



Title: Estrategias para incrementar el uso de la banca electrónica entre los usuarios de los servicios financieros

Authors: GAZCA-HERRERA, Luis Alejandro, GARIZURIETA-BERNABE, Jessica, GARIZURIETA-MEZA, Miguel Hugo y GÓMEZ-CABAÑAS, José Rafael

Editorial label ECORFAN: 607-8695
BCIERMMI Control Number: 2020-04
BCIERMMI Classification (2020): 211020-0004

Pages: 16
RNA: 03-2010-032610115700-14

ECORFAN-México, S.C.
143 – 50 Itzopan Street
La Florida, Ecatepec Municipality
Mexico State, 55120 Zipcode
Phone: +52 1 55 6159 2296
Skype: ecorfan-mexico.s.c.
E-mail: contacto@ecorfan.org
Facebook: ECORFAN-México S. C.
Twitter: @EcorfanC

www.ecorfan.org

Holdings		
Mexico	Colombia	Guatemala
Bolivia	Cameroon	Democratic
Spain	El Salvador	Republic
Ecuador	Taiwan	of Congo
Peru	Paraguay	Nicaragua

Introduction

La llegada del internet y las tecnologías de la información ha permitido a los bancos y usuarios tener acceso a la información y servicios, representa un ahorro de tiempo y dinero, al poder realizar diversas operaciones desde cualquier lugar donde se cuente con conexión, al mismo tiempo, representa una disminución de costos para los bancos al permitir tener una mayor capacidad de atención de clientes, mayor oferta de productos y servicios personalizados, es por ello necesario establecer estrategias para que los bancos consideren el uso de la banca electrónica como una ventaja competitiva.

Se llevó a cabo esta investigación con el fin de poder identificar aquellas estrategias que permitan incrementar el uso de la banca electrónica. Se empleó un enfoque metodológico considerando un análisis descriptivo de tipo cuantitativo, para la selección de la muestra, se consideró una representativa probabilística estratificada no proporcional, de tal forma que, la encuesta se aplicó a personas de la ciudad de Xalapa, Veracruz México, mayores de 18 años y que tengan contratados productos con alguna institución bancaria, dentro del diseño de la investigación, se realizó la aplicación de una encuesta estructurada y semiflexible, y con base en los resultados obtenidos, se desarrollan matrices de gestión estratégica, las cuales permitan determinar de forma objetiva estrategias viables.

Methodology

La investigación inició con un análisis descriptivo, a partir del cual se buscó describir de modo sistemático la percepción de los usuarios de la banca electrónica, para terminar con el desarrollo de matrices de gestión estratégica que permitan no sólo una interpretación fenomenológica sino también, crear, evaluar y elegir estrategias encaminadas a incrementar el uso de la banca electrónica.

Results

A partir de las encuestas aplicadas, se determinó que el 23.33% no cuentan con banca electrónica y un 76.67% si la tienen contratada de los cuales, el 82.76% si hace uso de ella y solo el 17.24% no.

Es posible considerar que, aquellas personas que no la utilizan es debido a que prefieren realizar las operaciones personalmente (33.33%), les genera desconfianza (33.33%) o bien, desconocen la forma de utilizarla (16.7%) y se les facilita hacer uso de otros medios (16.7%).

Como parte del tercer estrato definido en la investigación, se encuentran las personas que tienen banca electrónica y hacen uso de ella. Aquí se puede observar que, las operaciones que mayormente se realizan son: consulta de movimientos, transacciones interbancarias y pagos de tarjetas bancarias; y las que menos se efectúan son: pagos de servicios y, contratación y liquidación de inversiones.

Matriz de evaluación de los factores internos (EFI).

Se identificó seis fuerzas y siete debilidades dentro del mercado de la banca electrónica; sobresaliendo el ahorro de tiempo que representa como la principal fuerza y, por otro lado, la completa dependencia del internet como la principal debilidad.

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total, Ponderado
Fuerzas			
1. El 75% de los usuarios consideran como la mayor ventaja el ahorro de tiempo que representa utilizar la banca electrónica	0.14	4	0.56
2. La banca electrónica puede utilizarse desde cualquier dispositivo, y, por consiguiente, desde cualquier lugar, día y hora.	0.1	4	0.4
3. Hace posible la realización de pago de tarjetas, transacciones entre diferentes bancos y consulta de movimientos, sin tener que acudir a una sucursal.	0.1	4	0.4
4. Los costos de acceso son mínimos tanto para el usuario como para el banco, permitiéndole a este último abarcar un mayor número de clientes a menor costo.	0.03	3	0.09
5. Bajo impacto ambiental al disminuir el uso del papel, puesto que todas las operaciones son realizadas de manera electrónica.	0.03	3	0.09
6. Seguridad en la realización de transacciones a través del uso de códigos cifrados y contraseñas	0.12	4	0.48

Debilidades			
1. Posibles fallas que el sistema pueda presentar inhabilitando su uso	0.1	1	0.1
2. Completa dependencia del internet	0.14	1	0.14
3. Desconfianza por parte de algunos usuarios por motivos de seguridad y privacidad	0.08	1	0.08
4. Falta de información sobre cómo utilizar el producto y sus ventajas	0.03	2	0.06
5. Posibilidad de presentar errores en las transacciones realizadas, omisiones de información o cambios en las operaciones	0.03	2	0.06
6. Del total de usuarios de internet, solo el 12.9% lo utiliza para realizar operaciones bancarias en línea. (INEGI, 2018)	0.08	1	0.08
7. Del total de usuarios de celular con conexión a internet, solo el 16.0% utiliza su dispositivo para instalar alguna aplicación que le permita acceder a la banca móvil (INEGI, 2018)	0.02	2	0.04
TOTAL	1.00		2.58

Tabla 1. Matriz de evaluación de los factores internos (EFI).
Fuente: *Elaboración Propia (2019).*

Matriz de evaluación de los factores externos (EFE)

Mediante la matriz EFE, se identificaron siete oportunidades y siete amenazas; de las cuales destacan, como oportunidad, el incremento de la demanda de las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet por parte de las empresas y las personas, y la accesibilidad al internet. Y, por otro lado, la amenaza del incremento de los fraudes cibernéticos en un 95% y la existencia de diversos medios para realizar operaciones bancarias.

Factores críticos para el éxito	Peso	Calificación	Total, Ponderado
Oportunidades			
1. En México el 50.9% de hogares del total nacional, dispone de internet, ya sea mediante conexión fija (13.2%) o de tipo móvil (86.80%) (INEGI, 2018)	0.12	4	0.48
2. En 2017, el 63.9% de la población de seis años y más, hacen uso del internet. Es decir, seis de cada diez personas son usuarios (INEGI, 2018)	0.05	4	0.2
3. En 2017, el 72.2% de la población de seis años o más utiliza el teléfono celular y ocho de cada diez tiene la posibilidad de conectarse a internet (INEGI, 2018)	0.05	4	0.2
4. El 45.4% del total de hogares en México dispone de computadora (INEGI, 2018)	0.02	3	0.06
5. El 25% de las personas que usan internet realizan una compra de comercio electrónico; representando el 3.37% del total de los pagos, los realizados en dichos establecimientos (CONDUSEF, 2017)	0.1	2	0.2
6. Existencia de diversos productos bancarios	0.02	1	0.02
7. Las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet ofrecen una solución sencilla y segura para las empresas y las personas, incrementando su demanda	0.15	3	0.45

Amenazas			
1. El uso de las TIC es mayor en las áreas urbanas que rurales, siendo este último de 14.0% (INEGI, 2018)	0.01	1	0.01
2. El principal problema que representa el internet es la lentitud en la transferencia de la información al navegar (INEGI, 2018)	0.07	2	0.14
3. Del total de fraudes en México, los cibernéticos al 2017 representan el 53%, representando un incremento del 95% respecto del 2016 (CONDUSEF, 2017)	0.15	2	0.3
4. Existencia de diversos medios para realizar operaciones bancarias	0.12	3	0.36
5. Las leyes son confusas en cuanto a la protección de usuarios de la banca electrónica.	0.02	1	0.02
6. Lo desconocido puede causar temor para usuarios bancarios que no estén familiarizados con las TIC	0.03	2	0.06
7. Fallas en los sistemas de comunicación o tecnologías	0.09	2	0.18
TOTAL	1		2.68

Tabla 2. Matriz de evaluación de los factores externos (EFE). Fuente: *Elaboración Propia (2019).*

Matriz Interna-Externa (IE).

Mediante los índices obtenidos en las matrices anteriores, se tiene un valor de 2.58 para el eje de las X (Matriz EFI) y un valor de 2.68 para el eje de las Y (Matriz EFE). Lo cual ubica al mercado de la banca electrónica en el cuadrante V, donde se recomienda llevar a cabo estrategias para “conservar o mantener”. La penetración en el mercado y el desarrollo del producto son las dos estrategias más utilizadas en este cuadrante.

Llevar a cabo estrategias de retención o mantenimiento, tiene por objetivo minimizar la pérdida de clientes a través de su fidelización. Se debe ser consiente entonces que, más que incrementar su uso a través de nuevos clientes, que terminen siendo usuarios de una sola vez; se debe buscar incrementar el uso de la banca electrónica a través de la retención de los clientes actuales.

		Totales Matriz EFI						
		FUERTE 3 - 4	PROMEDIO 2 - 2.00	DÉBIL 1 - 1.99				
Totales Matriz EFE	FUERTE 3 - 4	I	II	III	4 3.5			
	PROMEDI O 2 - 2.99	IV	V	VI	3 2.5			
	DÉBIL 1 - 1.99	VII	VII	IX	2 1.5			
		4	3.5	3	2.5	2	1.5	1

Tabla 3. Matriz Interna-Externa (IE) *Fuente: Elaboración Propia (2019).*

Matriz debilidades, oportunidades, fuerzas y amenazas (DOFA).

Considerando el enfoque de retención y mantenimiento sugerido en la matriz IE; es posible establecer como objetivo principal incrementar el uso de la banca electrónica a través de los clientes actuales. Bajo este enfoque, y a partir de los cruces de las oportunidades y debilidades del entorno con, las fuerzas y amenazas presentes dentro de la banca electrónica, se proponen estrategias en la matriz DOFA, encaminadas al incremento del posicionamiento de la banca electrónica.

	Fuerzas	Debilidades
Oportunidades	Estrategias FO MAXI-MAXI	Estrategias DO MINI-MAXI
Amenazas	Estrategias FA MAXI-MINI	Estrategias DA MINI-MINI

Tabla 4. Matriz de DOFA. *Fuente: Elaboración Propia (2019).*

Matriz de Estrategias

Objetivo	Estrategia Principal	Estrategias Especificas
Incrementar el uso de la banca electrónica a través de los clientes actuales	Ofrecer beneficios únicos a los usuarios de la banca electrónica	<ul style="list-style-type: none"> -Otorgar una extensión de horario a los usuarios de la banca electrónica -Incrementar el número de establecimientos que permitan la compra a través de la banca electrónica -Incrementar el uso de la banca electrónica mediante recompensas por cada movimiento realizado -Realizar una campaña publicitaria en redes sociales enfocada a informar sobre el uso y ventajas de la banca electrónica
	Mejorar la plataforma, de manera que permita realizar consulta de movimientos y/o programar operaciones, sin conexión a internet	<ul style="list-style-type: none"> -Disminuir la dependencia del internet, a través de la realización de mejoras que permitan programar operaciones o revisar movimientos, sin necesidad de estar conectado. -Implementar los servicios de e-money a través de la banca electrónica

Realizar mejoras a la plataforma a fin de garantizar la satisfacción y seguridad de los usuarios	<ul style="list-style-type: none"> -Establecer plazos de tiempo más corto para la revisión y análisis del sistema Responsabilizarse ante los usuarios de la banca electrónica en caso de fraudes cibernéticos -Facilitar el proceso de aclaraciones por fraudes cibernéticos a través de la aplicación de la banca electrónica -Realizar un análisis de control de calidad del sistema de la banca electrónica, que permita identificar las fallas en el sistema y a partir de estas, ubicar las áreas de oportunidad que permitan garantizar la seguridad de los usuarios.
--	---

Tabla 5. Matriz de Estrategia. *Fuente: Elaboración Propia (2019).*

Matriz cuantitativa de la planificación estratégica (MCPE).

Con la finalidad de poder determinar el atractivo relativo de las estrategias anteriormente planteadas, se desarrolla la siguiente matriz MCPE, la cual permite valorizar las diversas opciones estratégicas y establecer su prioridad de ejecución.

Factores	Peso	Alternativas Estratégicas					
		1. Ofrecer beneficios únicos a los usuarios de la banca electrónica		2. Mejorar la plataforma, de manera que permita realizar consulta de movimientos y/o programar operaciones, sin conexión a internet		3. Realizar mejoras a la plataforma a fin de garantizar la satisfacción y seguridad de los usuarios	
Oportunidades		CA	TCA	CA	TCA	CA	TCA
1. En México el 50.9% de hogares del total nacional, dispone de internet, ya sea mediante conexión fija (13.2%) o de tipo móvil (86.80%) (INEGI, 2018)	0.12	0	0	1	0.12	3	0.36
2. En 2017, el 63.9% de la población de seis años y más, hacen uso del internet. Es decir, seis de cada diez personas son usuarios (INEGI, 2018)	0.05	0	0	1	0.05	1	0.05
3. En 2017, el 72.2% de la población de seis años o más utiliza el teléfono celular y ocho de cada diez tiene la posibilidad de conectarse a internet (INEGI, 2018)	0.05	0	0	1	0.05	1	0.05
4. El 45.4% del total de hogares en México dispone de computadora (INEGI, 2018)	0.02	0	0	2	0.04	1	0.02
5. El 25% de las personas que usan internet realizan una compra de comercio electrónico; representando el 3.37% del total de los pagos, los realizados en dichos establecimientos (CONDUSEF, 2017)	0.1	4	0.4	1	0.1	3	0.3
6. Existencia de diversos productos bancarios	0.02	4	0.08	2	0.04	3	0.06
7. Las aplicaciones tecnológicas y los navegadores de internet ofrecen una solución sencilla y segura, para las empresas y las personas, incrementando su demanda	0.15	3	0.45	4	0.6	4	0.6

Amenazas							
1. El uso de las TIC es mayor en las áreas urbanas que rurales, siendo este último de 14.0% (INEGI, 2018)	0.01	0	0	4	0.04	0	0
2. El principal problema que representa el internet es la lentitud en la transferencia de la información al navegar (INEGI, 2018)	0.07	0	0	4	0.28	2	0.14
3. Del total de fraudes en México, los cibernéticos al 2017 representan el 53%, representando un incremento del 95% respecto del 2016 (CONDUSEF, 2017)	0.15	0	0	0	0	4	0.6
4. Existencia de diversos medios para realizar operaciones bancarias	0.12	3	0.36	3	0.36	3	0.36
5. Las leyes son confusas en cuanto a la protección de usuarios de la banca electrónica.	0.02	2	0.04	0	0	0	0
6. Lo desconocido puede causar temor para usuarios bancarios que no estén familiarizados con las TIC	0.03	1	0.03	0	0	3	0.09
7. Fallas en los sistemas de comunicación o tecnologías	0.09	0	0	4	0.36	4	0.36
Fuerzas							
1. El 75% de los usuarios consideran como la mayor ventaja el ahorro de tiempo que representa utilizar la banca electrónica	0.15	3	0.45	1	0.15	1	0.15
2. La banca electrónica puede utilizarse desde cualquier dispositivo y, por consiguiente, desde cualquier lugar, día y hora.	0.12	2	0.24	4	0.48	3	0.36
3. Hace posible la realización de pago de tarjetas, transacciones entre diferentes bancos y consulta de movimientos, sin tener que acudir a una sucursal.	0.12	2	0.24	4	0.48	3	0.36
4. Los costos de acceso son mínimos tanto para el usuario como para el banco, permitiéndole a este último abarcar un mayor número de clientes a menor costo.	0.03	3	0.09	0	0	0	0
5. Bajo impacto ambiental al disminuir el uso del papel, puesto que todas las operaciones son realizadas de manera electrónica.	0.03	2	0.06	0	0	0	0

Debilidades							
1. Posibles fallas que el sistema pueda presentar inhabilitando su uso	0.13	0	0	3	0.39	4	0.52
2. Completa dependencia del internet	0.15	0	0	4	0.6	3	0.45
3. Desconfianza por parte de algunos usuarios por motivos de seguridad y privacidad	0.1	0	0	1	0.1	4	0.4
4. Falta de información sobre cómo utilizar el producto y sus ventajas	0.03	3	0.09	0	0	3	0.09
5. Posibilidad de presentar errores en las transacciones realizadas, omisiones de información o cambios en las operaciones	0.03	0	0	0	0	4	0.12
6. Del total de usuarios de internet, solo el 12.9% lo utiliza para realizar operaciones bancarias en línea. (INEGI, 2018)	0.09	3	0.27	3	0.27	3	0.27
7. Del total de usuarios de celular con conexión a internet, solo el 16.0% utiliza su dispositivo para instalar alguna aplicación que le permita acceder a la banca móvil (INEGI, 2018)	0.02	3	0.06	0	0	2	0.04
TOTALES			2.86		4.51		5.75

Tabla 5. Matriz Cuantitativa de la Planeación Estratégica. Fuente: *Elaboración Propia (2019).*

Conclusions

A través del estudio y análisis es posible percatarse que, los factores individuales como son las percepciones determinan la actitud del individuo frente a la banca electrónica, ya que de ella se derivan una serie de componentes que tienen que ver con: el nivel de confianza (el 70.8% opinó que le generaba desconfianza) y el grado de complejidad de la plataforma (29.2% no hace uso de tecnologías de la información y por consiguiente se le facilitan otros medios). Esto implica que, la banca debe hacer esfuerzo tanto de marketing como técnicos, para hacer más amigable la interacción a través de la banca electrónica, al mismo tiempo que, disminuir los temores y desconfianza de los usuarios.

Realizar mejoras a la plataforma, podría incidir de forma favorable en los usuarios menos capacitados tecnológicamente, con lo cual se podría modificar la actitud de los usuarios, de manera tal que, se sientan más seguros al utilizarla. Las entidades bancarias deben buscar configurar la página web o la plataforma que utilicen, de forma tal que, se adapten de forma adecuada y permitan una experiencia al cliente fluida e intuitiva, teniendo en cuenta que la naturaleza de este servicio es que, los usuarios lleven a cabo por sí solos casi todas las operaciones. Por lo tanto, una forma más simple, que permita a los usuarios lograr resultados tan rápido como sea posible, mejoraría su percepción tanto de los usuarios actuales como de los potenciales.

No sólo se deben dar a conocer los beneficios que por sí sola genera la banca electrónica, si no también, se debe buscar ofrecer beneficios únicos a las personas que hagan uso de ella, como son: la retribución de un 10% sobre las transacciones realizadas, no pago de anualidad en tarjetas, entre otros.

Otro punto que las instituciones bancarias deben tener en cuenta es la limitación que representa la dependencia de la banca electrónica del internet síncrono. Por consiguiente, como parte de las mejoras e innovaciones que se podrían incluir en el sistema de banca electrónica, es el poder realizar movimientos u operaciones, sin necesidad de tener conexión a internet de manera síncrona, es decir, para que el usuario no gaste en sus datos podrían quedar guardada la información del cuentahabiente en la aplicación para que en el momento en que encuentra una conexión en una red inalámbrica local pueda enviar los datos (algo similar a lo que hacen los encuestadores o proveedores cuando en una comunidad no cuentan con internet); esto mejoraría la percepción de los usuarios potenciales quienes verían esta innovación como algo conveniente y como consecuencia, una alternativa los canales de la banca tradicional.

References

Anderson, R., Sweeney, D. & Williams T.(2008). Estadística para administración y economía, México D.F. Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Avendaño Carbellido, Octavio. (2018). Los retos de la banca digital en México. Revista IUS, 12(41), 87-108. Recuperado en 02 de abril de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-21472018000100087&lng=es&tlng=es

Asociación de Internet.mx. AIMX(2017). Estudios de Banca Electrónica 2016. Obtenido de Asociación de internet.mx: <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Banca-por-Internet/Estudio-Banca-Electronica-2016/lang,es-es/?Itemid=>

CONDUSEF. (2017). Comercio Electrónico: Estadísticas. Obtenido de Comisión Nacional para la Protección y

Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros:

<http://www.condusef.gob.mx/gbm/?p=estadisticas>

Fred R David. (2003). Conceptos de Administración Estratégica. 9ª. Edición. Editorial Prentice Hall.

INEGI. (20 de Febrero de 2018). Comunicado de Prensa. Obtenido de Insitituto Nacional de Estadística y Geografía:

http://www.beta.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/OtrTemEcon/ENDUTIH2018_02.pdf

Jaimes Amorocho, Hernando, Bravo Chadid, Samir Arturo, Cortina Ricardo, Aura Karina, Pacheco Ruiz, Carlos Miguel, & Quiñones Alean, María Gabriela. (2009). Planeación estratégica de largo plazo: una necesidad de corto plazo. *Pensamiento & Gestión*, (26), 191-213. Retrieved April 02, 2020, from http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762009000100009&lng=en&tlng=es..

Rivas Aceves, Salvador, & Martínez Pérez, Juan Froilán. (2013). El sistema financiero y su efecto en la dinámica del sector privado. *Contaduría y administración*, 58(4), 175-199. Recuperado en 02 de abril de 2020, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422013000400008&lng=es&tlng=es.

Ponce Talacón, H. (2007). La matriz foda: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones. *Enseñanza e investigación en psicología*, 12(1), 113-130.



ECORFAN®

© ECORFAN-Mexico, S.C.

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BCIERMMI is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- (www.ecorfan.org/ booklets)