

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN



“USO DE LA BANCA ELECTRÓNICA Y SU RELACIÓN
CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL BANCO
SCOTIABANK, AGENCIA NARANJAL, 2021”

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración

Autora:

Jenny Fiorella Champa Yanac

Asesor:

Mg. Guillermo Juan Cabanillas Holguin

Lima - Perú

2021

DEDICATORIA

A mis padres por haberme forjado en la persona que soy en la actualidad; muchos de mis logros se lo debo a ustedes entre los que se incluye este. Gracias por inculcar en mí el ejemplo de esfuerzo y valentía, de no temer las adversidades porque Dios está conmigo siempre.

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo agradezco a Dios por ser mi guía y acompañarme en el transcurso de mi vida, brindándome paciencia y sabiduría para culminar con éxito mis metas propuestas.

A mis padres por ser mi pilar fundamental y haberme apoyado incondicionalmente, pese a las adversidades e inconvenientes que se presentaron.

Agradezco a los todos docentes que, con su sabiduría, conocimiento y apoyo, motivaron a desarrollarme como persona y profesional en la Universidad Privada del Norte.

Tabla de contenidos

| | |
|---|-----------|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO | 3 |
| ÍNDICE DE TABLAS | 5 |
| ÍNDICE DE FIGURAS | 6 |
| RESUMEN | 7 |
| CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN..... | 8 |
| CAPÍTULO II. MÈTODO | 21 |
| CAPÍTULO III. RESULTADOS | 27 |
| CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES..... | 38 |
| REFERENCIAS | 43 |
| ANEXOS | 46 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Parámetros de coeficiente Alfa de Cronbach..... | 23 |
| Tabla 2. Análisis de confiabilidad según Alfa de Cronbach..... | 23 |
| Tabla 3. Matriz de operacionalización de variables..... | 25 |
| Tabla 4. Matriz de Consistencia..... | 26 |
| Tabla 5. Distribución de clientes encuestados según Uso de Banca Electrónica | 27 |
| Tabla 6. Distribución de clientes encuestados según Satisfacción del Cliente..... | 28 |
| Tabla 7. Distribución de clientes encuestados según Accesibilidad de la Banca Electrónica. | 29 |
| Tabla 8. Distribución de clientes encuestados según Rapidez de la Banca Electrónica..... | 30 |
| Tabla 9. Distribución de clientes encuestados según la Seguridad de la Banca Electrónica... | 31 |
| Tabla 10. Distribución de clientes encuestados según el nivel de Expectativas..... | 32 |
| Tabla 11. Distribución de clientes encuestados según el nivel de las Percepciones..... | 33 |
| Tabla 12. Distribución de clientes encuestados según el nivel de la Calidad Percibida..... | 34 |
| Tabla 13. Correlación de hipótesis general..... | 35 |
| Tabla 14. Correlación de hipótesis específica 1..... | 35 |
| Tabla 15. Correlación de hipótesis específica 2..... | 36 |
| Tabla 16. Correlación de hipótesis específica 3..... | 37 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Distribución de clientes encuestados según Uso de Banca Electrónica..... | 27 |
| Figura 2. Distribución de clientes encuestados según Satisfacción del Cliente | 28 |
| Figura 3. Distribución de clientes encuestados según Accesibilidad de la Banca Electrónica | 29 |
| Figura 4. Distribución de clientes encuestados según Rapidez de la Banca Electrónica | 30 |
| Figura 5. Distribución de clientes encuestados según la Seguridad de la Banca Electrónica . | 31 |
| Figura 6. Distribución de clientes encuestados según el nivel de Expectativas | 32 |
| Figura 7. Distribución de clientes encuestados según el nivel de las Percepciones | 33 |
| Figura 8. Distribución de clientes encuestados según el nivel de la Calidad Percibida | 34 |

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad determinar la relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal; para lo cual se consideró una metodología de tipo no experimental-transversal, enfoque cuantitativo y alcance correlacional. A su vez, se seleccionó como instrumento al cuestionario, el cual presentó 20 ítems aplicado a los usuarios de la entidad financiera en cuestión. El instrumento diseñado obtuvo un coeficiente Alfa de Cronbach igual a 0.947, por lo que el cuestionario poseyó un nivel adecuado de confiabilidad. Asimismo, se procedió a realizar un análisis descriptivo e inferencial, que a través de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, resultó posible verificar la existencia de las variables con un valor sig. menor al margen de error (0.05) y un valor de correlación igual a 0.551.

Palabras clave: banca electrónica, satisfacción del usuario, entidad financiera.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

De acuerdo con Tesunbi (2019), la banca electrónica es ampliamente usada hoy en día; sin embargo, ciertas personas no perciben ninguna razón por las que deberían optar por realizar sus operaciones de manera virtual. A pesar de ello, la banca electrónica se mantiene como una tendencia, principalmente en economías desarrolladas a causa de que las operaciones por internet suponen un bajo costo, teniendo dos ventajas importantes que residen en el aumento de la eficiencia de los sistemas de pago y la ampliación en el acceso a los servicios financieros.

Ahora bien, es importante señalar que, en una primera instancia, la banca electrónica fue utilizada principalmente como informativo de difusión, en donde se presentaban los productos y servicios financieros; sin embargo, esto se ha visto superado por la implementación de la banca por internet, cajeros electrónicos, banca por teléfono, tarjetas electrónicas, cuentas de ahorro electrónicas, entre otros puntos; por lo que las entidades financieras han tenido una gran evolución. Sin embargo, dicho crecimiento en cada país responde a diversos factores, como el acceso a internet por parte de la población, conciencia del cliente, incluso el nivel educativo. Es así que las principales razones por las cuales resulta posible adoptar esta plataforma financiera refiere a la utilidad percibida, facilidad de uso, seguridad y privacidad. Es importante señalar que diversos estudios detallan que la adopción sigue siendo baja, principalmente por los últimos dos puntos señalados (Lamore & Singla, 2017).

Abordando el contexto mundial respecto a la banca electrónica, dentro de España este medio ha generado un profundo proceso de evolución y transformación en el sector financiero, incluso apareciendo entidades que operan exclusivamente en red. En segundo lugar, la banca electrónica o digital ha adicionado a servicios multicanal, complementando así las actividades financieras a través de servicios y productos con cimientos digitales. A su vez, es importante señalar que, dentro de un sector tan maduro como el financiero, no cabe duda que el crecimiento de las finanzas electrónicas supone un gran potencial, siendo al mismo tiempo un proceso de

elevada competencia, integración y consolidación (Gómez, 2013).

Dentro del contexto latinoamericano, Revilla (2014) hace referencia a la situación venezolana, abordando principalmente temas en materia de leyes y regulaciones. A su vez, detalla que el caso particular venezolano, específicamente en el rubro bancario, siempre se ha encontrado a la vanguardia en relación al desarrollo y aplicación de TICs, lo que en dicho sentido la banca venezolana ha tenido un rol importante en el plano económico al desarrollar productos financieros de forma autóctona, siendo los pioneros en la región en la inclusión de formas de banca electrónica como cajeros automáticos en los años 80 y la banca en línea en los 90.

Por otro lado, en el escenario mexicano, se ha visto un avance armonioso de la banca electrónica, en donde en una primera instancia se modificaron ciertas legislaciones mercantiles, teniendo hoy en día un marco regulatorio muy específico en materia de banca electrónica. Sin embargo, es importante señalar que la banca electrónica se ha visto amenazada por las empresas denominadas “Fintech”, las cuales refieren a organizaciones que ofrecen productos financieros a través de tecnologías de información y comunicación como redes sociales y aplicaciones de celular; en donde a pesar de que alguna de ellas han sido absorbidas por entidades financieras de mayor envergadura, se estima que este tipo de organizaciones desplazará a la banca tradicional en distintos segmentos de su negocio, agudizándose en poblaciones jóvenes. Es importante señalar que en México, el uso de la banca electrónica ha generado un aumento significativo en quejas y reclamaciones, por lo que su evolución debe ser supervisada de manera más exhaustiva, es así que las empresas “Fintech” pueden actuar como un detonador para así generar mayor eficiencia que la banca tradicional (Avendaño, 2017).

Abordando el contexto nacional, Fernando Eguiluz, CEO de BBVA en Perú, detalla que en el Perú alrededor del 80% de transacciones se realizan de manera física, sin embargo, a causa de la crisis sanitaria en la que se vive hoy en día, el incremento de la digitalización en

distintas operaciones ha sido explicado a partir de la propia coyuntura, desencadenando un crecimiento en la inclusión financiera de muchos ciudadanos peruanos (EFE, 2020).

Además de ello, a partir de un informe realizado por BBVA Research (2013), existe una oportunidad importante al considerar el número de personas que utilizan dispositivos inteligentes, en donde dicho escenario debe ser abordado como un tema de inclusión financiera, en donde convergen elementos como el grado de instrucción y nivel de ingresos.

Continuando con lo expuesto, resulta importante hacer mención de la teoría recopilada, en donde López (2019) señala que la banca electrónica, también denominada como banca digital ha sido utilizada como mecanismo en favor del incremento de profundización del sector bancario a partir de su propia naturaleza, contando con una mayor cobertura, agilidad y facilidad en los procesos, ahorro y reducción en tiempos y costos. No obstante, a partir de la literatura consultada, la disponibilidad respecto al acceso se ve interrumpida a causa de la desinformación de los usuarios, agudizándose por productos financieros confusos ofertados por las entidades y por la falta de confianza que transmiten las entidades. Es así que el autor detalla que, si bien se ha suscitado cierto crecimiento de esta modalidad, todavía son pocas las personas que acuden a dichos canales.

Tradicionalmente, los servicios y productos ofertados por entidades financieras se han distribuido mediante sucursales bancarias a partir de su proximidad con los clientes, la importante cantidad de servicios que desarrollan, el valor agregado que el cliente recibe y el determinante rol que juegan las oficinas en la toma de decisión de los usuarios. No obstante, a pesar de ello, dicho canal tradicional se ha visto sustituido por uno más ágil y dinámico, evidenciando una pérdida de importancia de canales tradicionales causado por la inserción de canales alternativos, en donde destaca el papel de la banca electrónica como principal relevo. La satisfacción generada por servicios online o en línea han sido ampliamente estudiados por diversos autores a finales de los 90, sin embargo, no se ha analizado la relación entre la

valoración en términos objetivos y su nivel de satisfacción. En dicho sentido, resulta posible inferir que cuando el grado de satisfacción mejora, ello favorece la intención de los usuarios en comprar nuevos productos, permitiendo así a las organizaciones mantener las relaciones y vinculación con los clientes (Liébana & Muñoz, 2013).

En segundo lugar, Lodeiros (2020) destaca que, si bien las entidades financieras ofrecen en promedio ocho plataformas digitales para la atención, no todas son usadas en la misma medida. Sobre dicha premisa, existen plataformas con mayor popularidad para usuarios bancarios, tales como redes sociales o WhatsApp, sin embargo, dichos medios también son considerados como poco confiables e inseguros. A su vez, un uso de menor proporción son los chatbots, los cuales son considerados fundamentales en el proceso de digitalización de la banca, aún no presenta un nivel de aceptación acorde con lo beneficioso que resulta para la organización.

Ahora bien, Kibets (2019) menciona que los servicios de banca electrónica evidentemente reúnen mayores ventajas frente a las operaciones convencionales; no obstante, las posibles amenazas y “debilidades” respecto a la seguridad en su uso, podrían disminuir la preferencia por parte de los usuarios. Es así que el escenario de fraude en relación a la banca electrónica supone una revisión de los distintos paradigmas comerciales tradiciones que han tenido lugar en los últimos años. Resulta interesante que ciertos autores detallan que las entidades financieras deben involucrar a sus clientes a través de una participación activa para así prevenir el fraude, debido a que dichos usuarios no sienten un elevado índice de compromiso lo que permitiría su traslado a otras entidades si es que no sienten seguridad de por medio. Debido a que la industria es uno de los sectores con mayor regulación, también se presenta una serie de requisitos externos en relación al cumplimiento para así combatir actividades fraudulentas y/o delictivas. El fraude dentro de la banca electrónica representa una amenaza en términos de seguridad, teniendo un origen tanto externo como interno, pudiendo

presentarse en forma de información confidencial de clientes, nombres de usuarios y contraseñas, acceso a plataformas adicionales como la banca móvil o por internet; entre otros puntos.

Asimismo, entre las dimensiones que comprende el uso de la banca electrónica se destaca la accesibilidad, rapidez y seguridad.

Accesibilidad: La accesibilidad que presentan las plataformas digitales, específicamente de las entidades financieras, buscan contar con una naturaleza amigable e intuitiva para los usuarios; en donde el acceso se desarrolla mediante una firma digital brindada por la entidad en cuestión. Asimismo, es preciso mencionar que, para resolver ciertos inconvenientes en relación a la accesibilidad, las entidades bancarias determinan ciertos criterios para la reducción de estas eventualidades (Centro Iberoamericano de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas [CIAPAT], 2014).

Rapidez: De acuerdo con Suriaga, Bonilla & Sánchez (2016) detallan que los principales beneficios adjudicados al uso de la Banca Electrónica refieren principalmente al ahorro de tiempo y la rapidez de las operaciones. Además, el hecho de no presentar la necesidad de apersonarse a las oficinas físicas se traduce en una reducción de tiempo y esfuerzos tanto para la persona como para la propia organización.

Seguridad: A pesar de que los avances tecnológicos suelen ser catalogados integralmente como positivos, el aspecto seguridad dentro de las transacciones, así como también en el manejo de información, representan una importante preocupación. El producto financiero ofrecido debe considerar aspectos como la autenticación de ambas partes (entidad y usuario), la confidencialidad e integridad de datos (Viejo, 2015).

Por otro lado, en relación a la variable dependiente, Hernández (2011) menciona que la

satisfacción del cliente refiere a un estado mental del usuario en respuesta al cumplimiento de una necesidad o deseo; en donde entra a tallar un juicio de evaluación, ya que se realiza una comparación de expectativas respecto a otros resultados alcanzados.

Kotler y Keller (2012) mencionan que la satisfacción del cliente es el nivel en relación al estado de ánimo de cada persona al comparar rendimientos que perciben acerca de un bien o servicio en relación a sus propias expectativas.

Thompson (2005) detalla que los principales beneficios de la satisfacción del cliente refieren a la fidelización, recomendación y diferenciación sobre la competencia.

A su vez, Denove & Power (2006) la relación entre la satisfacción y los beneficios para las organizaciones se desarrollan generalmente mediante estos puntos:

- Fidelidad: refiere a la probabilidad en la que los clientes satisfechos repitan alguna compra, en donde resulta evidentemente mayor cuando existe un sentimiento de fidelidad de por medio, condicionado también por elementos como la competencia, frecuencia de compra, disponibilidad, entre otros puntos.
- Recomendación verbal: este elemento reúne una mayor fuerza que la propia publicidad que emplea una organización.
- Precios extra: también denominado como una menor elasticidad en los precios al considerar realizar un pago extra cuando un producto destaque en términos de calidad.
- Mayor nivel de ventas: las empresas que presenten un elevado grado de satisfacción permiten que la preferencia de sus clientes aumente, traduciéndose en un incremento de ventas.

Asimismo, entre las dimensiones o componentes que comprende el fenómeno banca electrónica, destacan las expectativas, rendimiento percibido y calidad percibida.

Expectativas: Morillo (2009) menciona que las expectativas refieren al nivel de esperanza que presentan los clientes en relación a las características, ventajas y atributos de un determinado producto (bien o servicio). Asimismo, se relaciona con elementos como las

experiencias previas y referencias de terceras personas, influyendo de forma significativa en la decisión de compra.

Rendimiento Percibido: El rendimiento percibido de un producto resulta del valor que se obtiene del mismo, teniendo una influencia significativa en la postura y el nivel de satisfacción que posee (Peralta, 2006). A su vez, Thompson (2005) postula que dicho rendimiento posee cierto nivel de subjetividad, debido a que se basa en percepciones y no necesariamente en hechos, así como también el estado de ánimo y razonamiento por parte del cliente juega un rol a considerar.

Calidad Percibida: Alcantar, Maldonado & Arcos (2015) mencionan que la calidad percibida se diferencia de las otras dos dimensiones, debido a que sí presenta un grado de objetividad, ya que entra a tallar la calidad técnica y funcional de un producto, vinculado con la imagen corporativa que presenta una organización.

Ahora bien, para contextualizar de mejor forma la problemática de investigación, resulta adecuado abordar estudios de naturaleza empírica que hayan analizado las variables de investigación desde el ámbito internacional, como es el caso de Culqui (2020), el cual plantea como objetivo de investigación evidenciar la relación entre la implementación de la banca electrónica y el comportamiento de los usuarios bancarios en el contexto ecuatoriano. Adicional a ello, se buscó identificar de qué manera la implementación de este canal alternativo incide en la toma de decisión del usuario en la contratación y utilización de productos financieros. A su vez, se aplicó un cuestionario a una muestra de 384 elementos, resultado de un muestreo aleatorio simple. Es así que, a través de la prueba chi cuadrado de Pearson, se pudo evidenciar una relación significativa entre ambas variables de estudio.

A su vez, Alcívar & Franco (2016) realizaron una investigación de naturaleza mixta con la finalidad de determinar cuál es el nivel de uso de la banca electrónica en personas que superan los 40 años en la ciudad de Guayaquil. Es así que se emplearon como instrumentos al

cuestionario, focus group y entrevistas. En el plano cuantitativo, se consideró una muestra de 384 clientes, permitiendo concluir que el 76% de la población encuestada utiliza la banca electrónica, en donde el mayor porcentaje es representado por personas entre los 40 y 44 años.

Además, Vera (2018) en su estudio titulado "Análisis de la calidad de los servicios en línea y la satisfacción de los clientes del Banco Internacional de la ciudad de Guayaquil", planteó como objetivo analizar la percepción de los usuarios de dicha entidad financiera frente a la calidad del servicio recogido de la banca en línea, para lo cual se utilizó el modelo SERVQUAL para diseñar el cuestionario para la recolección de datos. En el plano inferencial, se pudo determinar una correlación positiva entre ambas variables de estudio mediante la prueba Chi Cuadrado.

Siguiendo con dicha línea, Guzmán & Vega (2016) consideraron como objetivo de su investigación profundizar respecto a los factores de insatisfacción de las personas que utilizan los productos financieros virtuales ofertados por los bancos en el país de Chile. La metodología utilizada en dicho estudio corresponde a un enfoque cualitativo, considerando como técnica a la observación. Es así que, el autor pudo concluir que las dimensiones que deben contar con un mayor seguimiento por parte de las entidades financieras refieren a la capacidad de respuesta, comunicación y los propios atributos del servicio.

Asimismo, Figueredo (2016) en su investigación "Análisis de un modelo de confianza hacia a la banca en internet, en un país de baja adopción", presentó un enfoque cuantitativo se aplicó un instrumento a Los cuestionarios, 325 clientes. Se concluyó que, los directivos de la banca deben estar conscientes que la adopción o participación online de los consumidores, se dará de acuerdo a incremento de confianza que se logre a partir de una correcta gestión de las factores reputación, involucramiento, confianza y familiaridad, el manejo del riesgo, es muy importante para generar buena reputación de la institución y de su página Web por lo que las entidades financieras deberían implementar mecanismos de seguridad en sus sitios web y hacer

alianzas estratégicas solamente con organizaciones fiables y de buena reputación, para que el cliente se sienta seguro al introducir sus datos personales.

En relación a los estudios del contexto nacional, González (2017) en su tesis para optar por el grado de licenciado en Administración de empresas, considera como objetivo determinar las principales razones por las que los usuarios no logran aceptar y acoplarse integralmente a los nuevos canales digitales ofrecidos por las entidades financieras, como es el caso de la banca electrónica. Es así que, se empleó una encuesta aplicada a 385 clientes de los 4 principales bancos del Perú, el cual estuvo compuesto por 13 ítems. El autor pudo concluir que la razón principal por la que algunos usuarios no emplean la plataforma virtual ofrecida por los bancos refiere a que no se les otorga información necesaria sobre todo lo que implica su propio uso, además de contar con una cultura bancaria tradicional que limita la adopción y aceptación total.

Rodríguez (2019) se enfocó en determinar una relación entre los servicios financieros del Banco de la Nación y la gestión financiera, para lo cual consideró una metodología de enfoque cuantitativo y nivel correlacional, contando con una muestra de 157 personas, utilizando como instrumentos el cuestionario, guía de observación y la recopilación de información bibliográfica. Una de las principales conclusiones del estudio refirió a un marco regulatorio poco claro por parte del banco en cuestión, en comparación a otras entidades financieras dentro del mercado peruano.

Cabrera, Morante & Pacherras (2016) tuvieron como objetivo evidenciar una relación entre los beneficios de los canales alternativos financieros y la satisfacción de los clientes en el Banco de Crédito del Perú, para lo cual se utilizó una metodología de tipo descriptivo correlacional, con un diseño no experimental, apoyado en el uso de un cuestionario para la extracción de datos. La muestra estuvo comprendida por 285 clientes, lo que permitió concluir que existe una relación significativa entre ambas variables de estudio, premisa avalada por un coeficiente de correlación igual a 0.988, lo que refiere a una correlación positiva muy alta.

Bravo (2018) en su investigación de Posgrado, planteó como objetivo identificar la relación entre el grado del uso de la banca electrónica y la satisfacción de los clientes del BCP, agencia Tacna, 2017, considerando una muestra de 365 clientes, apoyándose en una metodología de naturaleza básica, alcance correlacional y enfoque cuantitativo. Es así que, a través de la prueba paramétrica R de Pearson, fue posible hallar una significancia menor al margen de error (0.05), además de un coeficiente de correlación igual a 0.239; por lo que se evidencia una relación positiva débil entre ambas variables de estudio.

Navarro (2020) determinó como objetivo de su investigación identificar una relación entre la digitalización bancaria y las transacciones de las pequeñas y medianas empresas del sector calzado del distrito del Porvenir en el año 2019; para lo cual se empleó una metodología de tipo correlaciona, no experimental, transversal. Se aplicó una encuesta a un total de 58 pymes obteniendo un "p" valor menor a 0.01, por lo que fue posible aceptar la hipótesis planteada por el investigador, en donde existe una relación entre ambas variables de estudio.

Con todo lo anteriormente expuesto, la presente investigación se centra específicamente en la entidad financiera Scotiabank, agencia Naranjal, en donde el perfil del usuario de los productos financieros es muy variado, desde personas que manejan herramientas digitales, hasta personas que se rehúsan en usar canales ajenos a los tradicionales. El estudio se justifica dada la coyuntura actual, en donde una crisis sanitaria atípica ha empujado a diversos sectores de la población a insertarse en la digitalización de la banca, en donde las características de esta herramienta como la accesibilidad, rapidez, seguridad y facilidad en su uso, determinan la satisfacción del mismo, que al ser tan heterogéneo, es posible que se susciten eventualidades entorno a lo complicado que puede resultar su uso. Es así que, el presente estudio se enfoca en evidenciar la existencia de una posible relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los usuarios de la entidad financiera ya mencionada, agencia Naranjal, distrito de los Olivos, Lima. Asimismo, los objetivos específicos de la investigación consistieron en

evidenciar la correlación entre las dimensiones del uso de la Banca Electrónica frente a la Satisfacción de los usuarios de la entidad financiera analizada. Es importante mencionar que las hipótesis de la investigación refieren a la afirmación de una existencia directa entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción del usuario en el contexto mencionado.

Justificación

Justificación práctica

El presente estudio considera como unidad de análisis a los clientes de Banco Scotiabank; Por ello, es importante recordar que recientemente hemos notado un número importante de clientes que todavía tienen algunos problemas con la gestión de los canales digitales que ofrece el establecimiento. El presente estudio parte de la necesidad de medir el nivel de uso de la banca electrónica de los clientes y su satisfacción para luego identificar un posible vínculo entre las dos variables de estudio.

Justificación teórica

La investigación se justifica teóricamente porque se logró desarrollar una operacionalización de variables teóricamente sustentada en fuentes primarias y secundarias confiables para que futuros investigadores puedan utilizarlas como guía para sus propios estudios.

Justificación metodológica

Empíricamente, el estudio se basa en la necesidad de desarrollar un modelo de medición (cuestionario) para el uso de la banca electrónica y la variable satisfacción, ya que no es posible medir un criterio uniforme para estas variables.

Formulación del problema

General

¿Cuál es la relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021?

Específicos

¿Cuál es la relación entre la accesibilidad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021?

¿Cuál es la relación entre la rapidez en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021?

¿Cuál es la relación entre la seguridad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021?

Objetivos

General

Determinar la relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

Específicos

Determinar la relación entre la accesibilidad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

Determinar la relación entre la rapidez en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

Determinar la relación entre la seguridad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

Hipótesis

General

Existe una relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del

Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

Específicos

Existe una relación entre la accesibilidad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

Existe una relación entre la rapidez en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

Existe una relación entre la seguridad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021.

CAPÍTULO II. MÉTODO

Tipo de investigación:

Las investigaciones empíricas según Hernández, Fernández & Baptista (2014) se clasifican de acuerdo a su enfoque, alcance, diseño y corte. La presente investigación tiene un enfoque **cuantitativo**, debido a que tiene la finalidad de analizar los datos recogidos de forma numérica, apoyándose en herramientas estadísticas; considerando una naturaleza probatoria y secuencial, ya que se plantea dentro de un sistema planificado y ordenado para la recolección de datos para poder rechazar o aceptar las hipótesis planteadas. A su vez, el trabajo de investigación tiene un alcance **correlacional**, ya que se ha determinado establecer relaciones entre las variables y dimensiones que la componen. Hernández et Al. (2014), el objetivo de los estudios correlacionales es justamente buscar una relación, mas no buscar explicación de las causas o implicancias de una variable sobre otra. Adicional a ello, se consideró un diseño **no experimental**, lo que significa que el autor no manipula de ninguna manera las variables, lo único que hace es cumplir el papel de observador y analista en el contexto natural de las mismas. Finalmente, el presente estudio tiene es de corte **transversal** ya que para recolectar los datos sólo se necesitará un solo momento.

Población y muestra:

De acuerdo con Hernández et Al. (2014), el concepto de población refiere a todos los casos o elementos que poseen características y especificaciones en común, siendo parte de un universo. La población que maneja la presente investigación está comprendida por todos los usuarios de la Banca Electrónica del Scotiabank.

Según Carrasco (2015) define a la muestra como la porción que representa a la población, la cual cuenta con características objetivas, asimismo proporciona la posibilidad de generalizarlas para su estudio posteriormente.

Es importante señalar que ubicar dicho número de forma concreta no resultó posible

debido a su gran magnitud. Debido a ello, para el hallazgo de la muestra, se ha considerado aplicar un muestreo probabilístico para poblaciones infinitas, ya que de acuerdo con Murray & Larry (2005), es posible utilizar este muestreo cuando la población es vasta y no se conoce. Es así que se aplicó la siguiente fórmula para hallar el número de elementos que compondrá la muestra:

$$n = \frac{z^2 * p * q}{e^2}$$

n = muestra

Z² = Valor de Z crítico. (95%)

p = proporción de éxito (0.5)

q = proporción de fracaso (0.5)

e = nivel de error (0.05)

Al realizar el cálculo, fue posible determinar que la muestra estuvo comprendida por **384 clientes** y usuarios de la banca electrónica del Scotiabank.

Técnica e instrumento de recolección de datos

Las técnicas para la recolección de datos que se ajustan al estudio cuantitativo son múltiples, sin embargo, se optó por la **encuesta**, la cual es catalogada como la técnica para las investigaciones de índole social por excelencia, debido a características como la objetividad, sencillez y versatilidad.

Asimismo, para extraer los datos necesarios se eligió al **cuestionario** como instrumento. Dicho instrumento está categorizado como el más utilizado al momento de estudiar una gran cantidad de casos, ya que permite una respuesta directa.

Es sumamente importante resaltar que, el cuestionario fue desarrollado a partir de la operacionalización de variables postulada por Cjahlua & Valdez (2019) los cuales analizaron ambas variables de estudio en la misma entidad financiera, considerando elementos como la accesibilidad, seguridad, rapidez, expectativas, percepciones y calidad percibida. A su vez, los

ítems o preguntas fueron expresadas mediante una escala ordinal (Likert).

Procedimiento

Para la construcción del instrumento se realizó un proceso de validez, el cual estuvo comprendido por el juicio de expertos y el análisis de confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach, el cual maneja los siguientes intervalos:

Tabla 1. *Parámetros de coeficiente Alfa de Cronbach*

| | |
|-------------------------------------|------------------------|
| | >.9 a .95 es excelente |
| | >.8 es bueno |
| Coeficient e Alfa de Cronbach | >.7 es aceptable |
| | >.6 es cuestionable |
| | >.5 es pobre |
| | <.5 es inaceptable |

Fuente: Frías (2020).

Es importante señalar que, dicho instrumento fue aplicado presencialmente durante un lapso de un mes, debido a que no se conoce a los individuos que componen la muestra, dificultando así la posibilidad de realizarlo de forma virtual.

Tabla 2. *Análisis de confiabilidad según Alfa de Cronbach*

| Estadísticas de fiabilidad | |
|-----------------------------------|----------------|
| Alfa de Cronbach | N de elementos |
| .947 | 20 |

De acuerdo con los parámetros para interpretar el resultado del coeficiente de alfa de Cronbach expuestos en la tabla 4, se puede demostrar que el instrumento para la recolección de datos tiene un nivel de confianza muy alto, teniendo un valor de 0,947.

Análisis de datos

En relación al análisis de datos, el estudio consideró tres etapas, las cuales son: análisis

descriptivo, prueba de normalidad y análisis inferencial, mediante el programa estadístico SPSS v. 24. Es importante señalar que, para la prueba de normalidad se considera a Kolmogorov-smirnov dado el tamaño de la muestra (mayor a 50 elementos); mientras que para la etapa inferencial, se consideró a la prueba no paramétrica Rho de Spearman.

2.7 Aspectos éticos

En el presente estudio científico se desarrolló la redacción en base a los lineamientos APA. Se respetaron la autenticidad y la autoría de los individuos que colaboraron enriqueciendo la investigación.

Este trabajo brinda resultados veraces, los cuales se recopilaron a partir de la aplicación del cuestionario a la muestra antes descrita. Es sumamente importante mencionar que, se respetó la anonimidad de los individuos involucrados.

Finalmente, se presentó evidencia de la aplicación del instrumento a través de fotografías.

Tabla 3. Matriz de operacionalización de variables

| VARIABLES | DEFINICION | DIMENSIONES | INDICADORES | ITEMS |
|--------------------------|--|-------------------|-------------------------|-------|
| Banca electrónica | López (2019) señala que la banca electrónica, también denominada como banca digital ha sido utilizada como mecanismo en favor del incremento de profundización del sector bancario a partir de su propia naturaleza, contando con una mayor cobertura, agilidad y facilidad en los procesos, ahorro y reducción en tiempos y costos. | Accesibilidad | Facilidad | 1 |
| | | | Intuitividad | 2 |
| | | Rapidez | Interactividad | 3 |
| | | | Conformidad | 4 |
| | | | Capacidad de respuesta | 5 |
| | | Seguridad | Confidencialidad | 6 |
| | | | Garantía | 7 |
| | | | Confianza | 8 |
| Satisfacción del cliente | Kotler y Keller (2012) mencionan que la satisfacción del cliente es el nivel en relación al estado de ánimo de cada persona al comparar rendimientos que perciben acerca de un bien o servicio en relación a sus propias expectativas. | Expectativas | Resultados | 9 |
| | | | Transparencia | 10 |
| | | Percepciones | Eficiencia | 11 |
| | | | Necesidades Satisfechas | 12 |
| | | | Multifuncionalidad | 13 |
| | | Calidad Percibida | Flexibilidad | 14 |
| | | | Valor percibido | 15 |
| Beneficio | 16 | | | |
| | | | Personalización | 17 |

Tabla 4. *Matriz de Consistencia*

| USO DE LA BANCA ELECTRÓNICA Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO EN EL BANCO SCOTIABANK, AGENCIA NARANJAL, 2021 | | | | | |
|---|---|--|--------------------------|-------------------|--|
| Problemas | Objetivos | Hipótesis | Variables | Dimensiones | Metodología |
| Generales | | | | | |
| ¿Cuál es la relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021? | Determinar la relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | Existe una relación entre el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | | Accesibilidad | Tipo de investigación |
| | | | | | Enfoque: Cuantitativo |
| | | | | | Diseño No experimental |
| | | | | | Corte: Transversal |
| Específicos | | | | | |
| ¿Cuál es la relación entre la accesibilidad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021? | Determinar la relación entre la accesibilidad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | Existe una relación entre la accesibilidad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | Banca electrónica | Rapidez | Población |
| | | | | | Usuarios de la Banca Electrónica del Scotiabank |
| | | | | | |
| ¿Cuál es la relación entre la rapidez en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021? | Determinar la relación entre la rapidez en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | Existe una relación entre la rapidez en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | Satisfacción del cliente | Expectativas | Muestra |
| | | | | | 384 Usuarios de la Banca Electrónica el Scotiabank |
| | | | | | |
| | | | | Percepciones | Técnica (s) e instrumento (s) de recolección de datos Técnica: Encuesta |
| | | | | | Técnica: Encuesta |
| ¿Cuál es la relación entre la rapidez en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021? | Determinar la relación entre la seguridad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | Existe una relación entre la seguridad en el uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción de los clientes del Banco Scotiabank, agencia Naranjal, 2021. | | Calidad Percibida | Análisis de datos |
| | | | | | |

CAPÍTULO III. RESULTADOS

Análisis descriptivo

Tabla 5. Distribución de clientes encuestados según Uso de Banca Electrónica

| USO_BANCA_ELECTRÓNICA | | | | | |
|-----------------------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | REGULAR | 9 | 25,7 | 25,7 | 25,7 |
| | ADECUADO | 26 | 74,3 | 74,3 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

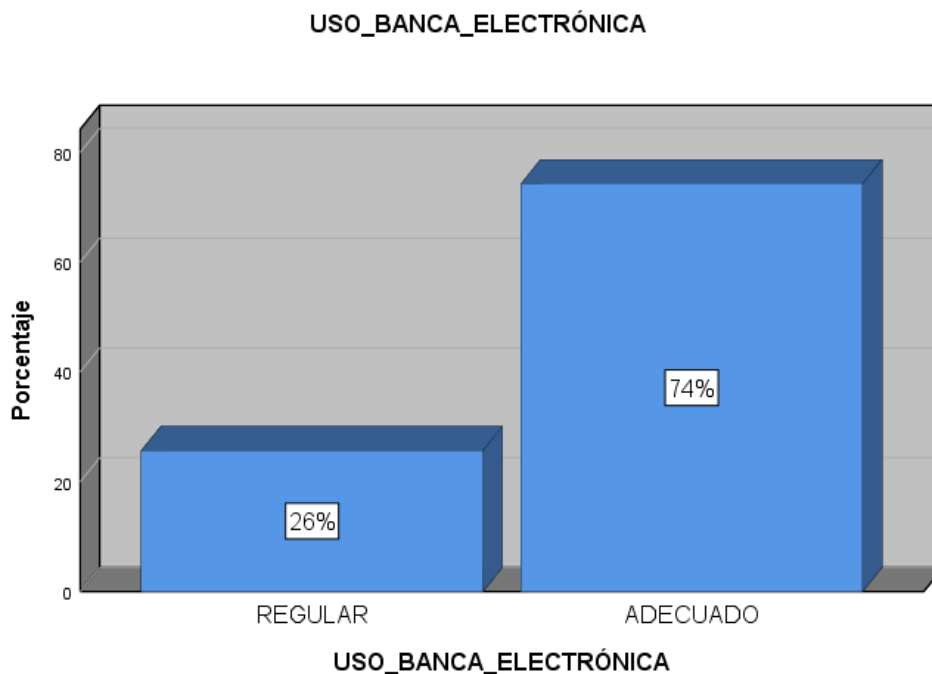


Figura 1. Distribución de clientes encuestados según Uso de Banca Electrónica

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 5 y la figura 1 se puede observar que el 74% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica al uso de la banca electrónica dentro de un nivel adecuado, evaluando dimensiones tales como la accesibilidad, rapidez y seguridad. A su vez, el 26% sostuvo que esta variable se encuentra en un nivel regular; mientras nadie considera las características de uso como inadecuadas.

Tabla 6. Distribución de clientes encuestados según Satisfacción del Cliente

| SATISFACCIÓN_CLIENTE | | | | | |
|----------------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MEDIO | 9 | 25,7 | 25,7 | 25,7 |
| | ALTO | 26 | 74,3 | 74,3 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

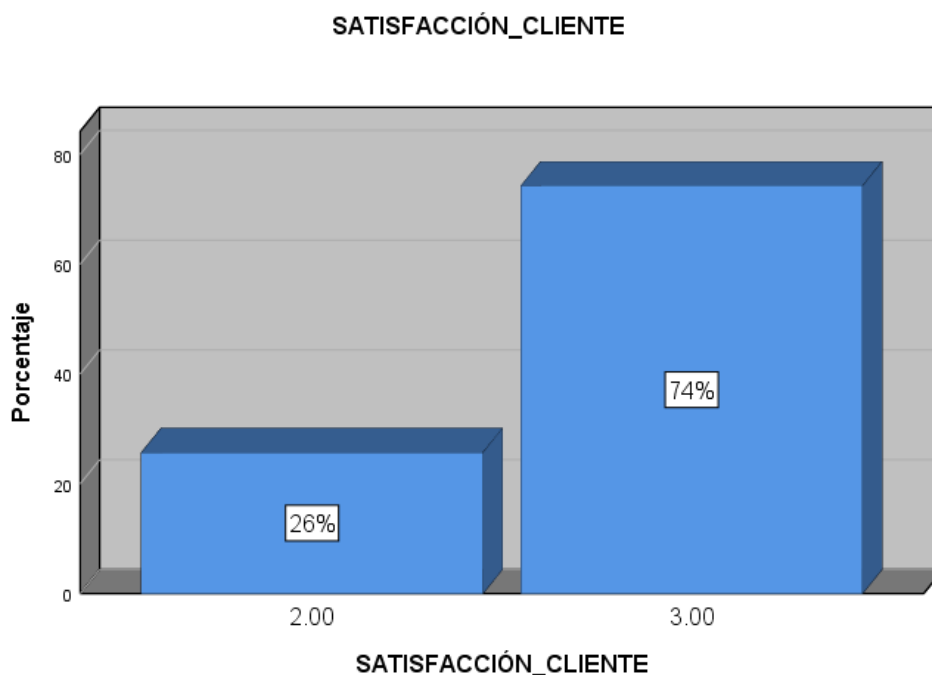


Figura 2. Distribución de clientes encuestados según Satisfacción del Cliente

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 6 y la figura 2 se puede observar que el 74% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica a la satisfacción del cliente dentro de un nivel alto, evaluando dimensiones tales como las expectativas, percepciones y calidad percibida. A su vez, el 26% sostuvo que esta variable se encuentra en un nivel medio; mientras que ninguno la considera como baja.

Tabla 7. Distribución de clientes encuestados según Accesibilidad de la Banca Electrónica

| ACCESIBILIDAD | | | | | |
|----------------------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | REGULAR | 8 | 22,9 | 22,9 | 22,9 |
| | ADECUADO | 27 | 77,1 | 77,1 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

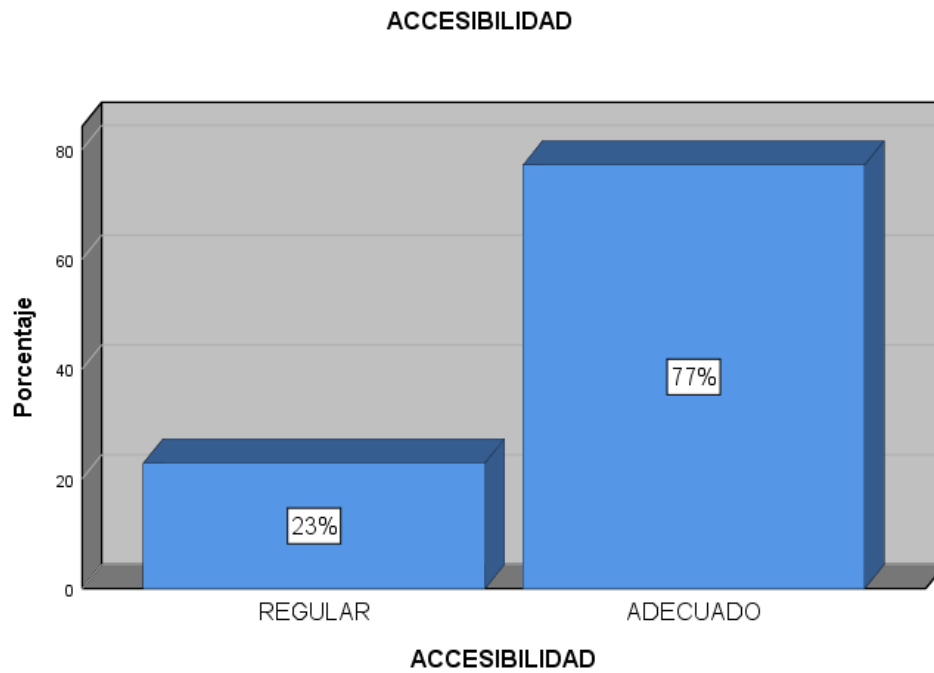


Figura 3. Distribución de clientes encuestados según Accesibilidad de la Banca Electrónica

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 7 y la figura 3 se puede observar que el 77% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica la accesibilidad a la banca electrónica como adecuada, evaluando dimensiones tales como la accesibilidad, facilidad e intuitividad. A su vez, el 23% sostuvo que el nivel de esta dimensión se encuentra en un nivel regular. Por último, nadie la califica a estas condiciones como inadecuadas.

Tabla 8. Distribución de clientes encuestados según Rapidez de la Banca Electrónica

| | | RAPIDEZ | | | Porcentaje acumulado |
|--------|----------|----------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | |
| Válido | REGULAR | 10 | 28,6 | 28,6 | 28,6 |
| | ADECUADO | 25 | 71,4 | 71,4 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

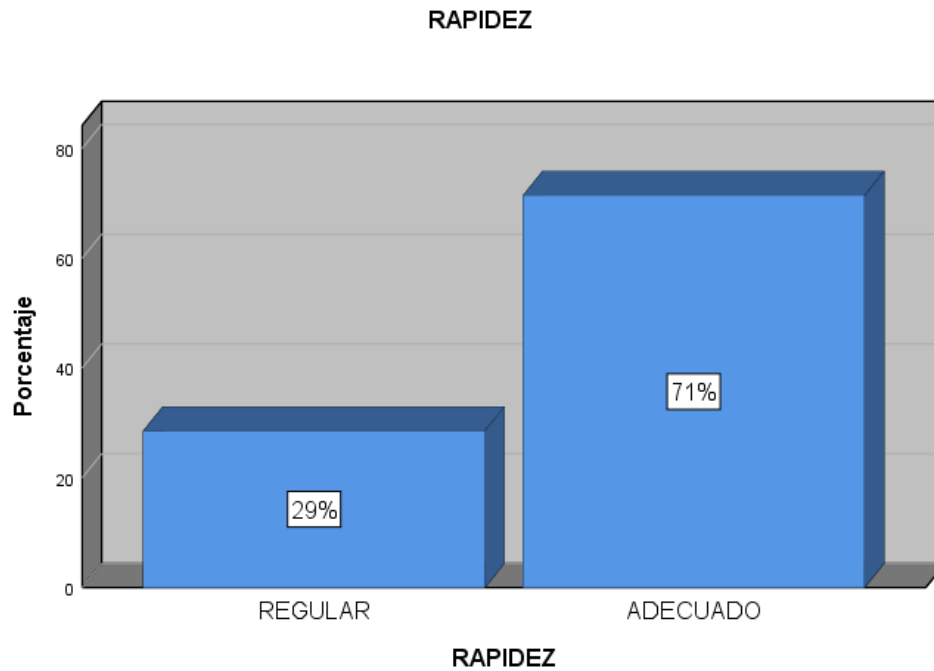


Figura 4. Distribución de clientes encuestados según Rapidez de la Banca Electrónica

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 8 y la figura 4 se puede observar que el 71% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica la rapidez de la banca electrónica como adecuada, evaluando dimensiones tales como la interactividad, conformidad y capacidad de respuesta. A su vez, el 29% sostuvo que el nivel de esta dimensión es regular. Por último, nadie califica esta característica de la banca electrónica como inadecuada.

Tabla 9. Distribución de clientes encuestados según la Seguridad de la Banca Electrónica

| SEGURIDAD | | | | | |
|------------------|----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | REGULAR | 10 | 28,6 | 28,6 | 28,6 |
| | ADECUADO | 25 | 71,4 | 71,4 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

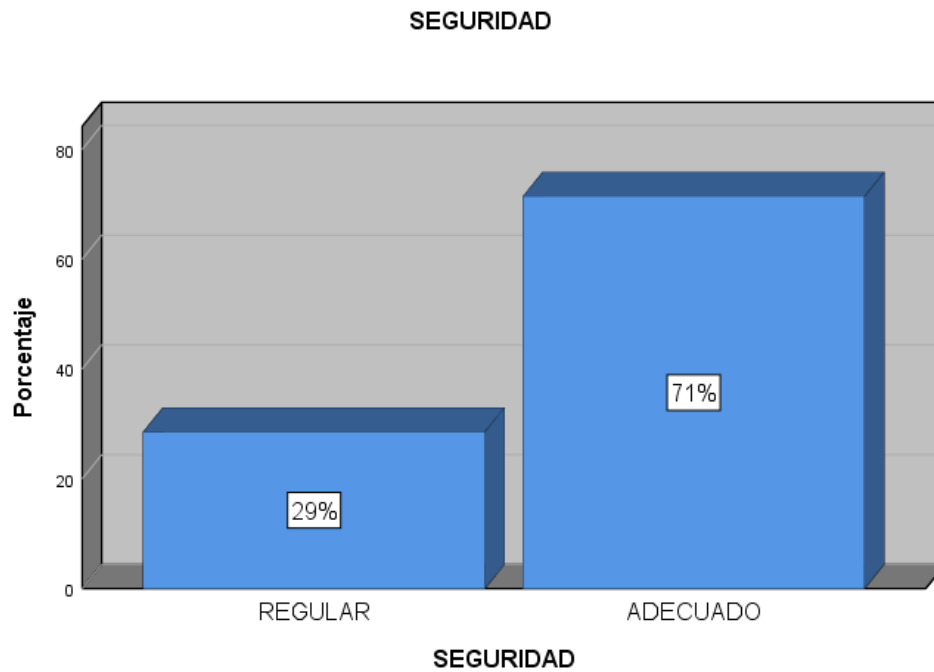


Figura 5. Distribución de clientes encuestados según la Seguridad de la Banca Electrónica

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 9 y la figura 5 se puede observar que el 71% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica la seguridad de la banca electrónica como adecuada, evaluando dimensiones tales como la confidencialidad, garantía y confianza. A su vez, el 29% sostuvo que el nivel de esta dimensión se encuentra en un nivel regular. Por último, nadie califica a dicho elemento como inadecuado.

Tabla 10. Distribución de clientes encuestados según el nivel de Expectativas

| EXPECTATIVAS | | | | | |
|---------------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MEDIO | 6 | 17,1 | 17,1 | 17,1 |
| | ALTO | 29 | 82,9 | 82,9 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

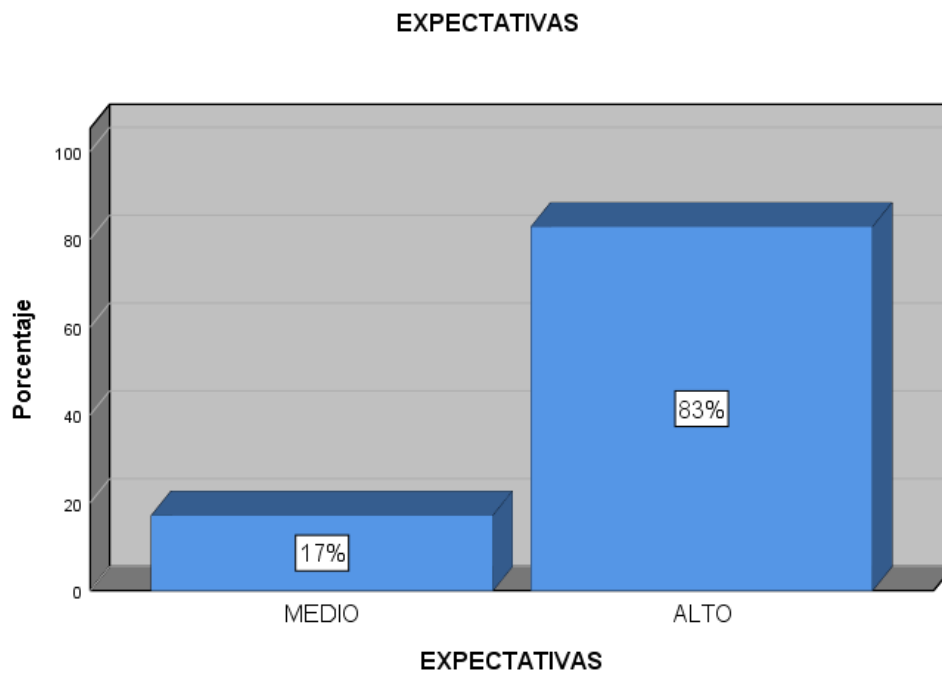


Figura 6. Distribución de clientes encuestados según el nivel de Expectativas

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 10 y la figura 6 se puede observar que el 83% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica a las expectativas sobre la banca electrónica dentro de un nivel alto, evaluando elementos tales como resultados, transparencia y eficiencia. A su vez, el 17% sostuvo que esta dimensión se encuentra dentro de un nivel medio. Por último, nadie la califica dentro de un nivel bajo.

Tabla 11. Distribución de clientes encuestados según el nivel de las Percepciones

| PERCEPCIONES | | | | | |
|---------------------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | MEDIO | 8 | 22,9 | 22,9 | 22,9 |
| | ALTO | 27 | 77,1 | 77,1 | 100,0 |
| | Total | 35 | 100,0 | 100,0 | |

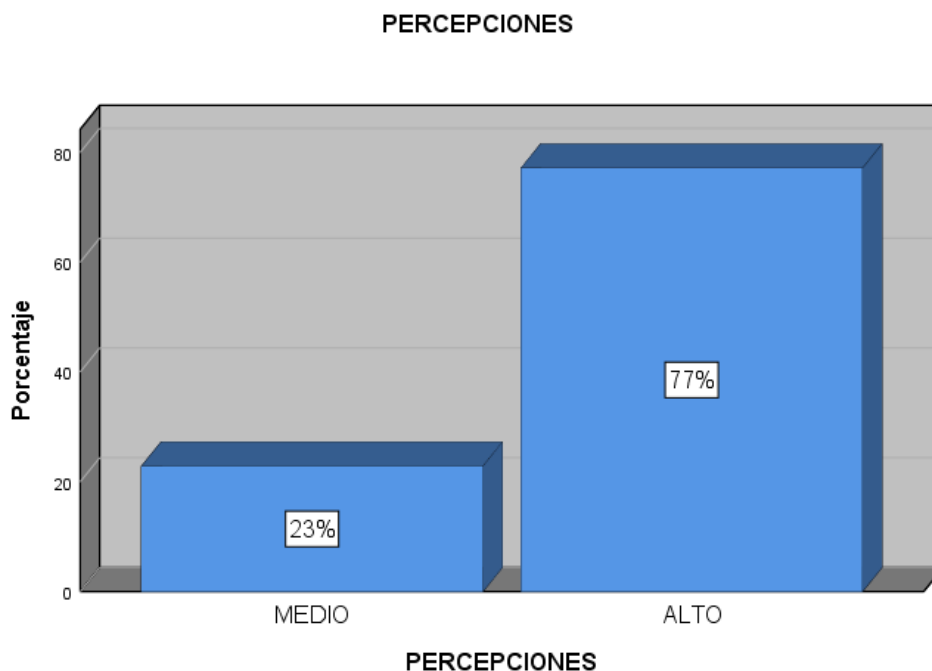


Figura 7. Distribución de clientes encuestados según el nivel de las Percepciones

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 11 y la figura 7 se puede observar que el 77% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica la percepción sobre la banca electrónica dentro de un nivel alto, evaluando elementos tales como las necesidades satisfechas, multifuncionalidad y flexibilidad. A su vez, el 23% sostuvo que el nivel de esta dimensión es medio. Por último, nadie la califica dentro de un nivel bajo.

Tabla 12. Distribución de clientes encuestados según el nivel de la Calidad Percibida

| | | CALIDAD_PERCIBIDA | | | Porcentaje |
|--------|-------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | acumulado |
| Válido | MEDIO | 7 | 20,0 | 20,0 | 20,0 |
| | ALTO | 28 | 80,0 | 80,0 | 100,0 |
| Total | | 35 | 100,0 | 100,0 | |

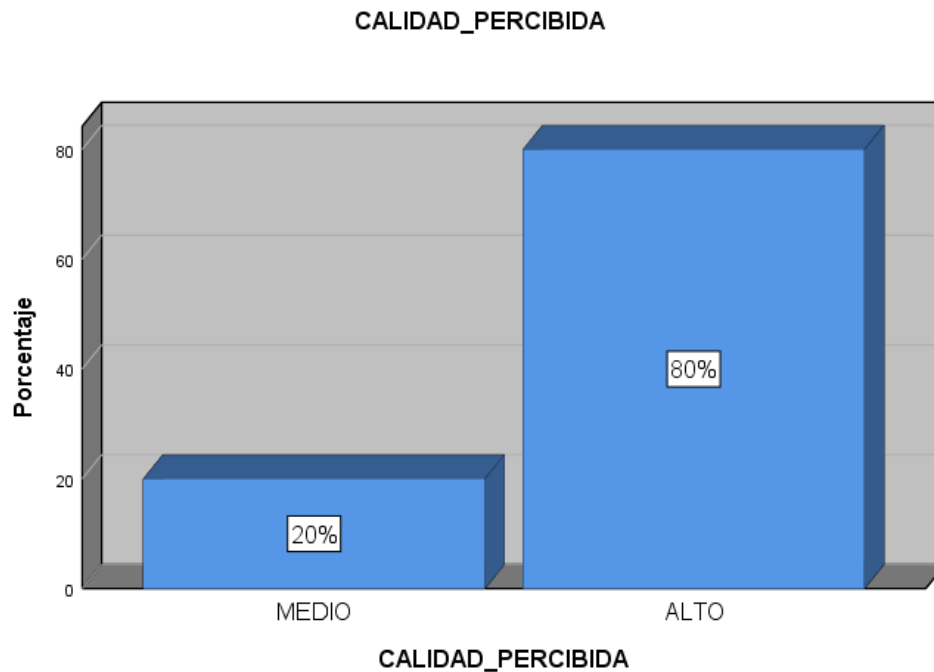


Figura 8. Distribución de clientes encuestados según el nivel de la Calidad Percibida

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 12 y la figura 8 se puede observar que el 83% de los individuos encuestados de la entidad financiera estudiada clasifica a las expectativas sobre la banca electrónica dentro de un nivel alto, evaluando elementos tales como el valor percibido, beneficio y la personalización . A su vez, el 20% sostuvo que esta dimensión se encuentra dentro de un nivel medio. Por último, nadie la califica a dicho elemento dentro de un nivel bajo.

Análisis inferencial

Tabla 13. *Correlación de hipótesis general*

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | | | USO_BANCA_ ELECTRÓNICA | SATISFACCIÓN N_CLIENTE |
| Rho de Spearman | USO_BANCA_ELECTRÓNICA | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,551** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,001 |
| | | N | 35 | 35 |
| | SATISFACCIÓN_CLIENTE | Coeficiente de correlación | ,551** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,001 | . |
| | | N | 35 | 35 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 13 al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis general, la cual refiere a la relación significativa entre el uso de la banca electrónica y la satisfacción del cliente de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05). El coeficiente de correlación obtenido fue igual a 0.551, lo que se traduce en una relación positiva moderada.

Tabla 14. *Correlación de hipótesis específica 1*

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|----------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------|
| | | | ACCESIBILIDAD AD | SATISFACCIÓN N_CLIENTE |
| Rho de Spearman | ACCESIBILIDAD | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,614** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | | N | 35 | 35 |
| | SATISFACCIÓN_CLIENTE | Coeficiente de correlación | ,614** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | | N | 35 | 35 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 14 al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis específica 1, la cual refiere a la relación significativa entre la accesibilidad y la satisfacción del cliente de la banca electrónica de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05). El coeficiente de correlación obtenido fue igual a 0.614, lo que se traduce en una relación positiva moderada.

Tabla 15. *Correlación de hipótesis específica 2*

| | | Correlaciones | |
|-----------------|----------------------|----------------------------|--------------------------|
| | | RAPIDEZ | SATISFACCIÓN _CLIENTE |
| Rho de Spearman | RAPIDEZ | Coeficiente de correlación | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | . |
| | | N | 35 |
| | SATISFACCIÓN_CLIENTE | Coeficiente de correlación | ,496** |
| | | Sig. (bilateral) | ,002 |
| | | N | 35 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 15 al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis específica 2, la cual refiere a la relación significativa entre la rapidez de la banca electrónica y la satisfacción del cliente, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05). El coeficiente de correlación obtenido fue igual a 0.496, lo que se traduce en una relación positiva débil.

Tabla 16. *Correlación de hipótesis específica 3*

| | | Correlaciones | | |
|-----------------|----------------------|----------------------------|-----------|---------------------------|
| | | | SEGURIDAD | SATISFACCIÓN N_CLIENTE |
| Rho de Spearman | SEGURIDAD | Coeficiente de correlación | 1,000 | ,496** |
| | | Sig. (bilateral) | . | ,002 |
| | | N | 35 | 35 |
| | SATISFACCIÓN_CLIENTE | Coeficiente de correlación | ,496** | 1,000 |
| | | Sig. (bilateral) | ,002 | . |
| | | N | 35 | 35 |

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación:

De acuerdo con la tabla 16 al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis específica 3, la cual refiere a la relación significativa entre la seguridad de la banca electrónica y la satisfacción del cliente de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05). El coeficiente de correlación obtenido fue igual a 0.496, lo que se traduce en una relación positiva débil.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Discusión

A partir de los hallazgos de la investigación, al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis general, la cual refiere a la relación significativa entre el uso de la banca electrónica y la satisfacción del cliente de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05), a la vez de obtener un coeficiente de correlación igual a 0.551, lo que se traduce en una relación positiva moderada.

Al realizar una comparación sobre los resultados inferenciales hallados frente a otras investigaciones, destacan las coincidencias encontradas con las investigaciones de Bravo (2018) y Cabrera et Al. (2016). En el primer caso, el autor pudo concluir que el uso de la banca electrónica se relaciona de forma positiva débil con la satisfacción percibida de los usuarios del Banco de Crédito del Perú a partir de un coeficiente de correlación igual a 0.239; además de que, de acuerdo con lo concluido por Cabrera et Al. (2016), la satisfacción del cliente se relaciona de forma significativa con el uso de canales alternativos de la banca como lo es la banca digital. Es importante mencionar que, si bien es cierto en ambos casos se presenta una correlación positiva, existen diferencias al grado de estas, siendo en una de nivel débil y en otra de nivel muy fuerte (Rho igual a 0.988), lo que podría ser explicado a partir de los diversos perfiles de los clientes o usuarios de dichas entidades bancarias. A su vez, Gonzales (2017) al realizar un análisis del uso de la banca de electrónica en los 4 principales bancos del Perú, detalla que la aceptación y satisfacción de la banca electrónica depende en gran medida a las propias características generacionales y el nivel de educación y cultura financiera de los usuarios; lo que se refuerza de acuerdo con lo hallado por Alcívar & Franco (2016), los cuales mencionan que el factor cultural es un componente relevante respecto a la adopción de este tipo de canales alternativos, viéndose agudizado en personas que superan los 40 años de edad, los cuales presentan inquietudes y dudas sobre cuán seguro resulta el uso de estas plataformas.

Respecto a la hipótesis específica 1, de acuerdo a la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis específica 1, la cual refiere a la relación significativa entre la accesibilidad y la satisfacción del cliente de la banca electrónica de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error, junto con un coeficiente de correlación igual a 0.614, lo que se traduce en una relación positiva moderada.

Al revisar estudios empíricos previos con el fin de comparar dichos resultados mencionados anteriormente, Navarro (2020) menciona que, generalmente los empresarios de organizaciones de tamaños pequeños como las pymes, priorizan el factor económico sobre los beneficios de la banca electrónica en temas de accesibilidad, considerando como causal de su uso recurrente los beneficios económicos y el ahorro de por medio al utilizar dichos canales virtuales. En contraposición a lo mencionado, Culqui (2020) detalla que la mayoría de usuarios de la banca electrónica de una entidad financiera prioriza la facilidad de acceso que se brinda a sus clientes, en donde al ser un servicio que opera 24/7 genera comodidad y satisfacción.

En relación a los resultados inferenciales de la hipótesis específica 2, a través de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar dicha hipótesis, la cual refiere a la relación significativa entre la rapidez de la banca electrónica y la satisfacción del cliente, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05), acompañado de un coeficiente de correlación igual a 0.496, lo que se traduce en una relación positiva débil.

En relación a la rapidez como atributo de la banca electrónica, Torres (2016) menciona que existen muchos usuarios de este tipo de plataformas que consideran a la capacidad de respuesta como elemento principal para determinar su grado de satisfacción, soslayando la rapidez y habilidad de los empleados a cargo de la solución del problema, considerando que sus sugerencias o quejas sean tomadas en cuenta en favor de resolver algún inconveniente.

Finalmente, en relación a la última prueba de hipótesis específica, al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis específica 3, la cual refiere a la relación significativa entre la seguridad de la banca electrónica y la satisfacción del cliente de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05) y un coeficiente de correlación igual a 0.496, lo que se traduce en una relación positiva débil.

Al realizar un contraste respecto a la última hipótesis específica planteada, Rodríguez (2019) menciona que la seguridad es un elemento relevante en relación a la adopción. Es importante mencionar que dicho autor tomo como unidad de análisis a los clientes del Banco de la Nación del Perú, en donde dichos clientes presentan perfiles notoriamente diferentes a los de otros bancos nacionales, principalmente en materia de edad, en donde priorizan realizar operaciones de forma presencial, considerándola como una forma más segura. A su vez, investigaciones como la Figueredo (2016), permitió concluir que elementos como la reputación, familiaridad y confianza; tienen una implicancia significativa sobre la concepción de la seguridad presente en los canales digitales de una entidad financiera; en donde dicha premisa se avala a partir de valores de significancias menores al margen de error permitido (0.05).

En relación a las implicancias de la investigación, desde el punto de vista práctico, la presente investigación podría servir como referencia para la misma organización analizada para conocer de una forma alternativa los niveles de satisfacción de los usuarios respecto al uso de la banca electrónica. A su vez, en el plano metodológico y teórico, el estudio servirá para futuras investigaciones que aborden una problemática similar considerando ambas variables de estudio, en donde podrían realizarse adaptaciones de los instrumentos aplicados y considerar la operacionalización a partir de teoría que la respalda.

Respecto a las limitaciones del estudio, al no conocer de manera específica a los componentes de la muestra (clientes), la principal limitante refirió a un poco predisposición

por parte de los clientes para participar en la encuesta, lo cual puede ser entendido a partir de una situación de crisis sanitaria que obstaculiza aplicar cuestionarios de forma presencial. Adicional a ello, el proceso para la obtención de la autorización por parte de la empresa fue relativamente lento, perjudicando en cierta medida el desarrollo de la investigación.

Conclusiones

- Respecto al objetivo general, al aplicar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró aceptar la hipótesis en cuestión, la cual refirió a la relación significativa entre el uso de la banca electrónica y la satisfacción del cliente de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05), a la vez de obtener un coeficiente de correlación obtenido fue igual a 0.551, lo que se traduce en una relación positiva moderada. Es así que, ante un mejor uso de la banca electrónica, el nivel de satisfacción de los clientes del banco Scotiabank será mejor.

- En relación al objetivo específico 1, de acuerdo a la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró evidenciar una relación significativa entre la accesibilidad y la satisfacción del cliente de la banca electrónica de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error, junto con un coeficiente de correlación igual a 0.614, lo que se traduce en una relación positiva moderada. Debido a ello, ante mejores niveles de accesibilidad de la banca electrónica, el nivel de satisfacción de los clientes del banco Scotiabank será mejor.

- Acorde con el objetivo específico 2, de acuerdo a la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró evidenciar una relación significativa entre la rapidez de la banca electrónica y la satisfacción del cliente, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05), acompañado de un coeficiente de correlación igual a 0.496, lo que se traduce en una relación positiva débil. De tal forma, ante mejores niveles de rapidez de la banca electrónica, el nivel de satisfacción de los clientes del

banco Scotiabank será mejor.

- Finalmente, de acuerdo con el objetivo específico 2, de acuerdo a la aplicación de la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se logró evidenciar una relación significativa entre la seguridad de la banca electrónica y la satisfacción del cliente de la empresa Scotiabank, ya que se obtuvo un valor Sig. menor al margen de error (0.05) y un coeficiente de correlación igual a 0.496, lo que se traduce en una relación positiva débil. Es así que, ante mejores niveles de seguridad de la banca electrónica, el nivel de satisfacción de los clientes del banco Scotiabank será mejor.

REFERENCIAS

- Alcívar, J., & Franco, J. (2016). *Análisis Del Uso De La Banca Electrónica En Personas Mayores A 40 Años En La Ciudad De Guayaquil: Caso De Estudio Página Web Y App Móvil*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5570/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-151.pdf>
- Alcantar, V., & Maldonado-, S., & Arcos, J. (2015). Medición de la calidad del servicio en el área financiera de una universidad pública: desarrollo y validación del instrumento. *REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 17 (1), 146-160.
- Avendaño Carbellido, Octavio. (2018). Los retos de la banca digital en México. *Revista IUS*, 12(41), 87-108. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472018000100087&lng=es&tlng=es.
- Bravo, B. (2018). *La Banca Electrónica y la Satisfacción percibida por los clientes del Banco de Crédito del Perú- Agencia Tacna*. Tacna: Universidad Nacional Jorge Basadre.
- Cabrera, L., Morante, D., & Pacherras, A. (2016). *El Conocimiento De Beneficios De Canales Alternativos Y La Satisfacción De Los Clientes De La Agencia Benavides Filial Chíncha Del Banco De Crédito Del Peru*. Chíncha: Universidad Inca Garcilaso De La Vega.
- Centro Iberoamericano de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas [CIAPAT]. (2014). *Finanzas Accesibles para todas las personas*. Madrid: Fundación Once.
- Denove, C., & Power, J. (2006). *La Satisfacción del Cliente*. California: Portafolio.
- EFE. (01 de 07 de 2020). *La banca digital y la inclusión financiera son los desafíos en medio de la COVID-19*. <https://www.bbva.com/es/pe/la-banca-digital-y-la-inclusion-financiera-son-los-desafios-en-medio-de-la-covid-19/>
- Figueredo, P. (2016). *Análisis de un modelo de confianza hacia la banca en internet, en un país de baja adopción*. Chile: (Tesis de Licenciatura) Universidad de Chile.
- Frías, D. (2020). *Apuntes de consistencia interna de las puntuaciones de un instrumento de medida*. España: Universidad de Valencia. <https://www.uv.es/~friasnav/AlfaCronbach.pdf>
- González, A. (2017). *El Desarrollo De La Banca Electrónica Y La Aceptación De Los Clientes De Lima Metropolitana De Los 4 Principales Bancos Del Perú*. Lima: USIL.

http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3581/1/2017_Gonzales-Hern%C3%A1ndez.pdf

- Guzmán, C., & Vega, C. (2016). *Factores de satisfacción e insatisfacción en la banca por internet en Chile*. Santiago de Chile: Universidad de Chile.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación 6ta Edición*. México DF: McGrawHill. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Kibets, D., Lepei, O., Prokopenko, O., & Shelukhin, M. (2019). Tecnologías antifraude en la banca electrónica. *Revista de Asuntos Jurídicos, Éticos y Regulatorios*, 1-4.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. México: Pearson.
- Lamore, P., & Singla, V. (2017). Factores que afectan a la adopción de la banca electrónica y su impacto en la satisfacción del cliente: un caso de estudio de los bancos etíopes. *Revista internacional de Marketing y comunicación empresarial*, 1-13.
- Liébana, F., & Muñoz, F. (2013). Determinación de los perfiles de los usuarios de banca electrónica a partir de la satisfacción online. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 84-113.
- López, J. (2019). *Eficiencia de la banca digital en los países que conforman el mercado integrado latinoamericano (MILA)*. Colombia: Universidad La Salle.
- Morillo Moreno, M. (2009). La calidad en el servicio y la satisfacción del usuario en instituciones financieras del municipio Libertador del estado Mérida. *Economía*, (27), 199-223.
- Navarro, P. (2020). *La digitalización bancaria y las transacciones de las Pymes del rubro calzado del distrito El Porvenir – 2019*. Trujillo: Universidad César Vallejo. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/50641/Navarro_MPB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Peralta Montecinos, J. (2006). Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio. Límite. *Revista Interdisciplinaria de Filosofía y Psicología*, 1 (14), 195-214.
- Research, B. (2013). *Potencial de la banca móvil en Perú como mecanismo de inclusión financiera*. Madrid: BBVA. https://www.bbva-research.com/wp-content/uploads/2014/07/WP_1324.pdf

- Revilla, I. (2014). *Revista Básica de Investigación de Gestión y Cuentas empresariales*. Zulia: Universidad de Zulia.
- Rodríguez, D. (2019). *Los Servicios Financieros Digitales Del Banco De La Nacion*. Lima: Universidad Nacional Federico Villareal.
- Suárez, R. (2013). *La banca electrónica en España*. La Coruña: UDC.
- Suriaga Sánchez, M., Bonilla Freire, J., & Sánchez Parrales, L. (2016). Banca Electrónica. *Revista Contribuciones a la Economía*.
- Tensunbi, S. (2019). Patrones de banca electrónica: un estudio de clientes de bancos minoristas de Dubai. *Revista de Banca y Comercio por Internet*, 10-21.
- Thompson, I. (2005). *La Satisfacción del Cliente*. Moodle, 1-6.
- Tulqui, J. (2020). *Incidencia de la implementación de la banca electrónica en el comportamiento del consumidor bancario en el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito: Universidad de las Fuerzas Armadas del Ecuador. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/22641/1/T-ESPE-043962.pdf>
- Viejo, F. (2015). *Análisis de la banca por Internet*. Valladolid: Universidad de Valladolid.

ANEXOS
CUESTIONARIO DE USO DE BANCA ELECTRÓNICA Y SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE, ADAPTADO DE CJA HUA Y VALDEZ (2019)

| | | | | |
|--------------------------|---------------|----------|------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| TOTALMENTE EN DESACUERDO | EN DESACUERDO | INDECISO | DE ACUERDO | TOTALMENTE DE ACUERDO |

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| USO DE LA BANCA ELECTRÓNICA | | | | | |
| ACCESIBILIDAD | | | | | |
| 1. El acceso a la banca electrónica está disponible de forma permanente. | | | | | |
| 2. El acceso a la banca electrónica es de fácil comprensión y seguimiento. | | | | | |
| 3. Se puede acceder a la banca electrónica de manera intuitiva. | | | | | |
| RAPIDEZ | | | | | |
| 4. La interacción al usar la banca electrónica me permite realizar operaciones rápidamente. | | | | | |
| 5. Me encuentro conforme con la rapidez como se realizan las operaciones en la banca electrónica. | | | | | |
| 6. Recibo una respuesta rápida sobre mis sugerencias para mejorar el uso de la banca electrónica. | | | | | |
| 7. Recibo una respuesta rápida a mis reclamos cuando tengo inconvenientes. | | | | | |
| SEGURIDAD | | | | | |
| 8. Confío que el banco mantiene un alto nivel de confidencialidad respecto a mi información personal. | | | | | |
| 9. Recibo información financiera de parte del banco con total confidencialidad. | | | | | |
| 10. El certificado de seguridad del sitio web del banco me garantiza un ingreso privado. | | | | | |
| 11. Confío en que la conexión a la banca electrónica es segura. | | | | | |
| SATISFACCIÓN DEL CLIENTE | | | | | |
| EXPECTATIVAS | | | | | |
| 12. Me encuentro satisfecho con los resultados obtenidos al usar la banca electrónica. | | | | | |
| 13. Las operaciones bancarias se realizan con total transparencia. | | | | | |
| 14. Considero eficiente el servicio brindado a diferencia de otras entidades bancarias. | | | | | |
| PERCEPCIONES | | | | | |
| 15. Los productos/servicios ofrecidos a través de la banca electrónica satisfacen mis necesidades. | | | | | |
| 16. Por medio de la banca electrónica puedo desempeñar diversas funciones y operaciones. | | | | | |
| 17. La banca electrónica me brinda soluciones flexibles que se ajustan a mis necesidades. | | | | | |
| CALIDAD PERCIBIDA | | | | | |
| 18. Recomendaría usar la banca electrónica por la calidad de experiencia obtenida. | | | | | |
| 19. Considero que la banca electrónica tiene un mayor beneficio que la banca tradicional. | | | | | |
| 20. El entorno de la banca electrónica me permite realizar operaciones de forma personalizada. | | | | | |

Adaptado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/26316>