar dos o tres procesos antes de hacer movimientos bancarios. Cree que en el futuro seguirá existiendo nuevas medidas de contingencia, pero hará mucho más fácil su accesibilidad.

#### **Jorge Cobos - Banco del Pacífico**

Piensa que se debe seguir expandiendo el uso de la banca en línea, principalmente para las personas adultas. Aunque también muchos jóvenes no usan la banca en línea por desconfianza, el mayor índice de su rechazo está en las personas de mayor edad. Se debería focalizar más la banca en dar charlas o informar de alguna manera entendible, con pasos concisos el uso de esta herramienta. Y a su vez informar los tipos de fraudes y como evitarlos.

#### **Kevin Pinto - Banco Bolivariano**

Para que crezca el uso de la banca en línea, recalca que se debe eliminar o mitigar la desconfianza que existe, no solo de las personas que poseen cuentas bancarios, sino en la sociedad, ya que no solo acceden al Internet para verificar su cuenta, también para otros tipos de servicios y parte del conocimiento que se tiene hacia los dispositivos. Hace énfasis a la ayuda directa del servicio al cliente para poder despejar dudas y brindar soluciones inmediatas. Además de tener un buen antivirus y siempre actualizar el sistema para futuras amenazas.

### **8.1.9. Conclusiones del Delphi**

Los siete bancos tienen una visión bastante similar en lo que respecta a la banca en línea. Concuerdan que es una herramienta que facilita cualquier tipo de transacción sin importar el lugar en donde el usuario se encuentre gracias a las tabletas o celulares, siendo una herramienta compacta y se usa en muchos dispositivos. El objetivo principal es evitar las largas colas en las agencias, reducir costos y hacer sentir cómodo al cliente.

Estos bancos suelen combinar la banca en línea con el Call Center para poder servir de ayuda ante cualquier urgencia. A pesar de eso, los clientes no suelen prestar atención a las instrucciones o avisos previos al ingreso a la banca en línea.

Los expertos son conscientes que aún queda mucho por trabajar e inculcar en el manejo de la banca en línea dentro del Ecuador. Se necesita canales en donde se dé información de su uso y beneficios.

En lo referente a la página de Internet, se enfatiza que se debe tener un portal seguro para no originar preocupaciones en los clientes. En estos casos, como usuario se piensa que se ha hecho algo mal o no se sabe si el último movimiento en línea se efectuó o no. Esto trae consigo quejas.

Otro punto a destacar es que hay que tener mucho cuidado en el lugar donde los clientes se conectan a su usuario. Es una de las formas como se evita el Phising. Tener todas las precauciones posibles antes de entrar al sistema de la banca en línea. De preferencia, acceder desde un dispositivo propio. Uno de los fraudes principales es el Phising, y los correos fantasmas es su principal medio para robar información personal y cuentas bancarias.

## **8.2. Focus Group**

Se efectuó a las tres ciudades más importantes del Ecuador con el fin de saber sus comportamientos y cultura frente a la banca en línea. Todas las personas que participaron en el Focus Group tienen cuenta bancaria. Al final se realizará las debidas conclusiones de su reacción frente al E-Banking.

### **8.2.1. Focus Group a la ciudad de Guayaquil**

#### *Participantes:*

Holger Noriega: Estudiante

Yadi Fischer: Promotora de créditos

Pablo Francis: Vendedor

Alexandra Yépez: Estudiante

Oswaldo González: Cajero

Luisa Giraldo: Asistente de logística

Katherine Moscoso: Estudiante

Emilio Meza: Ingeniero en Marketing

#### *Preguntas:*

*¿En donde usted frecuenta conectarse a Internet?*

En esta pregunta se desea saber el lugar donde tienen un mayor uso el Internet en cada uno de los integrantes. Holger comentó que más tiempo está conectado en la casa, por asuntos de privacidad. Alexandra, Oswaldo y Pablo acotaron lo mismo, aumentando el último que hay algunas empresas que están dentro del mercado que ofrecen servicios de Internet, y cada vez la competencia es más rigurosa.

Yadi Fischer menciona que tiene Internet en su casa, pero no es el sitio donde ocupa más su jornada diaria. Ella más pasa en el trabajo

conectada al igual que Emilio, Luisa que también trabajan. En cambio Katherine pasa más en la universidad y le brinda servicio Wi-Fi.

*¿Normalmente en el día cuantas veces se conecta? ¿Y porque lo hace?*

Se desea saber sus hábitos de conectividad y sus razones. Yadi, Luisa y Emilio afirmaron que necesitan estar su jornada laboral conectada a Internet. Yadi debe estar atenta a su correo. Luisa como trabaja en la sección de logística debe tener una constante comunicación con los proveedores de otros países. Y Emilio promocionar sus servicios de Marketing en el exterior.

Holger se conecta un momento en la universidad, pero es considerado como un momento de distracción. Lo normal, lo hace de noche para realizar investigaciones. Pablo, luego de su jornada laboral se conecta en casa. Lo mismo Oswaldo ya que siendo cajero, no permite el uso de dispositivos y conexión a Internet. Katherine más se conecta en la mañana y noche en la universidad para hacer tareas. Alexandra suele conectarse más de noche en la casa y su motivo principal es buscar información para hacer las tareas.

*Cuando desea acudir los servicios bancarios, para usted, ¿cuál es el más importante?*

Entre los participantes, se desea saber cual tiene relevancia al momento de usar los servicios del banco. Yadi mencionó el cajero automático, por ser un medio rápido de obtener dinero. Lo mismo piensa Alexandra, Pablo, Oswaldo, y Katherine agregando que dentro de la universidad hay cajeros.

Holger prefiere en la sucursal hacer sus transacciones, por cuestiones de seguridad. Tanto Luisa como Emilio prefieren hacer todo sus movimientos

por Internet ya que lo utilizan diariamente en el trabajo y no necesita movilizarse.

*¿Qué piensa de la banca en línea?*

En esta pregunta se desea reflejar que es lo primero que viene en mente cuando se nombra el servicio y con que lo asemejan. Casi todos sin considerar a Holger la consideran como una herramienta que ahorra tiempo y va acompañada de comodidad. Pero Holger piensa que es aceptable por el simple hecho de que él prefiere hacer los trámites personalmente y tiene temor que alguien sustraiga información.

*¿Cree que es beneficioso para el cliente? ¿Por qué?*

Esta pregunta señala si en verdad recibe algún servicio positivo al acceder a la banca en línea. Todos tienen en relación de lo que se piensa de la banca en línea. La palabra que más usaron fue “comodidad”, ya que no se necesita moverse del lugar de donde uno está. Yadi y Oswaldo agregaron que el Internet permite estar atento en todo momento los estados de cuentas, por cuestiones de seguridad.

*¿Qué puntos considera usted que tiene en desventaja la banca en línea?*

Esta pregunta se basa de las frecuencias que tiene este servicio y del cual aun no se ha expandido su uso porque cada persona tiene su punto de vista. Yadi señaló que hay muchos Hackers que roban información sin importar desde donde uno se conecte.

Además de la inseguridad con las claves. Oswaldo contó un caso de Phising que le pasó hace mucho tiempo pero no brindó información. Holger volvió a retomar el punto de los Hackers enfatizando que muchas personas aun no tienen noción que existe este acto delictivo.

Pablo y Alexandra toparon el punto de la desconfianza, siendo el principal factor de riesgo por el cual los clientes no otorgarían información muy fácil. Luisa, Katherine y Emilio concordaron que suele pasar el caso de cierre accidental de la sección cuando se conecta en una computadora y eso es preocupante porque se piense que se está en riesgo sin importar si es una computadora personal.

*¿Qué servicio es lo que más usa en la banca en línea y por qué?*

Se desea conocer cuál es su principal acudo a la banca en línea. Oswaldo, Yadi, Luisa y Emilio le dan más uso a las transferencias, por la simple razón que se evitaría hacer colas largas. Emilio argumentó que también es inmediato el proceso. Además, la persona que recibe el dinero le llega una notificación al correo de su proveniencia.

Holger, Pablo y Alexandra prefieren ver su saldo. Mientras que Katherine considera que tanto las transferencias como el chequeo del saldo lo efectúa normalmente. Pablo al final mencionó que los pagos de servicios básicos dentro de estos portales están funcionando muy bien, y a veces suele hacerlo por medio de la banca en línea.

*En el caso que haya presenciado una caída del sistema, ¿Qué es lo primero que piensa?*

Se desea tener conocimiento si existe alguna reacción de preocupación cuando sucede este fenómeno. Tanto Holger como Katherine no les ha sucedido. Pero los demás participantes sí. Señalan que se preocupan frente a este inconveniente porque uno está verificando saldo o especialmente haciendo transferencias. En medio del proceso se congela y no se sabe si se efectuó lo que se hacía. Desesperadamente el cliente entra a su sistema de nuevo y verifica que no haya pasado ningún percance.



*¿Qué pudiera agregar para mejorar el sistema en línea para el cliente?*

La última pregunta se desea saber los nuevos aportes que consideran los clientes necesarios para un mejor servicio. Oswaldo y Holger creen que no se debería mejorar hasta que los clientes sepan que existe tal herramienta. Pablo menciona que la ayuda brindada hacia el cliente sea más accesible para las personas que aun no sepan de tecnología. Emilio y Katherine hablan sobre el sistema interno, que muestre más seguridad.

Yadi menciona que incluyan más servicios de pagos, que se alíen con más empresas, que reduzcan los costos de transferencias a otros bancos. Este último lo acota Alexandra y Luisa recalca que un poco la estética ya que tiende a ser confuso y uno debe navegar que opciones son las disponibles.

### **8.2.2. Focus Group a la ciudad de Quito**

*Participantes:*

Bolívar Sánchez: Estudiante y Pasante en Recursos Humanos

Luís Marcillo: Cajero

Tomás Martínez: Estudiante

Felipe Espinosa: Asistente Administrativo

Carla Garcés: Jefa Administrativa

Estefanía Guale: Estudiante

Geovanny Fiallos: Gerente de Carga

Marcela Quizhpe: Estudiante

*Preguntas:*

*¿En donde usted frecuenta conectarse a Internet?*

Bolívar empezó a hablar diciendo que se conecta en la casa y en el trabajo porque son accesos gratuitos. La misma situación sucedió con Carla

ya que siendo Jefa Administrativa, su área laboral la empresa le permite conectarse. Felipe a pesar que se conecta desde su oficina, más tiempo pasa en casa conectada. Geovanny en la oficina y en casa solo si es urgente.

Tomás, Marcela y Estefanía la universidad les da la posibilidad de conectarse. . Y por último en el caso de Luís, solamente de noche cuando llega a casa, ya que su puesto como cajero le anulan la conexión.

*¿Normalmente en el día cuantas veces se conecta? ¿Y porque lo hace?*

Tanto Bolívar como Felipe pasan todo el día conectado. El primero por el uso de las redes sociales y consulta de información, y el segundo para datos del trabajo y cuando llega a casa lo usa para jugar en línea. Marcela tiene Internet en el celular y lo usa para comunicarse, permanece en línea.

Carla en cambio, lo usa durante sus horas laborales por cuestiones de empresa. Cuando llega a casa es muy raro que lo use. Geovanny calcula unas 8 horas promedio de su uso en la oficina, pero tiene su celular internet con fines de redes sociales. El mismo escenario sucede con Estefanía y Tomás. Se conectan dos veces, una para deberes dentro de la universidad, y la segunda para comunicarse en casa. Luís una vez dos horas normalmente de noche para redes sociales.

*Cuando desea acudir los servicios bancarios, para usted, ¿cuál es el más importante?*

Luís, Bolívar, Estefanía y Marcela prefieren los cajeros automáticos ya que son más rápidos en sacar el dinero y se los encuentran en varios puntos. Estefanía agrega que están funcionando todo el día, mas aun que cerca de su universidad existe un cajero. Felipe, Carla y Tomás prefieren la comodidad que les brinda la banca en línea, porque se evitan las filas y

puede seguir haciendo sus actividades sin moverse. Geovanny usa ambas, tanto cajero como la banca en línea. Dice que saca dinero y el otro para transacciones inmediatas.

*¿Qué piensa de la banca en línea?*

Geovanny menciona que es una herramienta útil. Carla piensa que es para proporcionar comodidad para transferencias y pagos. Luis dice que permite al cliente hacer cualquier movimiento bancario sin importar el lugar. Eso beneficia bastante considerando que normalmente el uso se lo realiza en los celulares. Bolívar, Tomás y Marcela concuerdan que sigue teniendo un margen de desconfianza a pesar que facilita la vida de la persona.

Estefanía piensa que es excelente pero muchas veces se necesita dinero, así que aun prefiere los cajeros automáticos. Y Felipe cree que es un servicio excelente pero que debe tener muchas seguridades para evitar fraudes.

*¿Cree que es beneficioso para el cliente? ¿Por qué?*

Todos concuerdan en varios puntos importantes, aseverando que da beneficios al cliente. Entre los puntos importantes mencionados está **más accesible, poco tiempo se toma para hacer los movimientos, ahorro de tiempo, más cómodo.**

*¿Qué puntos considera usted que tiene en desventaja la banca en línea?*

Felipe y Carla piensan que un gran problema dentro de la sociedad es que si no se conoce bien cómo manejar este servicio se corre el riesgo de ser víctima de un fraude. Bolívar complementa la idea con lo que suele pasar en los últimos años que es el hackeo. Luís acota que para muchos puede

ser considerado como poca información brindada y que no hay soluciones personalizadas.

Geovanny mencionó que el portal en línea a veces presenta muchas trabas al acceder, ya que en otros bancos es más sencillo. Estefanía menciona que no existe mucho marketing y no todos tienen accesibilidad al servicio. Tomás y Marcela mencionan la falta de confianza del cliente.

*¿Qué servicio es lo que más usa en la banca en línea y por qué?*

Felipe, Bolívar, Carla y Geovanny usan más las transferencias. Luís, Tomás, Estefanía y Marcela a pesar que rara vez lo usan como transferencia, más es la verificación de su saldo y ver las cuentas.

*En el caso que haya presenciado una caída del sistema, ¿Qué es lo primero que piensa?*

Geovanny, Bolívar y Estefanía nunca han presenciado algún problema en la banca en línea. Pero Bolívar acota que una vez no pudo ingresar porque estaban en mantenimiento y le tocó ir al banco. A Felipe, Carla, Luís, Tomás y Marcela si les ha pasado que el sistema está caído y no pueden ingresar preocupándolos de que algún movimiento haya ocasionado algo malo en el perfil, o alguna infiltración.

*¿Qué pudiera agregar para mejorar el sistema en línea para el cliente?*

Felipe dice que notificar a los clientes cuando el sistema este fuera de línea y también que se puede hacer cuando uno está en el exterior y desea consultar los saldos y no se puede porque no llega el SMS al celular. Carla, Luís y Bolívar consideran que se mejore la seguridad de acceso con plataformas seguras. Esto se refiere a la poca información que ayuda al cliente para cada ítem.

Geovanny y Estefanía opinan en omitir tantas validaciones para hacer más sencillo el proceso de ingreso. Tomás opina que se haga una reestructuración del centro de ayuda hacia el cliente y no solo sea en línea, sino personalmente. Marcela piensa que se debe concientizar a los clientes el uso de la herramienta.

### **8.2.3. Focus Group a la ciudad de Cuenca**

*Participantes:*

Milena Olmedo: Vendedora

Jorge Ocaña: Doctor

María Zamorano: Estudiante

Nancy Gómez: Estudiante

Omar Fonseca: Oficial de Crédito y Cobranzas

Ronald Campos: Vendedor

Renato Montero: Asistente Administrativo

Sofía Ortega: Gerente General

*Preguntas:*

*¿En donde usted frecuente conectarse a Internet?*

Omar, Renato, y Sofía se conectan más desde su lugar de trabajo ya que tiene conexión disponible. Pero también usan en el celular y permanecen conectados. Ronald lo realiza en un Cyber cerca de donde labora. Milena usa su celular pero más con fines laborales. Jorge desde la computadora de su consultorio. María y Nancy prefieren hacerlo desde la biblioteca de su universidad.

*¿Normalmente en el día cuantas veces se conecta? ¿Y porque lo hace?*

Milena menciona que unas 3 veces con motivos de comunicación de proveedores para tener stock en su tienda. Lo mismo pasa con Ronald pero solo 1 vez al día cuando debe acudir al Cyber. María y Nancy no frecuentan conectarse en la universidad. Solo cuando deben hacer deberes o investigaciones. En casos especiales cuando no tienen clases para hacer tiempo. Jorge, Omar, Renato y Sofía permanecen conectados en el Internet tanto para redes sociales, como asuntos laborales.

*Cuando desea acudir los servicios bancarios, para usted, ¿cuál es el más importante?*

Milena usa mucho tanto la banca en línea como el cajero. EL primero porque puede hacer transferencias a los proveedores y el segundo en caso que no se pueda por el método mencionado. María y Nancy mencionan que si hacen uso de la banca en línea, pero prefieren acudir a la agencia por seguridad. Sofía hace todos los pagos de servicios generales en la banca en línea, por lo que ella permanece ocupada mientras labora. Lo mismo sucede con Jorge.

Ronald prefiere ir a la agencia aunque no descarta su uso en línea. Pero la cantidad de dinero mayor lo prefiere el mismo hacer las transacciones porque tiene desconfianza a la banca en línea. Renato también va a la agencia, se siente más seguro porque hay guardias vigilando. Omar Usa rara vez la banca en línea para pagos y transacciones. Se acerca a la agencia para efectuarlas. No le importa la comodidad, sino la seguridad.

*¿Qué piensa de la banca en línea?*

Omar, Ronald, Renato, Sofía y Jorge tienen en común lo que piensan de la banca en línea en donde señalan que es una herramienta interesante, e inmediata pero existen un grado de desconfianza y aun no sienten que es el presente. Se debe mantener la vieja costumbre en las mismas agencias hacer las transacciones gracias al incremento de seguridad proporcionada. Tienen temor de vivir un fraude en línea. Por eso cada transacción que hacen ellos lo piensan dos veces.

Milena en cambio, a pesar que se considera una persona que no va acorde a la tecnología, acepta que la banca en línea es lo mejor que puede existir para su vida laboral porque la ahorra tiempo. María y Nancy saben el manejo de la herramienta, pero acostumbran más ir a las agencias. Pero no desmienten al aceptar que si la banca en línea es de fácil acceso, eso significa que es un avance a la cultura ecuatoriana.

*¿Cree que es beneficioso para el cliente? ¿Por qué?*

Todos piensan que si, por todas las propiedades que brindan y las opciones al momento de ingresar el portal. Pero aun existe grado de inseguridad.

*¿Qué puntos considera usted que tiene en desventaja la banca en línea?*

María, Nancy, y Renato señalan que la principal desventaja es la desconfianza que existe entre el servicio el cliente. No existe mucha información sobre el manejo de la herramienta imposibilitando un aumento de seguridad para cualquiera transacción bancaria en línea. Jorge considera que no existe mucha ayuda, y muchos se estancarían en la ignorancia porque existe una cultura vaga y preferiría hacer la rutina que sabe.

Sofía piensa que la principal desventaja es ser en línea. Los clientes se encuentran limitados de lo tangible. En otras palabras, la persona no vive la transacción mediante un agente, sino mediante una plataforma. Ronald, Omar y Milena acotan que no ser bastante precavido es una postura que hace que la banca en línea sea insegura.

*¿Qué servicio es lo que más usa en la banca en línea y por qué?*

Jorge, Omar, Renato, y Sofía utilizan más las transferencias ya que manejan dinero diario y es una manera fácil sin necesidad de movilizarse. A la vez usan la revisión de saldos. Milena también efectúa las transferencias con sus proveedores. Pero cuando tiene algo de tiempo, averigua más de las posibilidades que brinda la banca en línea para incrementar su uso a futuro.

María y Nancy, aunque prefiere usar cajeros automáticos o ir a la agencia, revisan sus saldos en línea. Y Ronald siendo vendedor, usa las transferencias en línea.

*En el caso que haya presenciado una caída del sistema, ¿Qué es lo primero que piensa?*

Solo a dos personas le sucedió este caso y son Jorge y Sofía. Jorge comentó que se preocupó porque justamente estaba en proceso de transferencias. Normalmente uno no sabe si se efectuó o no y tiende a hacerlo de nuevo. Tuvo que asegurarse que la persona que iba a recibir el dinero le confirmara que se efectuó. En cambio Sofía iba a revisar su estado de cuenta y se cayó el sistema. Solo entró de nuevo en el portal y no pasó a mayores.



*¿Qué pudiera agregar para mejorar el sistema en línea para el cliente?*

Todos contestaron en conjunto mencionando que se necesita concientizar a las personas que se debe proteger la cuenta personal y abrirla solo en lugares seguros. Tener mucho cuidado con el celular que son medios que llevamos a diario y se tiene información personal. El banco debe permitir que todos tengan acceso a esa herramienta. Y poner más seguridad sin ser tediosos al momento de ingresar.

#### **8.2.4. Conclusiones del Focus Group**

Cada ciudad tiene su manera de pensar frente a la banca en línea, aunque no se alejan mucho de las realidades de los clientes considerando que el nivel y movimiento de vida de Guayaquil, Quito y Cuenca son diferentes.

Los participantes de las tres ciudades tienen en común que la banca en línea es una herramienta capaz de agilizar nuestros movimientos bancarios sin importar donde se está ni donde se conecta. Existe el ahorro mucho tiempo, más que todo para las personas que trabajan y es muy difícil moverse del establecimiento. Otro punto a considerar de los participantes es que no se han cambiado totalmente al uso de la tecnología. Culturalmente, existe la visita de las agencias para transacciones, más que todo cuando se maneja mucho dinero.

Entre las herramientas que más se usan dentro de la banca en línea destaca la verificación de saldos y las transferencias bancarias, siendo esta última la más relevante entre los profesionales, y la primera mencionada las personas que no ejercen una profesión, o tienen más confianza en hacer transferencias personalmente. Además coinciden en que debe aumentar el nivel de confianza y tutorías para su correcto manejo.

Si se segmenta entre las tres ciudades cuál muestra mayor índice de confiabilidad al usar este servicio son los guayaquileños. Muestran mucha confianza en no ser parte de un fraude. En segundo lugar los quiteños que existe de ambas partes. Y por último los cuencanos que prefieren hacer las operaciones personalmente. Piensan que es una herramienta aun no sólida en el país y debe ser usada con mucha cautela.

### 8.3. Encuestas

#### 8.3.1. Preguntas y resultados

1. Indique su género.

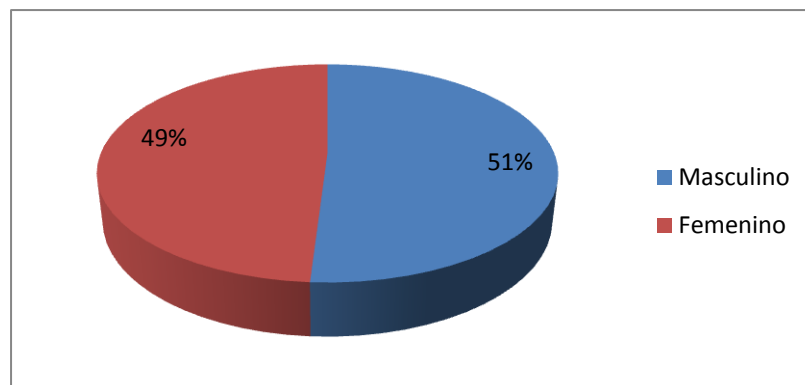
**Tabla 12:** Cantidad de encuestados divididos por sexo.

Masculino	198
Femenino	187
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 5:** Porcentaje de encuestados divididos por sexo.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Este gráfico nos muestra el porcentaje de las encuestas aplicadas. Aunque mayor cantidad de encuestados fueron hombres, no se determinó alguna diferencia de comportamiento referente al género de cada cliente con cuenta bancaria.

## 2. ¿Cuál es su rango de edad?

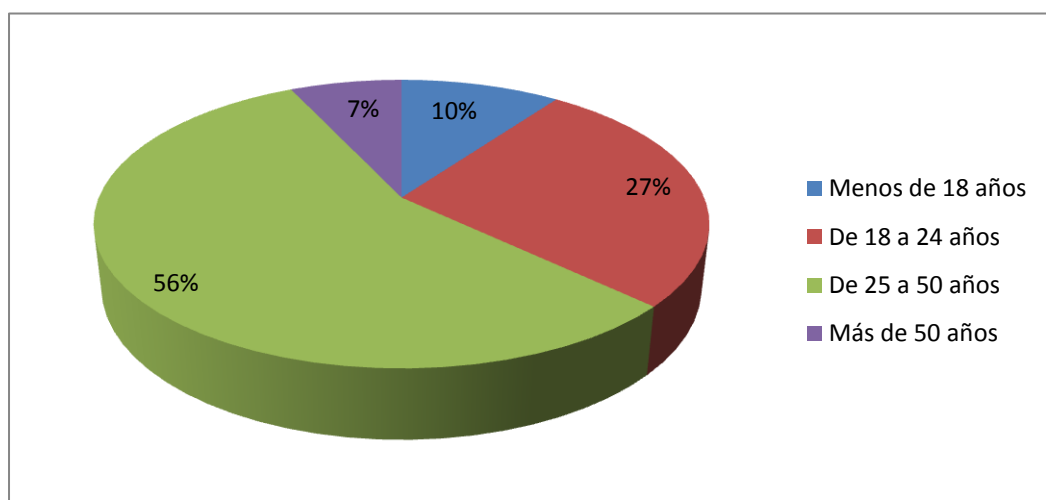
**Tabla 13:** Cantidad de encuestados por edad.

Menos de 18 años	39
De 18 a 24 años	104
De 25 a 50 años	215
Más de 50 años	27
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 6:** Porcentaje de encuestados por edad.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Las personas que más recibieron la encuesta es la población económicamente activa, permitiendo un mejor análisis del nivel de aceptabilidad de la banca en línea representando más de la mitad.

Cabe recalcar que, a pesar que las personas comprendidas en la opción “menores de 18 años”, manejan cuentas afiliada a un mayor y a futuro se podría incrementar este porcentaje.

### 3. ¿Cuántas veces se conecta a Internet?

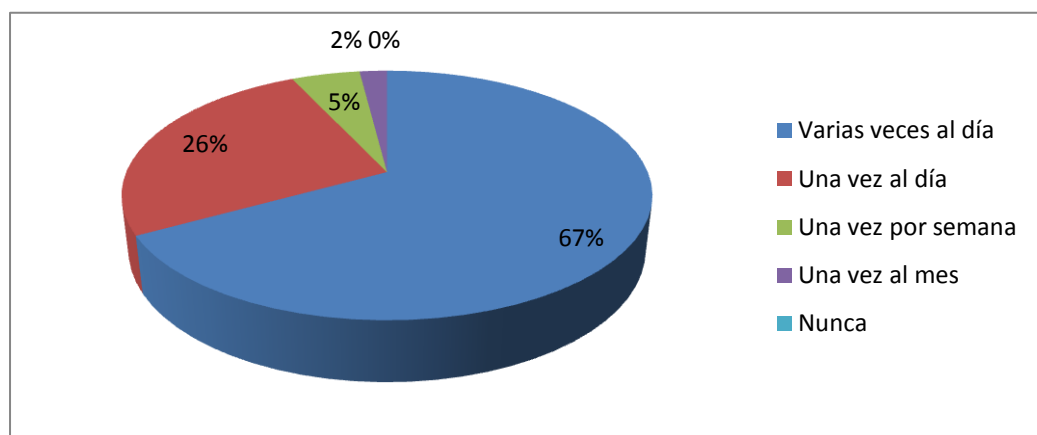
**Tabla 14:** Cantidad de encuestados por frecuencia de acceso a Internet.

Varias veces al día	258
Una vez al día	100
Una vez por semana	19
Una vez al mes	8
Nunca	0
<b>TOTAL</b>	<b>385</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 7:** Porcentaje de encuestados por frecuencia de acceso a Internet.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Se puede observar la gran influencia que significa el uso del Internet, más aun su uso diario. En el Ecuador se ha establecido como parte cultural esta herramienta facilitando la comunicación y asuntos personales. Va acorde a la gran demanda de dispositivos portátiles que permiten conectividad en todo momento como los celulares o las tabletas.

4. Indique la periodicidad con la que utiliza cada uno de los siguientes medios de acceso a los servicios bancarios (Si la opción “banca en línea” contesta “Nunca”, la encuesta se da por finalizada).

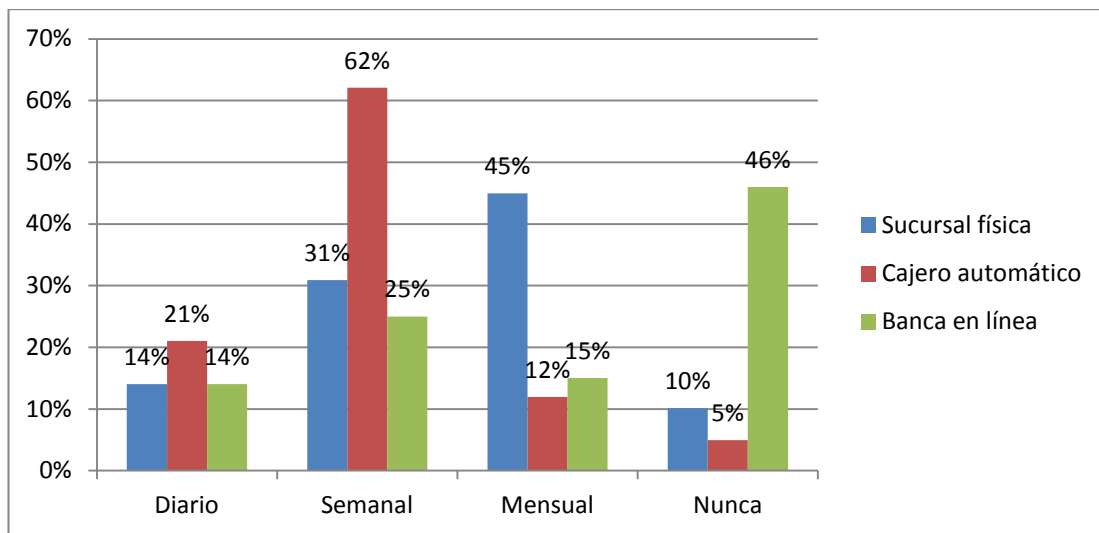
**Tabla 15:** Cantidad de encuestados en referencia al tiempo de uso de los servicios bancarios.

	Diario	Semanal	Mensual	Nunca
Sucursal física	54	119	173	39
Cajero automático	81	239	46	19
Banca en línea	54	96	58	177

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 8:** Porcentaje de encuestados en referencia al tiempo de uso de los servicios bancarios.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Los clientes usan de manera semanal el cajero automático, siendo el más representativo. La visita a las sucursales físicas se mantiene vigente en los clientes siendo su visita promedio cada mes. La banca en línea predomina su uso una vez a la semana porque aun no se lo considera como herramienta principal para transacciones bancarias.

5. Indique los lugares donde accede a su cuenta en línea y con qué frecuencia.

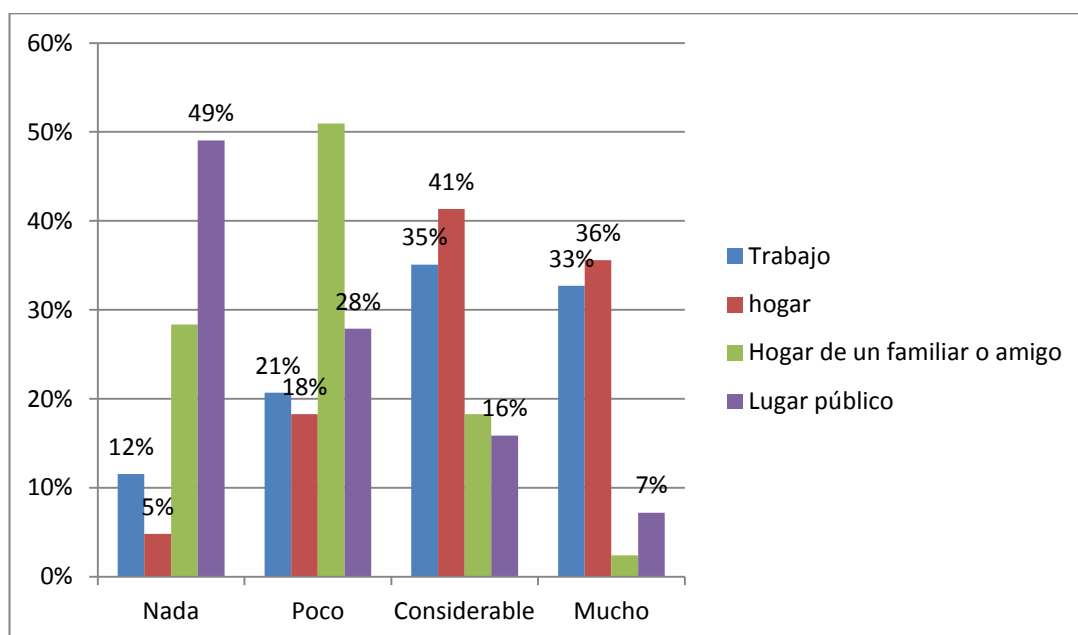
**Tabla 16:** Cantidad de encuestados por acceso a Internet en diferentes lugares

	Nada	Poco	Considerable	Mucho
Trabajo	24	43	73	68
Hogar	10	38	86	74
Casa de un familiar o amigo	59	106	38	5
Lugar público	102	58	33	15

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 9:** Porcentaje de encuestados por acceso a Internet en diferentes lugares.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

El lugar más frecuente donde los usuarios acceden a su cuenta en línea es en el hogar seguido por el trabajo, ya sea por seguridad o por comodidad esto resulta conveniente porque están menos expuestos a la vulnerabilidad de equipos poco seguros donde se ingresa su información. Los clientes mantiene precaución siendo los lugares públicos en donde muy rara vez se conectan.

## 6. ¿Por qué utiliza la banca en línea?

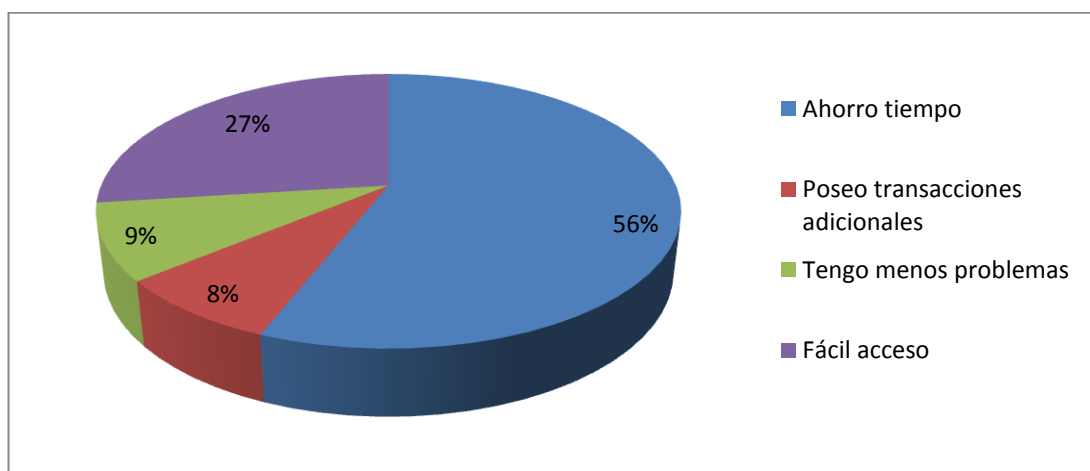
**Tabla 17:** Cantidad de encuestados en base a la razón del uso de la banca en línea.

Ahorro tiempo	116
Poseo transacciones adicionales	17
Tengo menos problemas	19
Fácil acceso	56
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 10:** Porcentaje de encuestados en base a la razón del uso de la banca en línea.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Los clientes consideran que lo primero que perciben del servicio de la banca en línea es el ahorro de tiempo, ya que se evita ir al establecimiento, y más que todo por seguridad, pudiendo realizar de manera inmediata transacciones bancarias o consulta de cuenta.

Lo segundo que consideran los encuestados es el fácil acceso gracias a las nuevas tecnologías portátiles. Las transacciones adicionales depende de que banco se tenga la cuenta y los problemas se refiere al evitar las largas colas. Son los menos relevantes sumando 43 personas entre ambas.



## 7. ¿Por qué no utilizaría la banca en línea?

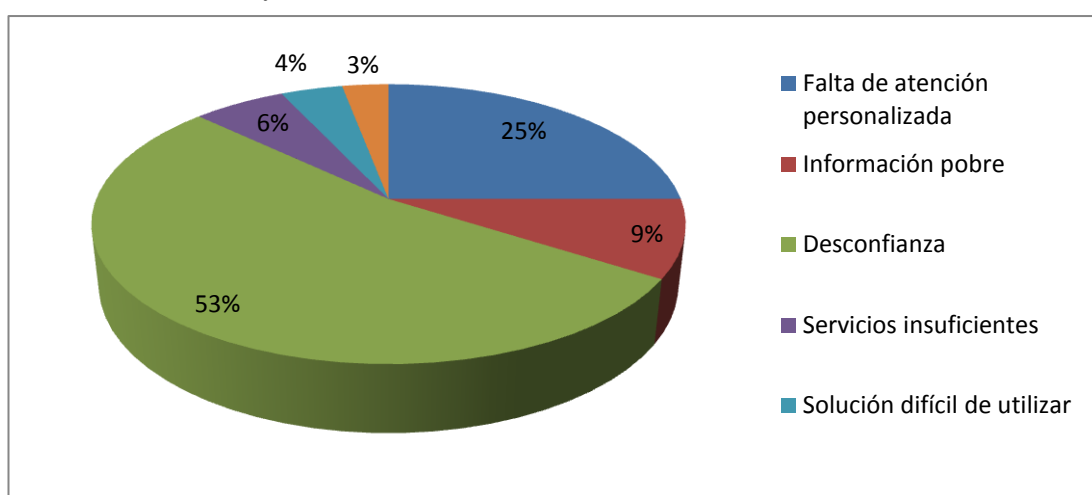
**Tabla 18:** Cantidad de razones para no utilizar banca en línea.

Falta de atención personalizada	52
Información pobre	19
Desconfianza	110
Servicios insuficientes	12
Solución difícil de utilizar	8
Otro	6
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 11:** Porcentaje de encuestados en base a la razón del no uso de la banca en línea.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

La principal razón que predomina es la inseguridad del uso del servicio por temor a sufrir los diferentes tipos de fraudes entre los principales se encuentra el Phising. Lastimosamente muchos clientes no saben que existen. Otro punto a considerar es la falta de atención personalizada, ya que los usuarios, principalmente los adultos no saben manejar completamente su cuenta bancaria en línea.

8. ¿Cuál es el servicio que más utiliza?

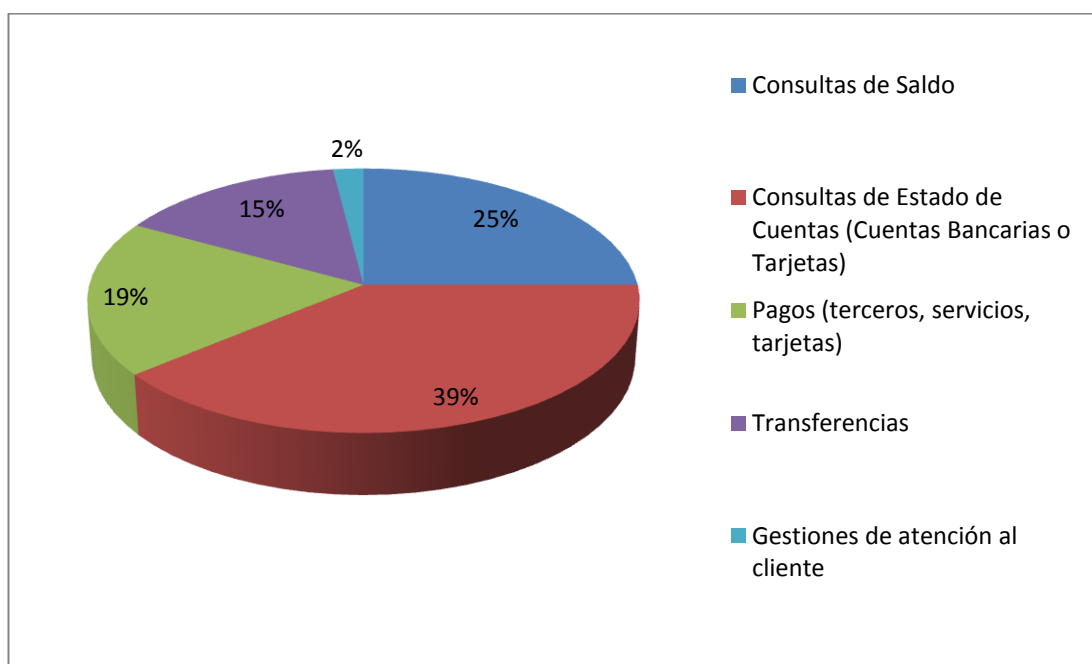
**Tabla 19:** Cantidad de encuestados en relación al servicio que más se usa.

Consultas de Saldo	52
Consultas de Estado de Cuentas (Cuentas Bancarias o Tarjetas)	81
Pagos (terceros, servicios, tarjetas)	40
Transferencias	31
Gestiones de atención al cliente	4
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 12:** Porcentaje de encuestados en relación al servicio que más se usa.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Los dos servicios que más usan son las consultas de estado de cuenta y la consulta de saldo gracias a que evitan acudir a un cajero automático y lo pueden efectuar de manera segura en su hogar o en el celular. Las otras dos razones que pueden crecer en el futuro son el pago de servicios básicos y las transferencias que poco a poco están participando más en las necesidades de los clientes.

9. ¿En qué rango de porcentaje se alcanzan sus objetivos de usuario por medio de la banca en línea?

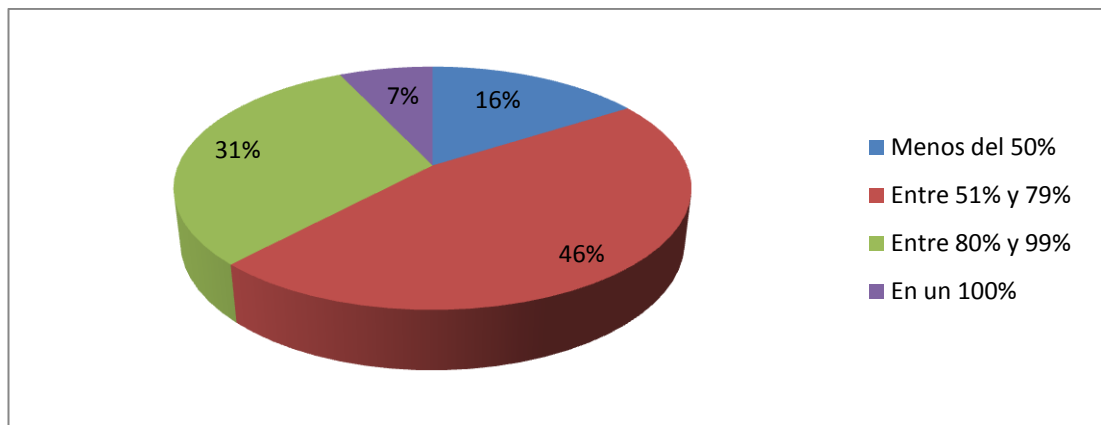
**Tabla 20:** Cantidad de encuestados en base a los objetivos logrados.

Menos del 50%	33
Entre 51% y 79%	96
Entre 80% y 99%	64
En un 100%	15
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 13:** Porcentaje de encuestados en base a los objetivos logrados.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Los niveles de satisfacción con mayor puntaje en la encuesta que percibe el cliente fluctúan entre 51% a 79%. Se puede asumir que, a pesar que los servicios de la banca en línea son inmediatos, son limitados y se requiere acudir a los cajeros automáticos o a las agencias.

Existe un grupo considerable de la muestra en donde señala que entre el 80% y 99% sienten que la banca en línea cumple con sus objetivos. Cada vez el sistema de la banca en línea se actualiza y evita futuras amenazas para una experiencia comfortable.

10. Basándose de su experiencia frente a la banca en línea ¿cuál sería la característica más importante a mejorar?

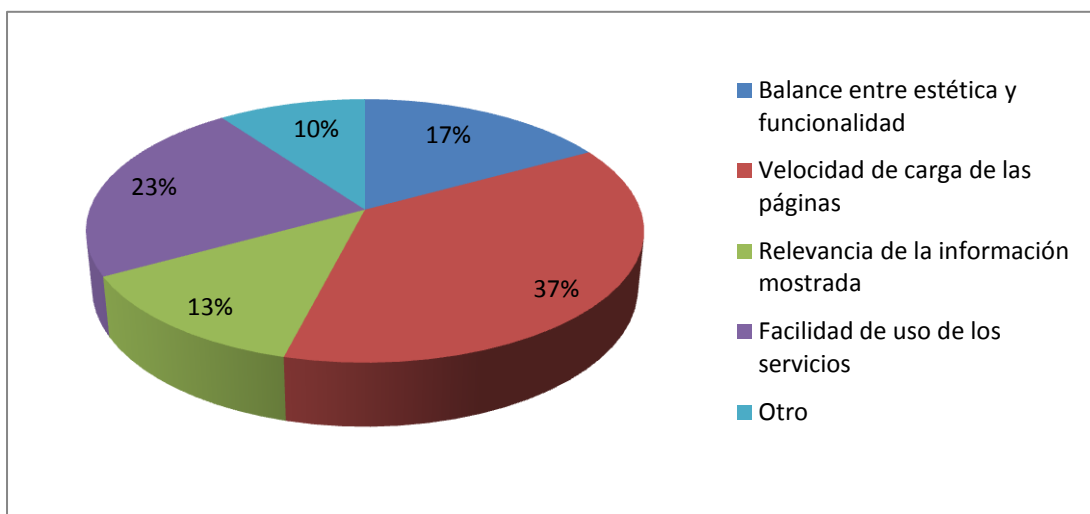
**Tabla 21:** Cantidad de personas en base a la característica más importante de la banca en línea.

Balance entre estética y funcionalidad	35
Velocidad de carga de las páginas	77
Relevancia de la información mostrada	27
Facilidad de uso de los servicios	48
Otro	21
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar

**Gráfico 14:** Porcentaje de personas en base a la característica más importante de la banca en línea.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

El punto más importante a considerar para mejorar el servicio del portal en línea es la velocidad de carga de las páginas ya que suelen estancarse y crea preocupación en el usuario, o el sistema envía un mensaje de cierre automático del sistema y trae consigo quejas hacia los bancos. Las personas también consideran que no sea tan sofisticado su uso, así abarcaría un mercado más grande.

11. Indique el porcentaje que no puede finalizar su objetivo porque el servicio de la banca en línea falla.

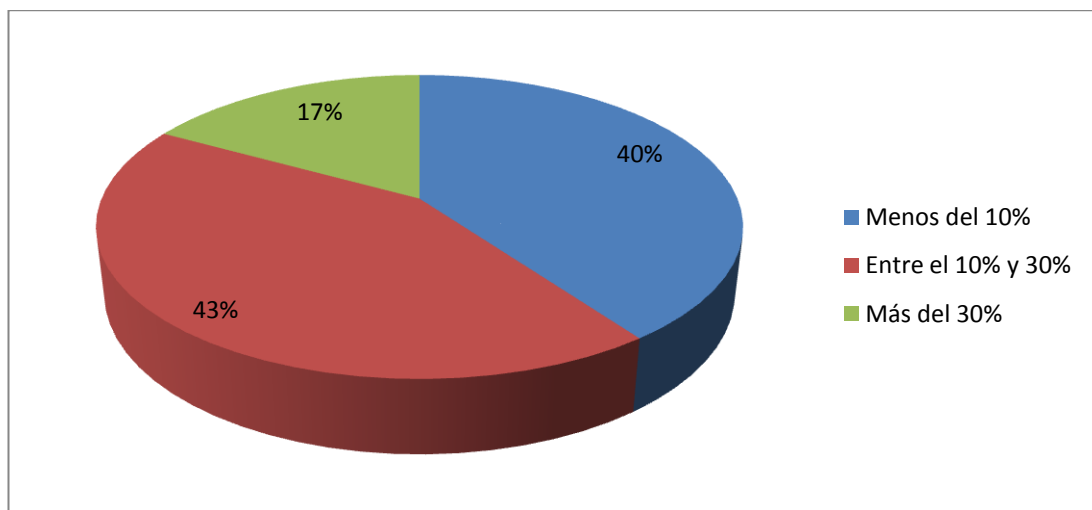
**Tabla 22:** Cantidad de personas en base al incumplimiento del servicio.

Menos del 10%	83
Entre el 10% y 30%	89
Más del 30%	35
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 15:** Porcentaje de personas en base al incumplimiento del servicio.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Existe una diferencia del 3% entre la insatisfacción por parte de los bancos menos del 10% y entre 10% y 30%, siendo esta última la que tiene el mayor puntaje entre los encuestados, siendo una de las razones que origina desconfianza y evita su uso. Esto se da por errores en el sistema, congestión del portal, reparaciones dentro del servicio, cuando se implementa nuevas medidas el banco se toma su tiempo para poder rehabilitar el acceso de la banca en línea.

12. ¿Cuál es su opinión sobre el grado de seguridad que muestra el portal de la banca en línea?

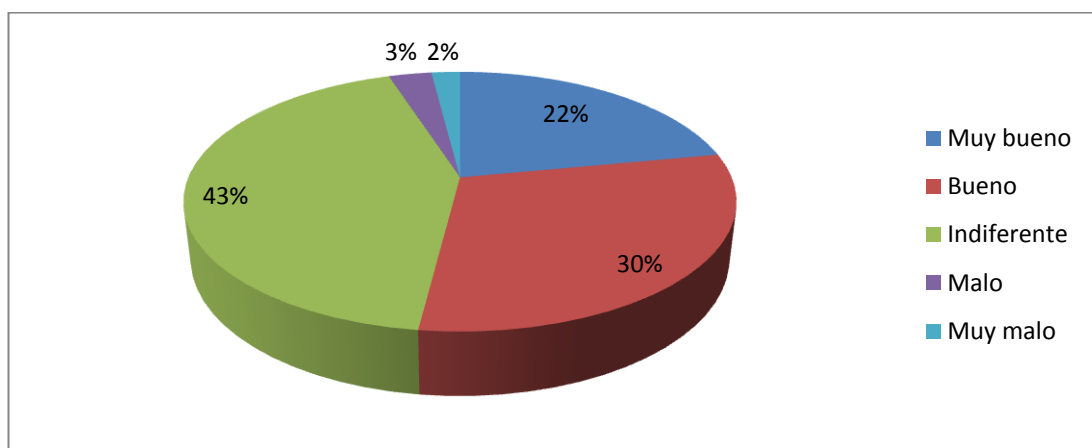
**Tabla 23:** Cantidad de encuestados en base a la opinión personal sobre el servicio.

Muy bueno	46
Bueno	62
Indiferente	83
Malo	6
Muy malo	4
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 16:** Porcentaje de encuestados en base a la opinión personal sobre el servicio.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

A causa que el acceso a la cuenta bancaria es inmediata y normalmente se revisa las cuentas o alguna transacción bancaria, no se permanece mucho tiempo en línea, siendo la indiferencia de los usuarios la opción más relevante de esta pregunta.

Por otra parte, algunos clientes consideran importante la seguridad y la presencia de la página en línea porque la seguridad está compuesta por la estética, la comodidad y las diferentes características que brinda el servicio.

13. Según su experiencia, el tema más importante para garantizar la seguridad es:

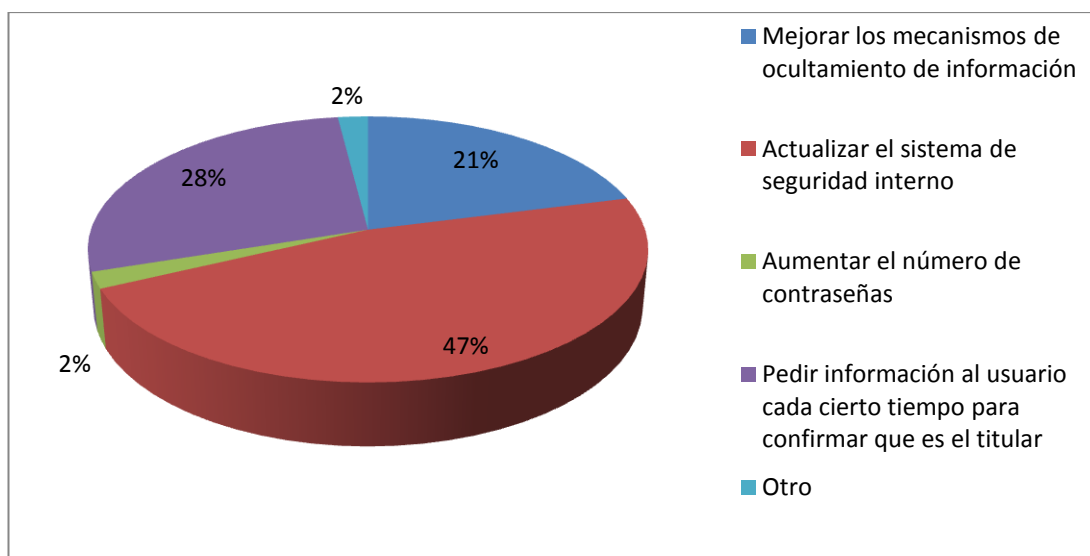
**Tabla 24:** Cantidad de encuestados sobre lo más importante en la seguridad.

Mejorar los mecanismos de ocultamiento de información	44
Actualizar el sistema de seguridad interno	98
Aumentar el número de contraseñas	4
Pedir información al usuario cada cierto tiempo para confirmar que es el titular	58
Otro	4
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar

**Gráfico 17:** Porcentaje de encuestados sobre lo más importante en la seguridad.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

La manera más importante para el cliente con respecto a la seguridad es mantener una constante actualización del servicio. Es importante para las personas que trabajan en el sistema de la banca en línea estar en constante sintonía con el funcionamiento del portal. Brindar nuevas clases de seguridad provoca tranquilidad en el cliente. A su vez, verificar que el titular sea quien use la cuenta.

#### 14. ¿Siente confidencialidad cuando utiliza la banca en línea?

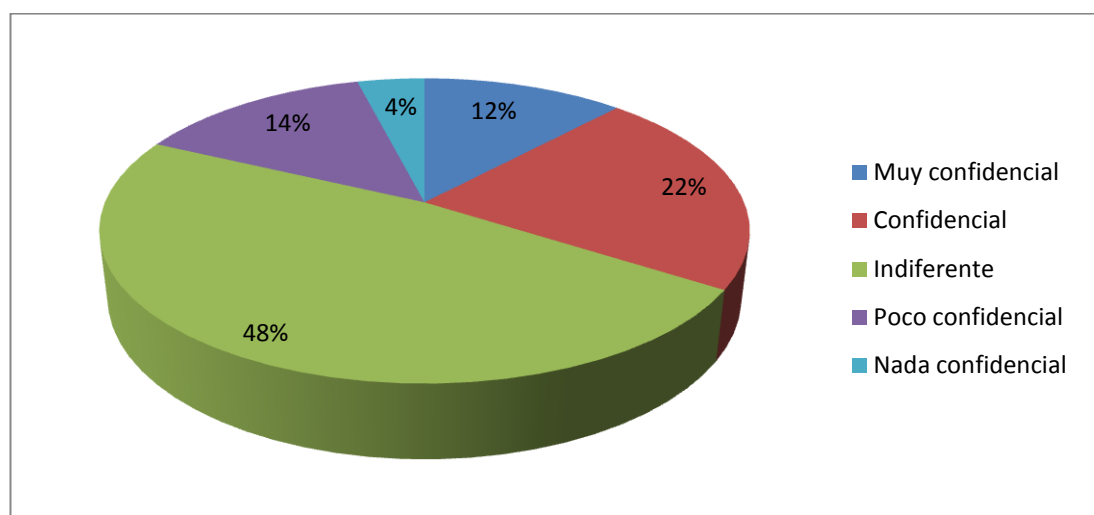
**Tabla 25:** Cantidad de encuestados sobre confiabilidad de la banca en línea.

Muy confidencial	25
Confidencial	46
Indiferente	100
Poco confidencial	29
Nada confidencial	8
<b>TOTAL</b>	<b>208</b>

Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

**Gráfico 18:** Porcentaje de encuestados sobre confiabilidad.



Fuente: Recopilación de las encuestas.

Elaborado por: William Andrés López Salazar.

Se considera clientes indiferentes en relación a la confidencialidad a aquellas personas que usan el servicio en línea para algún asunto rápido como la verificación de saldos. Por otra parte, la confidencialidad depende mucho de la estructura del portal en línea, y los avisos de precaución cada vez que se accede al mismo. Muchas veces se hace caso omiso a ellos y pueden sufrir fraudes. Interviene que tipo de antivirus utiliza el banco. Aunque no es una cantidad importante, 55 personas sienten confidencialidad en la página.



### **8.3.2. Conclusiones de las encuestas**

Las personas con cuentas bancarias aun acuden a las agencias ya que prefiere asegurarse que todas sus transacciones bancarias tengan la atención necesaria por un agente. A su vez, acuden por lo menos una vez a la semana a los cajeros automáticos. La banca en línea sigue siendo limitada en ofrecer servicios.

Sus hábitos de conexión están más sentados en el hogar por comodidad, por confianza evitando conectarse en lugares públicos o no seguros para evitar los fraudes de información. Más aun ya que el Internet se está expandiendo tanto en su conectividad como en la manera como se lo usa. En los trabajos se considera conectarse porque sirve como herramienta de negocios.

La cultura ecuatoriana apunta al uso constante del Internet. Los clientes se mantienen conectados aprovechando la banca en línea y los servicios que brinda siendo la consulta de los saldos el servicio más usado. No obstante casi la mitad de la muestra (46%) no usa la banca en línea.

El tiempo es lo que convierte a la banca en línea algo sorprendente creando comodidad en el cliente permitiendo hacer varios tipos de movimientos bancarios. No obstante la desconfianza es el pilar fundamental del porqué no se lo usa y si no existe un plan de mitigación, no habrá un crecimiento colectivo de los usuarios y seguirán manteniendo las viejas costumbres.

A pesar que los encuestados muestran que si cumplen gran parte de sus objetivos, exigen mejorar la velocidad para no caer en la duda de su uso y renovar los sistemas de la banca en línea.

#### **8.4. Comparación entre Delphi y Focus Group con las encuestas**

Los análisis mostrados entre estos tres tipos de investigación brindan resultados que se asemejan mucho a la realidad de lo que se percibe en el medio y lo que piensa el cliente sobre el uso de la banca en línea. Además de sus hábitos diarios en relación a las operaciones que efectúan.

En lo referente a la conectividad, la banca en línea permite acceso al uso de dispositivos portátiles como los celulares o las tabletas, dando como facilidad a los clientes su uso 24 horas ya que varias veces al día se conectan a Internet. Además, muchos de los trabajos tienen acceso al Internet por lo que el hogar no es el único lugar principal que se permite acceder a la banca en línea.

Existen personas que nunca ha usado la banca en línea ni la desean usar, y como señala el Delphi, muchas personas aun no tiene acceso a esta herramienta. O simplemente no tienen conocimiento de la misma que puede ser por su uso o porque no tienen la suficiente información que incentive su uso. Otro punto en contra que consideran los clientes es el nivel de confianza. Es por eso que la banca suele actualizar su sistema en línea para fraudes como el Phising.

Los participantes del Focus Group señalan que hacen sus transacciones en la agencia y en cajeros automáticos. Esto se lo suele representar como su uso semanal como muestran las encuestas. Además, el uso de la banca en línea esta en el habla de muchos creciendo cada año, brindando varias operaciones, entre las principales encontramos los créditos, inversiones, transferencias, consulta de saldos y consejos para su uso.

El principal beneficio de la banca en línea que perciben sus clientes es el ahorro de tiempo. Es rápido, e inmediato. Se evita las largas colas y no debe acercarse a las agencias distribuidas en el país. Por otro lado, los

clientes no utilizan mucho el servicio en línea por inseguridad siendo la principal causa del porqué en el medio existe desconfianza. Cabe recalcar que la banca en línea no tiene aun el alcance que se espera, en comparación a los países desarrollados.

Consideran los clientes falta de atención personal como otro punto en contra. Es por eso que la banca en línea, especialmente la del Banco Pichincha fusiona los asesoramientos dentro de la plataforma más el servicio al cliente para una experiencia mucho más real. Otro tema a considerar es el grado de satisfacción. A pesar que se cumple entre 51% a 79% dentro de las encuestas, esto tiene relación a que la información proyectada es limitada y recae en la atención personal o Call Center en las agencias siendo el medio más propicio.

Los clientes exigen mayor seguridad dentro de la plataforma, aunque la seguridad sea un poco exagerada. Por ejemplo, al momento de acceder a la cuenta piden varias maneras de ingresar siendo tedioso para el usuario. Aunque sea un método de contingencia, hace mucho más retrasado la plataforma. Es por eso que el banco investiga sobre los fraudes para poder tener respaldo del mismo si llegase a ocurrir.

Los clientes son consientes de la importancia de la privacidad de cada uno, en donde los bancos solicitan usar la cuenta en dispositivos propios, principalmente en computadoras de casa. Esto se lo puede ver reflejado en el Delphi. Los bancos manejan un antivirus que trata de mantener el portal seguro. Poco a poco incrementa la opinión de seguridad del E-Banking, y la institución necesita actualizar su sistema de seguridad para acaparar más clientes. Aunque para muchos es indiferente cuan seguro es el servicio.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

- ✓ La gran parte de usuarios con cuenta bancaria en Ecuador no confían en el uso del internet para realizar transacciones bancarias por falta de conocimiento o temor a arriesgar su dinero.
- ✓ Es necesario realizar cambios en la banca local para incentivar el uso de la herramienta de banca en línea que contrarreste la percepción negativa de los usuarios.
- ✓ La banca privada busca nuevas vías para estar en contacto con el cliente ofreciendo más facilidades en la banca en línea, por esta razón los bancos tienen a aumentar su inversión para este fin.
- ✓ Los usuarios no cuentan con capacitación suficiente para uso de la herramienta del e-banking por lo cual acceden a medio convencionales como agencias bancarias.
- ✓ Los usuarios que utilizan eficientemente y conocen la banca en línea están satisfechos con la comodidad y facilidad que esta ofrece, al utilizarlo incluso en dispositivos portátiles y celulares.
- ✓ A medida que se presenta el avance tecnológico, los bancos deben actualizar sus plataformas y mecanismos de seguridad o caso contrario el usuario de estará expuesto a delitos digitales como el Phising o los Spyware.

## Recomendaciones

- ✓ Las instituciones bancarias deberían promover charlas gratuitas para crecer como país y poder informar a sus clientes todo referente a la banca en línea ya que está en constante evolución. Además de enseñar y demostrar los diferentes tipos de fraudes que existen.
- ✓ Para promulgar el uso de la banca en línea, al igual como se usa el celular para recibir una clave que permita el ingreso a la cuenta en línea, también usarlo como medio para alertar las fechas de pago de los servicios básicos gracias a un mensaje del banco afiliado incentivando entrar en la cuenta en línea.
- ✓ Mediante el historial de la cantidad que un cliente ha acudido a su cuenta bancaria en línea, para aquellos que rara vez lo usan o jamás lo han usado, el banco debería incentivar su introducción mediante el Call Center o correos seguros que no originen duda al abrirlo, con la finalidad de incrementar la cultura de la banca en línea.
- ✓ Cada cierto tiempo efectuar una capacitación al personal encargado de laborar en la sección de la banca en línea para poder brindar una ayuda propicia hacia sus clientes y poco a poco se sientan más familiarizados con sus beneficios, así se reduce la desconfianza.
- ✓ Chequeo constante de la banca en línea por parte de los que manejan el sistema como software para evitar complicaciones como la caída de la página, demora en cargar, no realizar la acción solicitada por el usuario.

## BIBLIOGRAFÍA

ABPE (s.f.). Bancos asociados. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.asobancos.org.ec/internas.asp?opcion=seguridad.htm>

América Economía (2010). Preparados para el comercio electrónico. *Estudio sobre las condiciones para el e-Commerce en la región*. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.capece.org.pe/Archivos/InformesEstudios/INFORME%20VI SA%20AMERICA%20ECONOMIA%202010%20-%20PARTE%202.pdf>

Bank Leumi USA (s.f.). *Seguridad para la banca electrónica en línea (eBanking)*, 2 – 3.

Cabrera, D. E. (2006). Contenidos de la ley del comercio electrónico, mensajería de datos y firma electrónica. *Análisis del comercio electrónico en Ecuador: limitaciones para su implementación*, 33. [Tesis de grado]. Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca.

CIESPAL (s.f.). La libertad de expresión. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
[http://www.ciespal.net/ciespal/index.php?option=com\\_content&view=article&id=860:la-libertad-de-expresion&catid=28:institucional&Itemid=41](http://www.ciespal.net/ciespal/index.php?option=com_content&view=article&id=860:la-libertad-de-expresion&catid=28:institucional&Itemid=41)

Congreso Nacional (2002). Ley de Comercio Electrónico, Firmas Electrónicas y Mensajes de Datos. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
[http://www.redipd.org/legislacion/common/legislacion/ecuador/ecuador\\_ley\\_2002-67\\_17042002\\_comelectronico.pdf](http://www.redipd.org/legislacion/common/legislacion/ecuador/ecuador_ley_2002-67_17042002_comelectronico.pdf)

CORPECE (2013, 10 de agosto). Quienes somos. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.corpece.org.ec/?q=node/7>

Crespo, M. A. & Ramos, R, E. (2012). E-Banking. *Estudio de impacto financiero de las vulnerabilidades de las páginas Web en los bancos en Ecuador*, 25. [Tesis de grado]. Universidad Politécnica Salesiana sede Guayaquil.

D'Alessio IROL (2012, junio). Compra y contratación de productos/servicios. *Estudio ROPO: Investigación Online, Compra Offline*.

D'Alessio, E. (2012, 29 de agosto). Home Banking: El 70% de los argentinos hizo al menos una operación este año. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.dalessio.com.ar/prensa/home-banking-el-70-de-los-argentinos-hizo-al-menos-una-operacion-este-ano>

Dobb, M. (2004). Karl Marx. *Teorías del valor y de la distribución desde Adam Smith* 12, 163. Siglo veintiuno editores Argentina, s.a.

Ebanking news (2011, 21 de enero). Noticias. En auge los servicios financieros en tu móvil. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.ebanking.cl/noticias/auge-los-servicios-financieros-tu-mvil-005002>

Ebanking news (2011, 8 de octubre). América Latina, la nueva frontera en dinero móvil. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.ebanking.cl/noticias/america-latina-la-nueva-frontera-en-dinero-movil-008657>

Ebanking news (2013). Noticias. TBI Unit: Nuevo estudio revela la relación online de los bancos con sus clientes. [Lectura en línea]. Recuperado

de: <http://www.ebanking.cl/noticias/tbi-unit-nuevo-estudio-revela-la-relacion-online-de-los-bancos-con-sus-clientes-0016908>

Ebanking news (2014, 2 de marzo). Noticias. Ocho nuevas tendencias en el mercado móvil de América Latina. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ebanking.cl/noticias/ocho-nuevas-tendencias-en-el-mercado-movil-de-america-latina-0021762>

Ecuador Inmediato (2012, 16 de febrero). Uso de Internet en Ecuador se incrementa, informa director del INEC (AUDIO). . [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news\\_user\\_view&id=167336&umt=uso\\_internet\\_en\\_ecuador\\_se\\_incrementa\\_afirma\\_director\\_inec\\_audio](http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=167336&umt=uso_internet_en_ecuador_se_incrementa_afirma_director_inec_audio)

Editorial Vértice (2010). Ideas claves. *E-commerce. Aplicación y Desarrollo*, 32. Publicaciones Vértice S.L.

EFI (s.f.). David Ricardo: Ventajas Comparativas. Economía y Finanzas Internacionales. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/2-uncategorised/91-david-ricardo-ventajas-comparativas>

El Comercio (2011, 23 de junio). Negocios. *El 'e-commerce' mueve USD 300 millones en el país*. [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.elcomercio.com/negocios/e-commerce-mueve-USD-millones-pais\\_0\\_503949748.html](http://www.elcomercio.com/negocios/e-commerce-mueve-USD-millones-pais_0_503949748.html)

El Comercio (2013, 17 de mayo). Tecnología. *35 por ciento de personas usa Internet en Ecuador, según estudio*. [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.elcomercio.com.ec/tecnologia/Internet-Ecuador-tecnologia-Informacion\\_0\\_920908066.html](http://www.elcomercio.com.ec/tecnologia/Internet-Ecuador-tecnologia-Informacion_0_920908066.html)



El Emprendedor (2012, 19 de julio). Comercio electrónico en Ecuador, amenazas y oportunidades. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.elemprendedor.ec/ecommerce-ecuador/>

El Tiempo (2009, 29 de septiembre). La Banca online ofrece comodidad a los usuarios. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/24710-la-banca-on-line-ofrece-comodidad-a-los-usuarios/>

El Universo (2012, 16 de mayo). Ecuador registra crecimiento de 30% de acceso a Internet, dice superintendente. Quito. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.eluniverso.com/2012/05/16/1/1356/ecuador-registra-crecimiento-30-acceso-internet-dice-superintendente.html>

El Universo (2013, 3 de octubre). Ecuador es parcialmente libre en internet, según informes de Freedom House. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/03/nota/1533096/ecuador-es-parcialmente-libre-segun-informe-libertad-redes>

Espín, J. M. (s.f.). *Delitos contra la propiedad: El mayor problema de inseguridad ciudadana en el DMQ*. Flacso Sede Ecuador. Programa Estudios de la Ciudad. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://flacsoandes.org/dspace/bitstream/10469/2294/1/04.%20Delitos%20contra%20la%20propiedad%E2%80%A6%20Johanna%20Esp%C3%ADn%20M.pdf>

Espinosa, C. (2009, 18 de febrero). Cobertura digital. *Banca on line: primeras denuncias de suplantación de identidad en Ecuador*. [Lectura en línea]. Recuperado de:

<http://www.coberturadigital.com/2009/02/18/banca-on-line-primeras-denuncias-de-suplantacion-de-identidad-en-ecuador/>

Exito Exportador (2012). *Estadísticas mundiales del Internet*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.exitoexportador.com/stats.htm>

Fisher, L., & Espejo, J. (2001). *Mercadotecnia* 3, 84. Mc Graw Hill - Interamericana.

Hernández, A. (2009, 19 de abril). *Comercio electrónico (e-commerce)*. Slideshare. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.slideshare.net/ciberlawyer/comercio-electronico-1313339>

Hoy (2013, 4 de octubre). Freedom House: La libertad en redes es parcial en el país. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/freedom-house-la-libertad-en-redes-es-parcial-en-el-pais-592128.html>

INEC (2012, 16 de agosto). INFOECONOMÍA. *¿Qué pasa a escala internacional?*

INEI (2000, 24 de noviembre). El Mercado Electrónico. *¿Qué es el comercio electrónico?*, 9. Colección Cultura Informática.

Inforc Ecuador (2009, 18 de agosto). Phishing al Banco Pichincha. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.cavaju.com/2009/08/18/phishing-al-banco-pichincha-ecuador/>

Kotler, P. (2001). La importancia del Marketing. *Dirección de Mercadotecnia* 8, 11. Prentice Hall.

Landivar, D. (2012, 14 de septiembre). Comercio electrónico: ¿canal de distribución efectivo en Ecuador? Docente de ESPOL, FEN, área de administración. [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.fen.espol.edu.ec/landivardaniela\\_comercioelectronicocanal dedistribucioneffectivoenEcuador](http://www.fen.espol.edu.ec/landivardaniela_comercioelectronicocanal dedistribucioneffectivoenEcuador)

Leiner, B. M., Cerf, V. G., Clark, D. D., Kahn, R. E., Kleinrock, L., Lynch, D. C., Postel, J., Roberts, L. G., Wolff, S. (s.f.). *Breve historia del Internet*. Internet Society. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.internetsociety.org/es/breve-historia-de-internet?gclid=CMDTKJ-Rr7wCFRAS7Aod7iMAbw#Leiner>

Moreda, T. (2002, 25 de enero). Ventajas e Inconvenientes. *Comercio Electrónico*, 26. [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.osakidetza.euskadi.net/r85-20319/es/contenidos/informacion/6130/es\\_2549/adjuntos/gatc1.pdf](http://www.osakidetza.euskadi.net/r85-20319/es/contenidos/informacion/6130/es_2549/adjuntos/gatc1.pdf)

Moreno, M. A. (2012). *Economistas notables: Adam Smith*. El Blog Salmón. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.elblogsalmon.com/economistas-notables/economistas-notables-adam-smith>

Ochoa, D. (2011, 19 de octubre). Ebanking news. *La banca en línea un foco principal para el fraude: cómo protegerla con el nivel de autenticación adecuado*. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ebanking.cl/noticias/la-banca-en-linea-un-foco-principal-para-el-fraude-como-protegerla-con-el-nivel-de-autenticacion-adecuado-008754>

OMC (1998, 25 de septiembre). Comercio electrónico: Programa de Trabajo. [Lectura en línea]. Recuperado de: [http://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s/wkprog\\_s.htm](http://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/wkprog_s.htm)

Ottati, L. (2013, 5 de julio). *Ecommerce en Ecuador: Datos interesantes*. Guayaquil. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.elemprendedor.ec/e-commerce-en-ecuador-datos-interesantes/>

Portal del Cliente Bancario (s.f.). *El E-Banking*. . [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.clientebancario.bcra.gov.ar/default.asp>

Rivas, P. (s.f.). *Teoría y Política Monetaria y Bancaria*, 7. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://economia.unmsm.edu.pe/Docentes/PRivasS/Cursos/TMB.pdf>

Rodríguez, C. G. (2010, 6 de diciembre). *Historia del Internet en el Ecuador*. DistroGeek: noticias, tecnologías y más. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.distrogeek.com/2010/12/historia-del-internet-en-ecuador/>

Sánchez, W. (s.f.). La banca en línea y la banca móvil. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://dinero.about.com/od/Operaciones-bancarias/a/La-Banca-En-L-Inea-Y-La-Banca-M-Ovil.htm>

Santos, M. (2013, 25 de septiembre). *El fraude es el mayor obstáculo para la banca en línea*. Enter.co. [Lectura en línea]. Recuperado de:  
<http://www.enter.co/#!/especiales/enterprise/el-fraude-es-el-mayor-obstaculo-de-la-banca-en-linea/>

SBS, (2014, enero). Bancos privados. *Cartera, portafolios, e inversiones*. . [Lectura en línea]. Recuperado de:  
[http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs\\_index?vp\\_art\\_id=1564&vp\\_tip=2&vp\\_buscr=41](http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=1564&vp_tip=2&vp_buscr=41)

Segu-info (2011, 30 de marzo). Ecuador: los casos de Phising aumentaron de 119 a 1308. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://blog.segu-info.com.ar/2011/03/ecuador-los-casos-dephishing.html#axzz2wTkf2OTq>

SOA (2012, 7 de noviembre). *Ecuador es uno de los miembros de la Comisión de Derecho Mercantil Internacional de la ONU*. Ecuador Inmediato. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=Pages&func=display&pageid=1>

SUPERTEL (2013). Estadísticas. *Estadísticas de servicio de telecomunicaciones*. Acceso a la Internet, 2013.

Thompson, I. (2005). Concepto de mercado. PromonegocioS. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.promonegocios.net/mercado/concepto-de-mercado.html>

Torres, R. (2005). Capítulo IX: La teoría del equilibrio y el comercio internacional. *Teoría del comercio internacional* 25, 125. Siglo Veintiuno Argentina, s.a.

Valderas, P., & Pastor, O. (2008). *An activity-theory-based model to analyse Web application requirements*. Faculty of Computing, Engineering and Technology, Staffordshire University, The Octagon, Beaconside, Stafford, UK. [Lectura en línea]. Recuperado de: <http://www.informationr.net/ir/13-2/paper340.html>

# ANEXOS

## Preguntas para el Delphi

*Nombre:*

*Departamento:*

*Cargo:*

Preguntas:

- ¿Cómo ha crecido la banca en línea?
- ¿Cuál es el segmento de mercado que más ha crecido en los últimos 5 años?
- ¿Cuáles han sido las más grandes dificultades que ha tenido la banca en línea?
- ¿Cuáles son los beneficios que usted puede citar que ha tenido el cliente en la banca en línea y qué espera en los próximos 5 años?
- ¿Podría nombrar alguna(s) sugerencias para evitar fraudes?

## Preguntas para el Focus Group

*Participantes:*

Preguntas:

¿En donde usted frecuenta conectarse a Internet?

¿Normalmente en el día cuantas veces se conecta? ¿Y porque lo hace?

Quando desea acudir los servicios bancarios, para usted, ¿cuál es el más importante?

¿Qué piensa de la banca en línea?

¿Cree que es beneficioso para el cliente? ¿Por qué?

¿Qué puntos considera usted que tiene en desventaja la banca en línea?

¿Qué servicio es lo que más usa en la banca en línea y por qué?

En el caso que haya presenciado una caída del sistema, ¿Qué es lo primero que piensa?

¿Qué pudiera agregar para mejorar el sistema en línea para el cliente?

## Encuesta



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE E-BANKING

Estimado(a):

El siguiente cuestionario tiene como finalidad saber su nivel de satisfacción en relación a su experiencia utilizando los servicios bancarios a través de la banca en línea.

Quisiera pedir su ayuda respondiendo estas preguntas que no le tomará mucho tiempo.

Este estudio beneficiará a un trabajo de investigación relacionado a un trabajo de titulación de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil para la obtención del título de Ingeniero en Gestión Empresarial Internacional.

Es de suma importancia que las preguntas sean contestadas con mucha sinceridad.

Por favor tómese el tiempo necesario para contestar correctamente cada una y de antemano le agradezco su participación.

1. Indique su género:

Masculino

Femenino

2. ¿Cuál es su rango de edad?

Menos de 18 años

De 18 a 24 años

De 25 a 50 años

Más de 50 años



3. ¿Cuántas veces se conecta a Internet?

- Varias veces al día
- Una vez al día
- Una vez por semana
- Una vez al mes
- Nunca

4. Indique la periodicidad con la que utiliza cada uno de los siguientes medios de acceso a los servicios bancarios (Si la opción banca en línea contesta “Nunca”, la encuesta se da por finalizada).

	DIARIO	SEMANAL	MENSUAL	NUNCA
SUCURSAL FISICA				
CAJERO AUTOMATICO				
BANCA EN LÍNEA				

5. Indique los lugares donde accede a su cuenta en línea y con qué frecuencia (1=Nada; 2=Poco; 3= Considerable- 4= Mucho):

	1	2	3	4
TRABAJO				
HOGAR				
HOGAR DE UN FAMILIAR O AMIGO				
LUGAR PÚBLICO				

6. ¿Por qué utiliza la banca en línea?

- Ahorro tiempo
- Poseo transacciones adicionales
- Tengo menos problemas
- Fácil acceso

7. ¿Por qué no utilizaría la banca en línea?

- Falta de atención personalizada
- Información pobre
- Desconfianza
- Servicios insuficientes
- Solución difícil de utilizar

OTRO: \_\_\_\_\_

8. ¿Cuál es el servicio que más utiliza?

- Consultas de Saldo
- Consultas de Estado de Cuentas (Cuentas Bancarias o Tarjetas)
- Pagos (terceros, servicios, tarjetas)
- Transferencias
- Gestiones de atención al cliente

9. ¿En qué rango de porcentaje se alcanzan sus objetivos de usuario por medio de la banca en línea?

- Menos del 50%
- Entre 51% y 79%
- Entre 80% y 99%
- En un 100%

10. Basándose de su experiencia frente a la banca en línea, ¿cuál sería la característica más importante a mejorar?

- Balance entre estética y funcionalidad
- Velocidad de carga de las páginas
- Relevancia de la información mostrada
- Facilidad de uso de los servicios

OTRO: \_\_\_\_\_

11. Indique el porcentaje que no puede finalizar su objetivo porque el servicio de la banca en línea falla ?

- Menos del 10%  Entre el 10% y 30%  
 Más del 30%

12. ¿Cuál es su opinión sobre el grado de seguridad que muestra el portal de la banca en línea?

- Muy bueno  
 Bueno  
 Indiferente  
 Malo  
 Muy malo

13. Según su experiencia, el tema más importante para garantizar la seguridad es:

- Mejorar los mecanismos de ocultamiento de información  
 Actualizar el sistema de seguridad interno  
 Aumentar el número de contraseñas  
 Pedir información al usuario cada cierto tiempo para confirmar que es el titular

OTRO: \_\_\_\_\_

?

14. ¿Siente confidencialidad cuando utiliza la banca en línea?

- Muy confidencial  
 Confidencial  
 Indiferente  
 Poco confidencial  
 Nada confidencial

*¡MUCHAS GRACIAS POR SU SINCERIDAD Y SU TIEMPO!*