



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TITULACIÓN DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS

“La Banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, como medio de nueva tecnología; aceptación y percepción de los clientes para acceder a los servicios financieros”

TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

AUTORAS:

Benítez Chocho, Karina Lissett

Tandazo Vásquez, Mariana Elizabeth

DIRECTOR:

Vélez Núñez, Franz Maurizio, Econ

LOJA-ECUADOR

2013

CERTIFICACIÓN

Economista.

Franz Maurizio Vélez Núñez

DIRECTOR DEL TRABAJO DE FIN DE TITULACIÓN

CERTIFICA:

Que el presente trabajo, denominado: “La Banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, como medio de nueva tecnología; aceptación y percepción de los clientes para acceder a los servicios financieros” realizado por las estudiantes Karina Lissett Benítez Chocho y Mariana Elizabeth Tandazo Vásquez, cumple con los requisitos establecidos en las normas generales para la Graduación en la Universidad Técnica Particular de Loja, tanto en el aspecto de forma como de contenido, por lo cual me permito autorizar su presentación para los fines pertinentes.

Loja, Mayo 2013

f).....

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

“Nosotras Karina Lissett Benítez Chocho y Mariana Elizabeth Tandazo Vásquez, declaramos ser autoras del presente trabajo y eximimos expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaramos conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

f).....

Karina Lissett Benítez Chocho

C.I. 1104871585

f).....

Mariana Elizabeth Tandazo Vásquez

C.I. 1104605215

DEDICATORIA

A Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres, porque creyeron en mí y porque me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y porque el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mis hermanos, tíos, primos, abuelos y amigos, gracias por haber fomentado en mí el deseo de superación y el anhelo de triunfo en la vida.

Gracias a todos ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta.

Karina

A Dios.

Por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. Por darme salud y las fuerzas necesarias para mí y mi familia para seguir adelante.

A mi Mami y a mi Papi, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mis hermanos, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor y aunque son menor he logrado aprender mucho de ellos.

Mariana

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja, que a través de la Escuela de Banca y Finanzas y a todo su personal docente por impartirnos sus amplios conocimientos y permitirnos cumplir una de nuestras metas profesionales de la manera más exitosa posible.

Al Econ. Franz Vélez, por sus conocimientos, esfuerzo y dedicación orientada fundamentalmente a la dirección de este trabajo de fin de titulación.

Al Ing. Claudio Castillo, gerente de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, por abrirnos las puertas de la entidad para la realización del presente proyecto.

Finalmente, y no menos importante, a todos los compañeros y amigos de la Escuela de Banca y Finanzas como también a los amigos que han estado a lo largo de nuestra vida apoyándonos en buenos y malos momentos para el logro de esta meta.

Las Autoras

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
CAPÍTULO I.....	5
1. CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	6
1.1. Reseña histórica Mutualista Pichincha en el Ecuador.....	6
1.1.1. Cobertura geográfica.....	8
1.2. Misión.....	9
1.3. Visión.....	9
1.4. Valores institucionales.....	9
1.5. Estructura funcional y organizacional.....	11
1.5.1. Gerencia.....	11
1.5.2. Oficial de Negocios financieros.....	11
1.5.3. Vendedor de negocios inmobiliarios.....	12
1.5.4. Oficial operativo.....	12
1.6. Calificación de riesgo.....	12
1.7. Portafolio de productos y servicios web.....	13
1.7.1. Canales virtuales.....	13
1.8. Flujograma de procesos.....	15
1.8.1. Mapa general de procesos.....	15
1.8.2. Registro para servicios en línea.....	17
1.8.3. Transacciones en servicios web.....	19
1.8.4. Cajero automático.....	21
1.8.5 Call center.....	22
CAPITULO II.....	24
2. MARCO CONCEPTUAL.....	25
2.1 Banca tradicional.....	25
2.2 Banca electrónica.....	26
2.2.1 Banca on line.....	30
2.2.2 Origen y evolución de la banca electrónica en Ecuador.....	31
2.2.3 Importancia de la banca electrónica.....	35
2.2.4 Ventajas y desventajas de la banca electrónica.....	36
2.3. Perfil sociodemográfico usuarios de banca electrónica... ..	37
2.4. Riesgos de la banca electrónica.....	39
2.4.1. Riesgo estratégico y de negocio.....	40
2.4.2. Riesgo operativo.....	40
2.4.3. Riesgo de reputación.....	41

2.4.4. Riesgo legal.....	42
2.5. Características generales de los usuarios.....	43
CAPITULO III.....	47
3. ANÁLISIS DE LA ACEPTACIÓN Y PERCEPCIÓN.....	48
3.1. Estudio de mercado.....	48
3.1.1. Herramienta de estudio.....	48
3.1.2. Diseño de selección de muestra.....	48
3.2. Especificación del contenido.....	49
3.2.1. Resultados que determinan el nivel de aceptación.....	50
3.2.2. Resultados que determinan el nivel de percepción.....	63
CONCLUSIONES.....	74
RECOMENDACIONES.....	76
BIBLIOGRAFIA.....	78
ANEXOS.....	81

RESUMEN EJECUTIVO

En la actualidad, el cambio en las necesidades de las empresas, familias e instituciones, ha reconducido la actividad bancaria, orientándola más a los servicios, es por ello que Mutualista Pichincha sucursal Loja, ha implementado el servicio de banca electrónica hace ocho años aproximadamente, pues el uso de tecnología hoy en día es mayor, ya que el cliente busca mejores estándares de comodidad, seguridad, facilidad como también reducir sus costos transaccionales.

Es por ello, que el presente tema de tesis está enfocado en analizar el nivel de aceptación y percepción que tienen los clientes para acceder a los servicios financieros a través de la banca electrónica que presta la institución.

Posterior, se presenta un análisis determinando las causas del porque la aceptación o no de este servicio electrónico, como también la percepción ante ello, así como sus respectivas conclusiones y recomendaciones en base a la investigación.

PALABRAS CLAVES: economía financiera, bancos, servicios bancarios, bancos-servicio al cliente

ABSTRACT

At present, the changing needs of businesses, families and institutions, has redirected the banking, directing more to services, which is why Mutual Loja Pichincha branch has implemented electronic banking service about eight years ago, as the use of technology today is greater, because the client looks for better standards of comfort, safety, ease and also reduce transaction costs.

It is for this reason that this thesis topic is focused on analyzing the level of acceptance and perception of customers to access financial services through electronic banking provided by the institution.

Later, an analysis is presented for determining the causes of the acceptance or rejection of this electronic service, as well as the perception to it, and their respective conclusions and recommendations based on research

KEYWORDS: financial economy, banks, banking, bank-customer service.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años el desarrollo de tecnologías web se ha incrementado de manera gigantesca esto conlleva a la apertura de nuevos modelos de negocio y canales de distribución; en el cual el sector bancario no se queda fuera, es por ello que Mutualista Pichincha ha incorporado rápidamente las innovaciones tecnológicas como es la banca electrónica que engloba el comercio electrónico, y su expansión ha sido acelerada en vista al fácil acceso a las tecnologías de comunicación e información.

Es muy necesario conocer la importancia que tiene el desarrollo y la difusión de la banca electrónica y la aceptación- percepción personal de los clientes ante este nuevo fenómeno electrónico, como es su experiencia de uso, facilidad, aprendizaje y conocimientos adquiridos en cuanto a esta nueva innovación adquirida por la entidad financiera antes mencionada.

Mediante una muestra de población se pretende conocer qué porcentaje de clientes han utilizado el servicio de banca electrónica, su nivel de aceptación y percepción, y la razón del porque no lo han hecho. Para el efecto se han desarrollado tres capítulos en donde se explica el proceso a cumplir en el proyecto.

El capítulo uno, denominado contexto institucional describe de manera general a la entidad financiera que ha sido objeto de estudio.

El capítulo dos, denominado marco teórico hace una recopilación de la literatura obtenida de muchos textos; revisada y analizada para la elaboración del presente estudio.

En el capítulo tres, denominado análisis y presentación de resultados como su nombre lo indica se encarga de mostrar los resultados obtenidos luego de la aplicación de la encuestas y su análisis.

La metodología que se aplicará en este proyecto será el método deductivo, el cual parte de conclusiones generales para llegar a conclusiones particulares, así mismo se empleará técnicas de investigación documental e investigación de campo.

La técnica aplicada a la investigación es la encuesta que permite la observación directa con el objeto de estudio, y la recolección de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva, se ha recolectado también información de distintos tipos de escrituras tales como libros, revistas, estadísticas, entre otras, que permite la obtención de datos para enunciar las teorías que sustenten el estudio.

Para poder llevar acabo todo el proceso, se tomara en cuenta las fuentes de información tanto primarias como secundarias, las mismas que nos permitirán dar una mayor veracidad a toda la información obtenida.

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I

1. Contexto institucional

1.1. Reseña histórica de la Mutualista Pichincha en Ecuador

El gobierno ecuatoriano bajo el mandato del Dr. José María Velasco Ibarra apoyo el surgimiento del Mutualismo partir de los años 60's, el nacimiento de esta asociación mutual es tener la jurisdicción para invertir en proyectos de desarrollo de vivienda y programas de construcción estaban obligadas a mantener una reserva proporcional de encaje en el Banco Central del Ecuador, ciertos políticos y representantes se oponían a esta creación ya que veían al Mutualismo como una amenaza para sus intereses particulares de empresa, ya que buscaban generar la mayor rentabilidad posible; mientras que las Asociaciones Mutuales podían las financieras privadas, es así como el mutualismo logro despertar la confianza en el pueblo Ecuatoriano.

Bajo el "Decreto de ley de emergencia No. 23, fue constituida y publicada como Mutualista Pichincha de Ahorro y Crédito para la Vivienda, el 23 de mayo de 1961, la misma que fue fundada por un grupo de ilustres ciudadanos dirigidos por el Dr. Roque Bustamante Cárdenas y fue instituida como una entidad privada, bajo la Ley del Banco Ecuatoriano de la Vivienda y Mutualistas"¹, donde empezaron a regirse bajo sus propios reglamentos y estatutos, es ahí donde nace Mutualista Pichincha una de las más grandes entidades financieras privadas del Ecuador que abrió sus puertas al público el 1 de noviembre de 1961, con un monto de apenas veinte mil sucres según se desprende del primer informe económico existente.

Mutualista Pichincha está centrada principalmente en el otorgamiento de créditos para vivienda ya sea para construcción o adquisición, cuyo objetivo fundamental era solucionar el grave problema habitacional donde su mercado objetivo son los estratos socio-económicos medio y medio bajo de la población ecuatoriana; vale aclarar que también atienden demandas de vivienda desde el exterior por parte de nuestros emigrantes Ecuatorianos, Mutualista Pichincha lleva más de 48 años de vigencia en el país.

¹ Puente Moncayo , D. L. (2010) *Gestión de riesgo en crédito de Mutualista Pichincha- modelo de perdida esperada para la cartera hipotecaria de vivienda.* (tesis inédita). Departamento de ciencias económicas, administrativas y de comercio. Escuela politécnica del ejército.

En sus inicios las Mutualistas se regían bajo la Ley del Banco Ecuatoriano de la Vivienda y Mutualistas, a partir 1994 se rigen por la Ley General de Instituciones Financieras esto se dio gracias a una petición especial de las Mutualistas ya que su característica principal es el negocio de financiamiento de vivienda y esto estaban incursionado otras instituciones financieras, principalmente los bancos, los mismos que por estar regulados por la Ley General de Instituciones Financieras, tenían un marco legal más favorable, además de una infraestructura y capacidad operativa más moderna; frente a esta situación, la Asociación de Mutualistas exigió que se tome en cuenta al sector mutual dentro del marco de la Ley de Instituciones Financieras, es por ello que sus representantes en ese entonces necesitaban que se hagan cambios dentro de su marco legal los cuales le permitieran crear nuevas operaciones acordes a su objetivo para de esta manera no desaparecer, sin embargo, en los últimos años ha venido descendiendo el número de mutualistas, que fueron 13 en un inicio y antes de finalizar la década de los 80, este número se redujo a 7, desde el año 2000 hasta el presente 2 mutuales fueron absorbidas y se ordenó el cierre de una, para quedar el sistema conformado por 4 mutualistas en la actualidad.

La liquidación, desaparición de cierto número de entidades del sector mutual ha venido acompañada de un aumento de irregularidad entre sus partícipes, de manera que el sector mutual se encuentra hoy constituido por una entidad grande (Pichincha), dos muy pequeñas (Ambato e Imbabura) y una mediana (Azuay); a pesar que el sistema mutual ha venido enfrentando la competencia por parte de bancos, cooperativas que se han incursionado en el negocio de otorgamiento de crédito de vivienda siendo esta la característica del sistema mutual y teniendo como principal nicho de negocio el microcrédito, consumo el resto de intermediarios financieros.

1.1.1. Cobertura geográfica

Mutualista Pichincha entidad financiera privada Ecuatoriana tiene su oficina matriz en la ciudad de Quito, y con el fin de expandirse, captar un nuevo mercado, brindar una eficiente atención al cliente, buena comercialización y mejorar su cobertura geográfica actualmente cuenta con 28 agencias propias a nivel nacional distribuidas en 13 ciudades, 12 en Quito y 16 en las siguientes provincias del país, Azogues, Cuenca, Latacunga, Manta, Quevedo, Santo Domingo, Ibarra, Loja, Portoviejo, Guayaquil, Riobamba, Tarqui, Salcedo, Babahoyo, Cayambe y Ambato.

A partir del 2005 expandió sus operaciones al exterior como Estados Unidos y España a través de su socia Unión Andina, además mantiene una red de 30 cajeros a nivel nacional e internacional por medio de la red Cirrus y Banred con más 64 puntos de atención al cliente a través de las oficinas de Servipagos.

En el mapa se detallan las ciudades donde opera directamente:

Figura 1: Cobertura geográfica - Mutualista Pichincha²



Fuente: Memoria de sostenibilidad Mutualista Pichincha (2007)

² Mutualista Pichincha, (2007). *Memoria de sostenibilidad*.

1.2. Misión

“Trabajamos en forma eficiente, profesional y personalizada, para que nuestros clientes cumplan sus sueños de tener vivienda y mejorar su calidad de vida”

1.3. Visión

“La Mutualista Pichincha es una institución socialmente responsable, sustentable en el tiempo, líder en los segmentos de mercado que atiende, con una amplia oferta de productos y servicios financieros e inmobiliarios, que contribuye al bienestar familiar de sus asociados”.

1.4. Valores institucionales

Parte de la misión y la visión general de la asociación Mutualista Pichincha es establecer estándares elevados en los mercados en que operan. Queriendo marcar la diferencia no solo en lo que concierne a la clientela a la que atienden y a la calidad de los servicios financieros que presta, sino también con respecto a los principios éticos.

Los valores corporativos desempeñan un papel clave en este contexto; siete principios esenciales guían las operaciones de la Mutualista Pichincha.

- ✓ **Honestidad:** funcionarios de Mutualista Pichincha actúan con rectitud, transparencia y coherencia con lo piensan, expresan y hacen para que así los clientes, el público en general y los empleados suministren información clara.
- ✓ **Equidad:** Cualidad basada en la justicia e imparcialidad que mueve a cada uno de los funcionarios de Mutualista Pichincha a dar lo mejor de sí con profesionalismo y competitividad.
- ✓ **Lealtad:** Cumplir y hacer cumplir nuestra Misión, Visión y Valores Institucionales, por encima de sus intereses personales.
- ✓ **Dedicación:** Cada empleado es responsable de la calidad de su trabajo y pone todo su empeño en mejorarla constantemente.

- ✓ **Confidencialidad:** Guardar confidencialidad respecto a la información de la entidad, velar por el buen nombre de la institución, dentro y fuera de ella y hacer observaciones y sugerencias que permitan elevar la calidad de servicio que se imparte.
- ✓ **Calidad en el servicio:** Todos los clientes son atendidos de manera amable, competente y cortes. Los empleados están comprometidos con ofrecer un servicio excelente a todos los clientes, independientemente de su procedencia o del tamaño de su negocio.
- ✓ **Responsabilidad social empresarial:** “La responsabilidad social no es una moda, no es marketing social, no es paternalismo ni filantropía”³.

Mutualista Pichincha ha ejercido la Responsabilidad Social Empresarial como una nueva forma de administrar los negocios, siendo esta una forma estratégica en la que se debe integrar los resultados financieros con los impactos sociales y ambientales que se generan, esto trasciende en el negocio y compromete a sus colaboradores en todos los ámbitos de su cotidianidad.

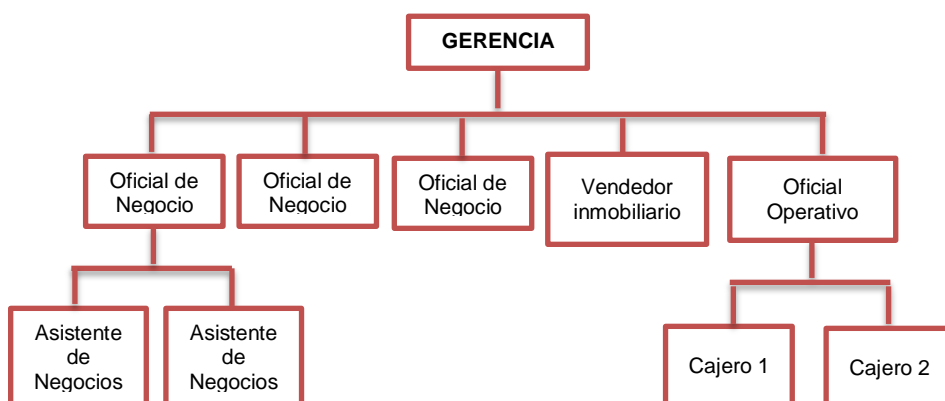
Estos valores constituyen la columna vertebral de la cultura corporativa de Mutualista Pichincha, se discuten y aplican diariamente en todas las operaciones. Además, están establecidos en el Código de Conducta, que traduce los principios éticos del grupo Mutualista Pichincha en directrices prácticas para todos los empleados (Documentos internos Mutualista Pichincha.)

³ Burbano de Lara, M (2009). *Mutualista Pichincha rinde cuentas sobre su responsabilidad social*, tomado de:
<http://www.mutualistapichincha.com/mupi/Documentos/Noticias/05-11-09.pdf;jsessionid=OSAEBJVTMSVBBQFIDNSSFEQ>

1.5. Estructura funcional y organizacional

La Mutualista Pichincha sucursal Loja está organizada de acuerdo a sus necesidades, lo que está representado en el siguiente organigrama.

Figura 2: Organigrama de la Mutualista Pichincha sucursal Loja



Fuente: Elaboración propia, información por parte de funcionarios de Mutualista Pichincha.

1.5.1. Gerencia

Este cargo ocupa el Ingeniero Claudio Castillo director de Mutualista Pichincha sucursal Loja, en donde su objetivo principal es dirigir las actividades ejecutivas, técnicas y administrativas de la entidad financiera privada, este ejerce funciones de dirección, gestión, supervisión y coordinación con los demás departamentos dependientes y actúa como vínculo entre el directorio y la institución con el fin de lograr los objetivos establecidos.

1.5.2. Oficial de negocios financieros

Este ejecutivo adquiere la responsabilidad de mantener vigentes los productos financieros controlando su competitividad y generación de ingresos; Se encarga también de procesar los negocios dentro de las normas y políticas establecidas es responsable del análisis de crédito, captación de recursos y la comercialización de los productos financieros de la Institución.

1.5.3. Vendedor de negocios inmobiliaria

Este es responsable de la construcción de proyectos inmobiliarios, de preparar y negociar los presupuestos de construcción, de la coordinación de recursos con negocios inmobiliarios.

1.5.4. Oficial operativo

Tiene como objetivos principal supervisar y monitorear que los procesos del área de operaciones de la mutualista (caja, balances, bóvedas, procesos operativos) cumplan con los procedimientos, políticas y regulaciones, acuerdos, leyes publicados por los entes reguladores, del tiempo y calidad de información y de seguimiento de forma diaria, semanal, mensual a las cuentas contables generadas por su área.

1.6. Calificación de riesgo

En el diccionario de términos financieros (2002) dice que la calificación de riesgo es conocida como el estudio económico financiero que se le realiza a una entidad financiera acerca de su solvencia y seguridad.

“El comité de clasificación de riesgo, PCR- PACIFIC CREDIT RATING del 21 de diciembre de 2012 se decidió por unanimidad mantener la calificación de **AA** de la fortaleza financiera otorgada a la Mutualista Pichincha”⁴.

La calificación otorgada a MUTUALISTA PICHINCHA se sustenta en que la institución ha tenido un incremento en sus activos productivos, como son los indicadores de rentabilidad los mismos que han sido estables, y los niveles de morosidad que son acordes y están dentro del sistema mutual; también se considera la capacidad que tiene la institución para administrar y gestionar los riesgos a los cuales su actividad está expuesta; su capacidad para cumplir obligaciones con terceros; el resultado del análisis financiero que contempla una revisión de indicadores de rentabilidad, calidad de activos, estructura de pasivos, liquidez y fondeo, capitalización y apalancamiento; y finalmente la opinión que PCR

⁴ Pacific Credit Rating .(2012).*Calificadora de riesgo*. Tomado de:
<http://www.mutualistapichincha.com/mupi/images/certificados/PerpacificCertificado.pdf>

Pacific Credit Rating expresa sobre la solvencia y la suficiencia patrimonial de la entidad.

La Superintendencia de Bancos y Seguros del Ecuador, según su escala de calificación correspondiente, tiene la siguiente definición: “Categoría AA: la institución es muy sólida financieramente, tiene buenos antecedentes de desempeño y no parece tener aspectos débiles que se destaquen. Su perfil general de riesgo, aunque bajo, no es tan favorable como el de las instituciones que se encuentran en la categoría más alta de calificación”.⁵

1.7. Portafolio de productos y servicios web

Los productos y los servicios financieros forman parte del portafolio de actividades que las entidades financieras ofrecen a sus clientes.

A los productos financieros podemos definir como los elementos tangibles que conllevan una transacción de dinero, teniendo a cambio un tipo de interés. Como ejemplos de productos financieros las cuentas bancarias, tarjetas de crédito, entre otros. Mientras que los servicios son intangibles que apoyan a los productos para una mejor percepción de los mismos, como ejemplos de servicios financieros tenemos transacción de cuentas, utilización de la banca on line, pago de servicios básicos, consulta telefónica entre otros.

1.7.1. Canales virtuales

1.7.1.1. Transacciones electrónicas

- Solicitud de servicios web
- Ingreso a servicios web
- Consultas
- Bloqueos
- Transacciones
- Cambio clave transacciones en línea

⁵ Superintendencia de Bancos y Seguros (2012). *Calificación de Riesgo instituciones financieras*. Tomado de: http://www.sbs.gob.ec/practg/sbs_index?vp_art_id=3180&vp_tip=2#4

- Cambio de clave tarjetas de débito
- Actualizar datos

1.7.1.2. Transacciones vía celular

- Consulta de saldos
- Traslaciones
- Recargas de tiempo aire

1.7.1.3. Transacciones call center

1.7.1.3.1 Atención personalizada

- Información general
- Información de productos y servicios financieros e inmobiliarios
- Atención a reclamos y sugerencias
- Asesoría para ingresar y habilitar el servicio automático

1.7.1.3.2 Servicio automático

- Consulta de saldos y movimientos de cuentas de ahorro
- Consulta del estado del crédito
- Consulta de tarjetas de crédito
- Consulta de transferencias interbancarias
- Bloqueo de cuentas de ahorro y tarjetas de debito

1.8. Flujograma de procesos

1.8.1. Mapa general de procesos

Según Michael E. Porter define a la cadena de valor como: una forma de análisis de la actividad empresarial, mediante la cual descomponemos una empresa en sus partes constitutivas, buscando identificar fuentes de ventaja competitiva en aquellas actividades generadoras de valor. Esa ventaja competitiva se logra cuando la empresa desarrolla e integra las actividades de su cadena de valor de forma menos costosa y mejor diferenciada que sus rivales⁶.

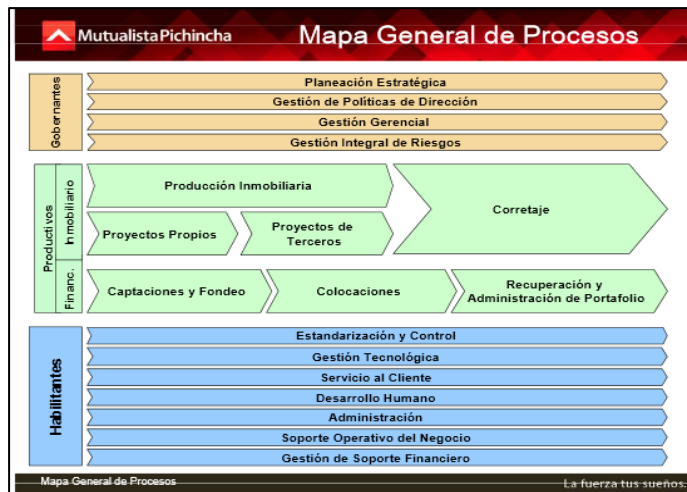
Por tanto, la cadena de valor para lograr una ventaja competitiva está en que se desempeñe las actividades más relevantes estratégicamente, de forma menos costosa y mejor diferenciada que su competencia para comprender el comportamiento y la interacción, siendo esta una herramienta básica para examinar todas las actividades que desempeña la institución, no está solo en comprender la cadena de valor sino de ver cómo esta encaja en el sistema de valor general.

Una diferencia importante es que la cadena de valor puede diferir en el panorama competitivo del de sus competidores representando una fuente potencial de ventaja competitiva. Es por ello que Mutualista Pichincha desarrolló como parte de su planificación estratégica, la siguiente cadena de valor.⁷

⁶ Porter, M.E, (2007). *Ventajas competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*

⁷ Mutualista Pichincha, (2007). *Memoria de sostenibilidad*.

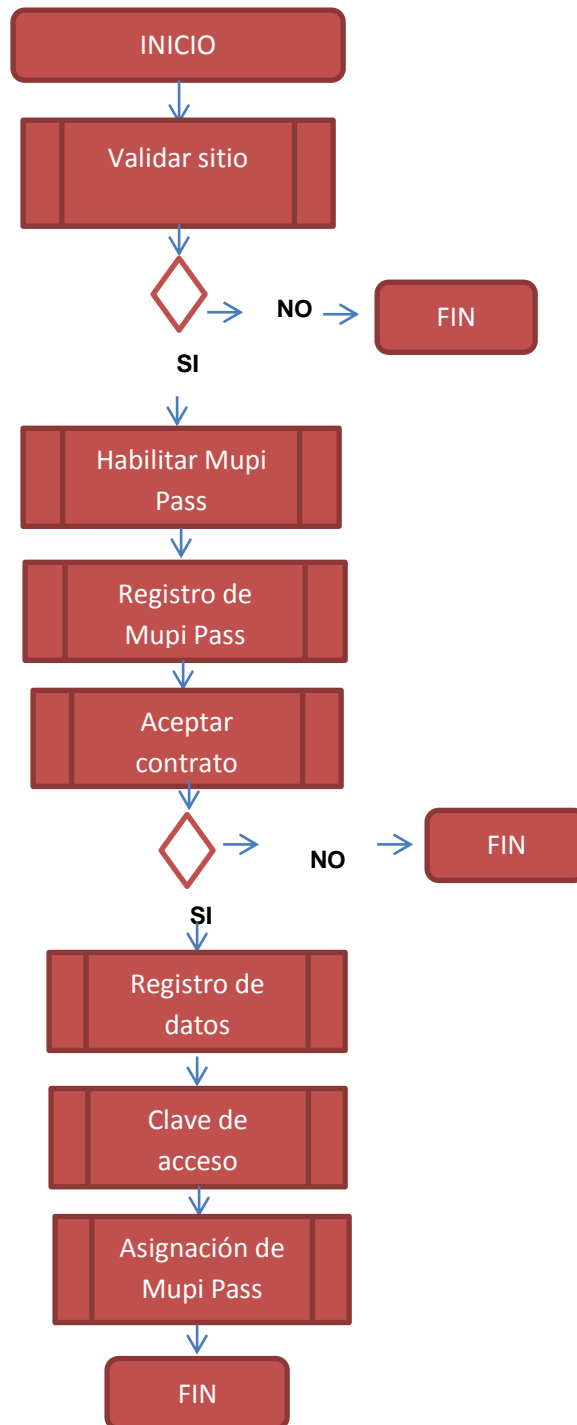
Figura 3: Mapa general de procesos



Tomado: Memoria Mutualista Pichincha (2007)

El mapa general de procesos denota el orden jerárquico de la Mutualista Pichincha, el órgano máximo de gobierno de esta entidad financiera es la junta general de asociados y la administración, los mismos que están a cargo del directorio, la comisión ejecutiva y el gerente general quien ejerce la representación legal, y realizan los diferentes planes estratégicos gestiones de políticas de dirección, gestión gerencial y gestión integral de riesgos; así mismo el área productiva se encuentra estructurada por el departamento financiero que está constituido por las captaciones y fondeo, colocaciones, recuperación y administración del portafolio; y el proceso inmobiliario, que esta acoplado con la producción inmobiliaria, proyectos propios, proyectos de terceros, y corretaje. Finalmente los habilitantes detallados es parte fundamental en el funcionamiento prioritario de la Mutualista del Pichincha aquí se comprende la estandarización y control, gestión tecnológica, servicio al cliente, desarrollo humano, administración, etc. Todos estos procesos hacen que Mutualista Pichincha se mantenga como una de las más grandes mutuales del país.

1.8.2. Registro para servicios on line



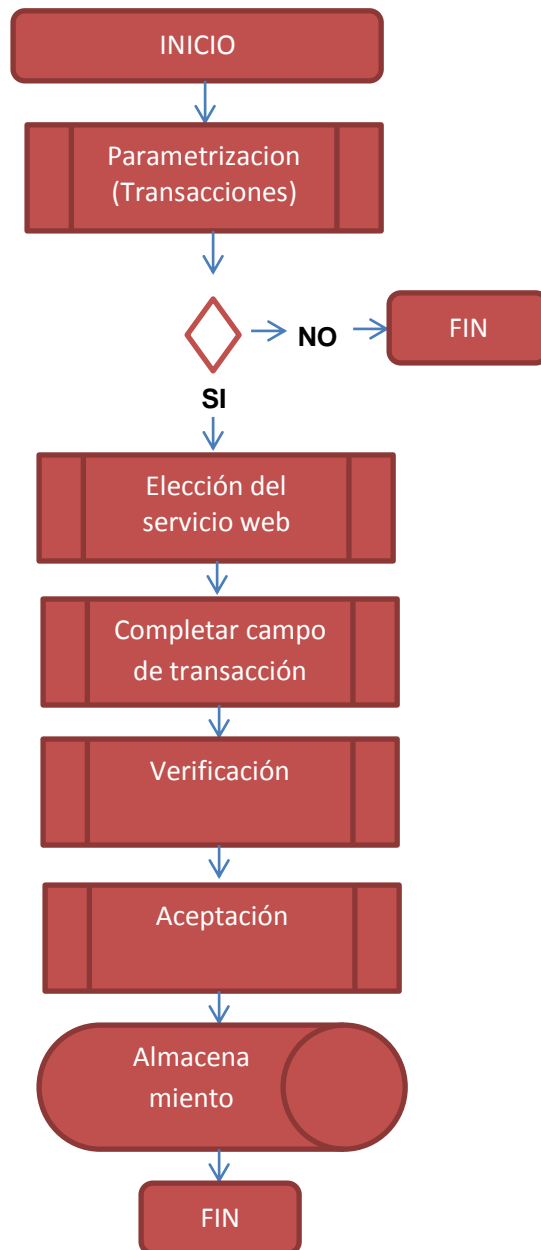
Fuente: Mutualista Pichincha

Mediante el presente flujograma se ha representado los pasos que deben realizar los clientes de Mutualista Pichincha para ingresar a la banca electrónica de la misma institución.

En este se describe paso a paso y la facilidad para el registro como nuevos usuarios de banca electrónica y el rápido proceso para acceder a la gama de servicios financieros que presta la entidad; se refleja también un nivel alto de seguridad al momento del registro pues al ingresar pide información personal para la constatación del cliente.

Primeramente se debe acceder a la página web de Mutualista Pichincha (<https://www.mutualistapichincha.com/>) dando inicio en la parte superior de la misma y validando el sitio web, si ya tiene su registro y es usuario electrónico simplemente debe ingresar en servicios en línea con el usuario y la clave respectivamente; en caso de no tenerlo se solicita el registro del usuario completando los respectivos espacios como se indica en el flujograma, al momento de validar sitio web tiene la opción a dar por terminado el proceso o seguir con el mismo, si su elección y continuar con registro este se habilita y se registra, en donde el cliente tiene la opción a aceptar o no el contrato de condiciones, derechos y obligaciones que tiene con la entidad, posterior a esto debe registrar sus datos e ingresar una clave personal para el acceso, ahí es donde se asigna un Mupi Pass que no es más que comprometerse a guardar en reserva el Mupi Pass registrado, aceptar la utilización de la banca electrónica bajo su responsabilidad y exhibir a Mutualista Pichincha de reclamos futuros.

1.8.3. Transacciones de servicios web



Fuente: Mutualista Pichincha

Así mismo se presenta el flujograma para realizar transacciones mediante la web, en donde se debe ingresar a la página web de Mutualista Pichincha detallada anteriormente, dando inicio en la parte superior y la elección de transacciones en línea o directamente en el siguiente link

(<https://www.mutualistapichincha.com/mupi/Transacciones/paginas/consulteindex.jhtml>) en donde debe ingresar con su usuario y clave.

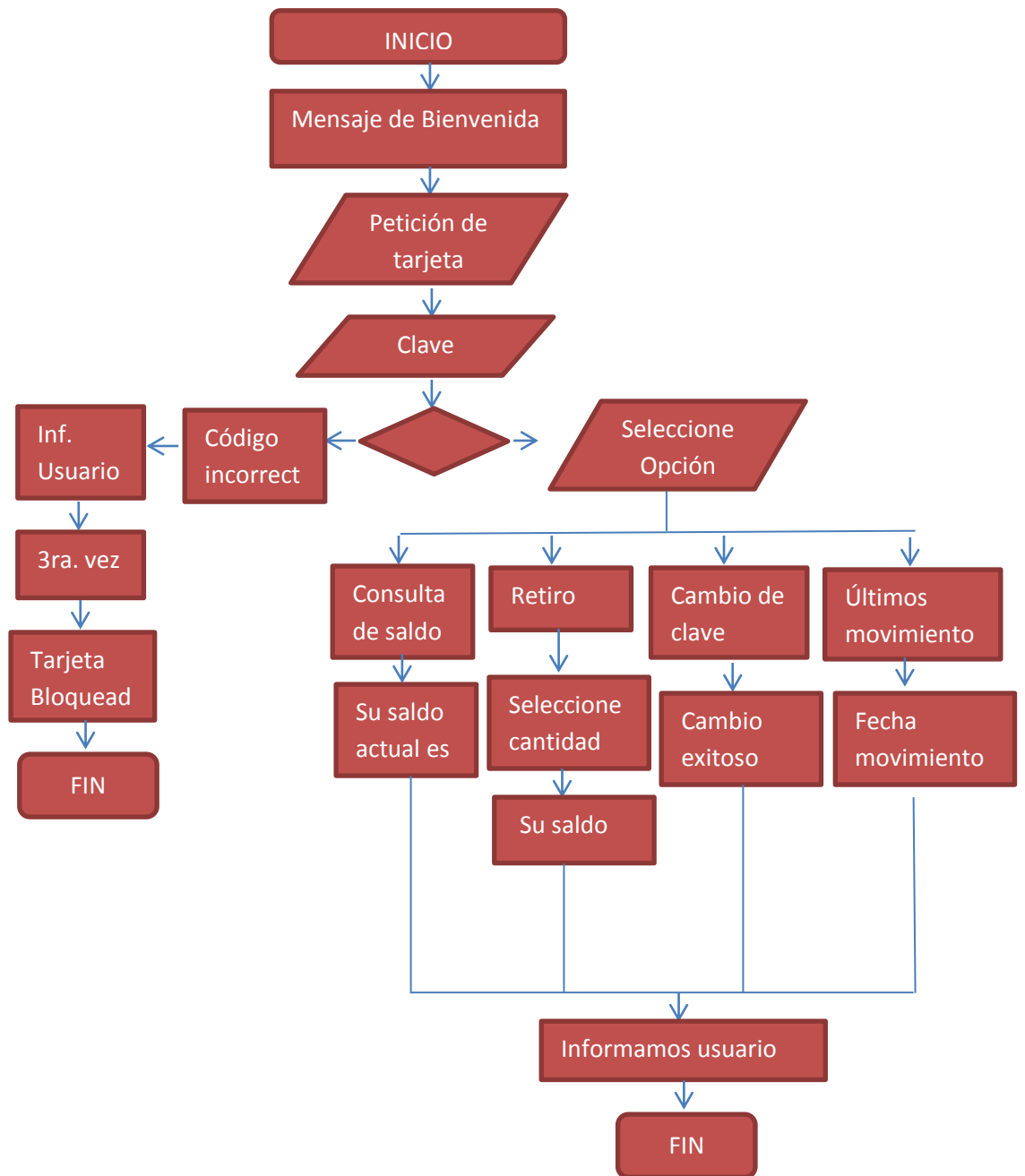
Una vez que ingreso a los servicios web, debe seleccionar parametrización que es transacciones en línea, a esto el cliente debe aceptar caso contrario da por terminada la operación.

Si su elección fue sí, es decir continuar procedemos a la elección del servicio web que necesite realizar, en donde le pide completar los campos correspondientes de acuerdo a la operación que esté realizando.

Posterior a esto, el cliente tiene la opción de verificar los datos, en caso de error modificarlos, una vez que haya existido la respectiva revisión y se encuentre conforme con lo seleccionado se procede a aceptar el registro y por ende a almacenarse; siendo esto el fin de realizar la transacción por internet.

Es un instrumento fácil, seguro y permite al cliente ahorrar tiempo, movilización y poder realizar un sin número de servicios como consultas, transferencias, bloqueos, etc. Desde cualquier lugar del país para su mejor comodidad.

1.8.4. Cajero automático

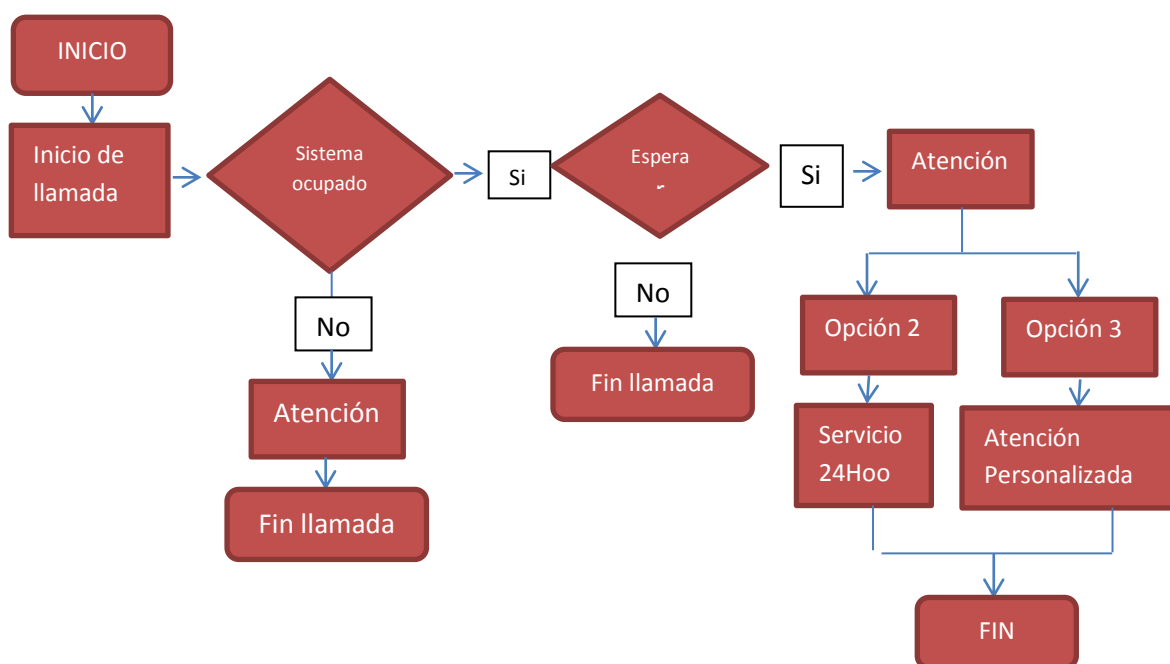


Fuente: Mutualista Pichincha

Este es el proceso más fácil y conocido por la mayoría de los clientes de Mutualista Pichincha sin embargo es necesario indicar al usuario electrónico la forma de usar y los pasos a realizar en un ATM o cajero automático.

Primero se debe insertar la tarjeta, ingresar su clave, si esta es incorrecta y ha sido su tercer intento el ATM bloqueara la tarjeta inmediatamente; en el caso de digitar su clave de manera correctamente le aparecerá una ventana con diferentes opciones en donde tendrá que seleccionar la transacción que desea realizar, estas pueden ser consulta de saldo, retiros, cambios de clave, últimos movimientos, etc. el ATM responderá de manera inmediata a lo solicitado.

1.8.5 Call center



Fuente: Mutualista Pichincha

Este sistema electrónico denominado Call Center que no es nada más que servicio al cliente mediante teléfono de manera automatizada y personalizada que brinda servicio de 24H00 al día todos los días de la semana.

A este servicio pueden acceder todos los clientes de la institución marcando al número telefónico 1700 Mutualista (1700-688825).

Como esta expresado en el flujograma, una vez que el cliente opte por el servicio de call center de la institución, este le dará un emotivo mensaje de bienvenida y lo mantendrá en línea en caso de que el sistema de llamadas se encuentre en estado ocupado, de lo contrario la atención será de forma inmediata, en donde el cliente podrá elegir el servicio que necesita tan solo marcando una opción de acuerdo a su requerimiento.

Los procesos electrónicos detallados son rápidos y de fácil acceso, a estos servicios pueden acceder todos los clientes de Mutualista Pichincha tan solo solicitándolo en la institución en el balcón de servicios o servicio al cliente y podrá beneficiarse de toda la gran innovación de productos y servicios que presta su institución.

CAPÍTULO II

CAPITULO II

2. Marco conceptual

2.1. Banca Tradicional

El negocio de los bancos surge a principios del siglo XX bajo dos puntos importantes que es intermediar los recursos, fondos, captados por parte de los ahorristas y los adquirientes de créditos como también administrar el sistema de pagos; bajo este esquema se ha denominado a la banca tradicional, la misma que opera en captar recursos del público mediante depósitos, sean estos a corto, largo plazo o a la vista y colocarlos o prestarlos tanto a personas naturales como jurídicas a un determinado tiempo.

Los bancos operan bajo dos actividades fundamentales de negocio que es tomar y diversificar el riesgo; es decir prestan el dinero captado mediante recursos de personas naturales o jurídicas y estos lo transforman a plazos es decir créditos los mismos que se dan a plazos mucho mayores al de los depósitos, bajo el supuesto de que estos serán renovados a su vencimiento.

Si bien es cierto los bancos operan mediante el negocio de captar y colocar, a esto se ha incrementado otras modalidades operativas como es el transferir fondos de una entidad financiera a otra; como también ofrecer servicios de transferencias bancarias, cheques, pagos de servicios, etc. Se basa fundamentalmente en la distribución de servicios financieros mediante una red de oficinas bancarias, en donde el cliente es considerado como un agente pasivo en las transacciones, hasta el momento en que se efectúan estas operatoria, generando así saldos en cuentas, tanto por parte de aquellos que depositan fondos para realizar pagos, como para aquellos que depositan fondos y no los ocupan de manera inmediata.

Vale aclarar que los bancos, mantienen líquido sólo una parte de esos fondos que captan del público por su función de intermediación, y el resto lo prestan mediante la otorgación de crédito; por que los bancos conocen que no todos sus clientes utilizan esos fondos de manera inmediata y por lo tanto utiliza una parte de esos fondos para prestarlos mediante la otorgación de créditos.

La banca tradicional aumenta la capacidad de generar confianza en cada una de las zonas en donde opera, pues el contar con presencia física para servir a los clientes y que ellos puedan realizar transacciones y reclamaciones mitigan y perciben un riesgo en menor proporción, ya que les da seguridad el realizar operaciones mediante ventanilla, pues con la presencia de una sucursal facilita a los clientes operar, ya que muchos de estos tienen escasos conocimientos o interés sobre las TIC⁸ o lo que es operar mediante el internet o e-banking.

La banca tradicional conoce perfectamente el valor de seguridad y de confianza que tiene para el cliente, pues el contar con presencia física, una imagen, refuerzan la confianza y hace que el cliente mantenga fidelidad con la institución financiera, el espacio físico, el contar con los diferentes funcionarios que puedan resolver inconvenientes, aclarar dudas y sobretodo dar información de manera sencilla, hace que la banca tradicional tenga un gran espacio ganado.

2.2. Banca electrónica

La banca electrónica en los últimos años ha ido evolucionando de manera acelerada ya que no solo ha permitido que exista una conexión directa entre el cliente y la entidad financiera sino que ha ayudado a gestionar relaciones directas con cada uno de sus clientes. Esta herramienta llamada internet constituye un valor inestimable que ayudado a efectivizar el marketing, conocer al cliente, personalizar negociaciones, llegar al cliente y poder efectivizar la comunicación. En definitiva la banca electrónica permite a sus clientes acceder a toda la información financiera, realizar operación sin acudir a sucursales, este gran avance que han adoptado las instituciones financieras ha aperturado nuevos mercados, pues permite ofrecer servicios de información, un portal financiero o de autoayuda en donde cada institución puede dar conocer sus productos y servicios, su información financiera, informes comerciales o presentar cierta gama de servicios con valor añadido para sus clientes y de esta manera permanezcan informados de cada implementación que tenga la institución dando así una percepción de transparencia por la facilidad y disponibilidad de sus recursos.

⁸ Bolzico, J. A (2009) *Banca funcional, una propuesta alternativa a la banca tradicional: Argentina.*

La banca electrónica se diferencia de la banca tradicional puesto que esta no tiene limitaciones de tiempo como horarios de atención al público restringidos, los clientes electrónicos tiene acceso las 24h00 para acceder y realizar operaciones mediante internet desde cualquier punto del mundo siempre y cuando disponga de una conexión a la red, los servicios que presta la banca electrónica son inmediatos y eficientes, lo que ayuda a que no haya pérdida de tiempo innecesario para los clientes⁹.

Así mismo, los clientes cibernéticos disponen de valiosa información financiera de la institución y numerosos servicios financieros en la red. La disponibilidad de estos recursos trae consigo tres posibles consecuencias:

Primero, la facilidad y disponibilidad para acceder información de varias entidades que prestan servicios financieros de forma instantánea y simultánea, lo que contribuye a la eliminación de algunas de las irregularidades informativas que tradicionalmente han favorecido a los oferentes, y además esto ayuda y facilita a que los clientes contraten servicios financieros con diferentes entidades a nivel del mundo.

Segundo, la transparencia en la información que encontramos en la red y con la cual esta ópera, ha dado lugar a un nuevo canal, pues ha creado mercados virtuales de servicios financieros lo que ha producido una reagrupación de diferentes funciones financieras.

La banca electrónica no presenta productos estándar como lo hace la banca tradicional, da la opción de elegir productos personalizados; ya que existen diferentes maneras de personalizar los servicios como atendiendo al perfil sociodemográfico de uso de los servicios bancarios de los clientes, conocer el nivel de demanda expresa y tacita de los clientes, con el fin de que se sientan atraídos a utilizar y poder aumentar la fidelidad con la institución. Se debe trabajar bajo el aprovechamiento de estadísticas de base de datos de los clientes para la comercialización de servicios que posibilite el uso de técnicas de filtrado de información socioeconómica para crear

⁹ Climent Diranzo, F.J (2010) *Externalización y desarrollo de la información y la comunicación, opciones estratégicas en los servicios financieros*. España

un sistema de recomendación de servicios específicos en función de los hábitos de consumo de cada cliente o para preguntar directamente al cliente sobre sus preferencias con el objetivo de personalizar e incrementar la oferta de servicios financieros en la red.

El operar electrónicamente puede conllevar a mantener relaciones con clientes a largo plazo mediante una creciente oferta de productos y servicios financieros a precios muy competitivos así se verá una rápida respuesta por parte de los clientes frente a la innovación que tenga la entidad financiera.

En definitiva la banca electrónica puede ampliar el mercado y llegar a nuevos nichos de negocio que la banca tradicional no ha llegado, en definitiva, la propuesta de creación de valor de la banca electrónica se centra en la eficiencia, la comodidad, la rapidez, personalización de los servicios y la posible ampliación del mercado con esto lograr la satisfacción del cliente.

La expectativa de la banca electrónica es la de minimizar los costes y maximizar los ingresos, como lo señala Simpson (2002) “Que la banca electrónica se desarrollará cuando los gastos de explotación de su sistema de distribución de servicios financieros sean inferiores a los de la distribución a través de una red de sucursales”¹⁰.

El realizar transacciones a través de procesos automatizados sin tener que gestionar cantidades de documentos impresos en una sucursal bancaria, hace que la banca electrónica requiera menos recursos porque los costes de operar en la red y de desarrollo de aplicaciones son reducidos y no existen costes de mantenimiento de Internet. La banca electrónica opera con costes reducidos y efectúa las transacciones mediante el autoservicio, eliminando la intervención humana es decir funcionarios que relacionan con los clientes, se mejoran los tiempos de respuesta, se aumenta la calidad del servicio y se reducen los errores. La banca electrónica permite reducir a la décima parte los gastos incurridos en el proceso y transmisión de información. El coste marginal de una transacción por Internet es una mínima parte del coste de la misma transacción en una sucursal, por lo que cada día está ganando más adeptos para operar electrónicamente.

¹⁰ Simpson (2002), *banca electrónica*

La banca electrónica ha generado su propio mercado, un espacio gigantesco como es el operar virtualmente, esto atrae nuevos clientes gracias al poder del marketing en donde instituciones financieras hacen fuertes inversiones para generar una imagen de marca, por tanto en lo que se refiere a costes la banca electrónica es muy diferente a la banca tradicional; ya que existe una gran utilización de la red como canal de distribución, inversiones en tecnología de la información, en seguridad y en el desarrollo de contenidos financieros son superiores a los de la banca tradicional, puesto que la tradicional se basa en extensas redes de sucursales, infraestructuras, pagos de honorarios, gastos de administración. Es evidente que los gastos de personal, de mantenimiento de una red de oficinas y de administración se reducen a su mínima expresión, porque los clientes pueden realizar la mayoría de las operaciones de forma autónoma en la red, a esto denominamos eficiencia operativa.

La rentabilidad que genera la banca electrónica al brindar servicios financieros mediante la red no solo se mide por los ingresos generados por los cliente al acceder a la gama de servicios virtuales sino también por las reducciones que generan para el gasto de explotación.

Finalmente, podemos concluir que la banca electrónica lograra obtener una ampliación hacia el mercado potencial ya que muchas instituciones financieras han puesto en marcha y están innovando ciertos proyectos que mejoraran las relaciones con los clientes, exista mayor personalización de servicios y sobre todo comodidad para el cliente, esto les ayudara a proporcionar rentabilidad adicional gracias a la ampliación que logren tener.

La banca electrónica tiene fuentes de ingreso suplementarios como ingresos de las comisiones por transacciones, las tasas por servicios, la publicidad, o las suscripciones para recibir información financiera.

La banca móvil en la actualidad ha despertado gran interés por parte de los clientes electrónicos ya que es una importante oportunidad de negocio, existen muchos clientes potenciales que les gustaría operar en este tipo de banca ya que podrían beneficiarse de las sinergias que se generen de la concurrencia de los servicios financieros innovadores y de las estrategias comerciales empleadas por las

instituciones financieras para ganar y satisfacer eficientemente las necesidades de sus clientes¹¹.

2.2.1. Banca on line

Una entidad bancaria al contar con banca en línea da mayor nivel de acceso y comodidad a sus clientes ya que está disponible 24 horas al día los 365 días del año, en donde el cliente puede estar conectado directamente con su banco y acceder a la gama de productos que este presta; Es aquí donde se determina que la banca tradicional opera mediante canales presenciales como a través de sucursales, oficinas, kioscos y la banca en línea opera mediante canales no presenciales como teléfono, correo, internet banca por móvil, entre otros.

La banca on line ha estado presente en países desarrollados en las últimas décadas, por lo cual han tenido que hacer frente a un importante proceso de desintermediación en donde clientes que ahorra e invierten y operan electrónicamente sin necesidad de pasar por el balance de una entidad financiera esto representaría cierta disminución en costes.

Es por esto, que la banca ha ido revolucionando la relación entre el banco y el cliente de manera acelerada incorporado innovaciones tecnológicas que le permiten a la institución financiera ampliar su mercado y mejorar su nivel de productividad logrando así la reducción de costes laborales y de mantenimiento de extensas redes de sucursales. La aparición de estas nuevas tecnologías han facilitado enormemente y han ayudado a simplificar las tareas de capturar, almacenar y procesar información, y modifican la forma de acceso que tienen los clientes para acceder a los servicios y productos bancarios.

El giro del negocio de la banca electrónica difiere mucho con la tradicional, porque operando electrónicamente y hablando en el ámbito institucional este requiere de pocas oficinas y poco personal, si lo queremos representar mediante un ratio es,

¹¹ Gil Pechuan, I (2010) *Opciones estratégicas en los servicios financieros*. departamento de organización de empresas. Universidad Politécnica de Valencia

número de empleados / número de clientes y el resultado nos daría un número muy inferior al de la banca tradicional al que estamos acostumbrados¹².

La banca en línea ofrece mejores condiciones para que el cliente se sienta satisfecho, pues paga más por el ahorro, el valor que cobra por los créditos es menor y no carga comisiones a los clientes por acceder a servicios financieros mientras que en un banco o una caja de ahorros tradicional se puede realizar cualquier tipo de transacciones pero no con las mismas condiciones de un banco en línea, pues un cliente internauta contribuye a disminuir los costes relacionados con las redes de sucursales, personal encargado, etc. de la entidad financiera con la que se encuentra operando.

2.2.2. Origen y evolución de la banca electrónica en Ecuador.

En sus inicios los bancos en el Ecuador abrieron sus páginas web, con el fin de alinearse con las nuevas tecnologías que ya habían sido aceptadas por sus clientes con el comercio, no estaban convencidos de la rentabilidad, ni del potencial de este negocio. Es así que las primeras páginas tenían un diseño complicado, que impedía la navegación rápida, y que sólo repetía los mismos mensajes publicitarios de las sucursales.

Posteriormente, los bancos realizaron grandes inversiones en tecnologías y marketing, que les permite hoy en día, ofrecer una alta gama de servicios online gratuitos. Por otra parte, si bien en los inicios de la banca por internet en el Ecuador, los clientes no tenían confianza en este nuevo medio; la facilidad de su uso, la rapidez del servicio online y la reducción de costos que representa no tener que trasladarse a las oficinas de los bancos, ni realizar largas colas, son sus más significativas ventajas, y los factores que explican su importante crecimiento.

Siendo el Banco Bolivariano el que ingresó a esta corriente en 1999, y este año fue premiado entre los mejores sitios de internet por Corpece y el capítulo Ecuador de la Internet Society. Contabiliza 20.000 transacciones al mes por internet; cerca de la

¹² Momparler Pechuan, A. (2008) *El desarrollo de la banca electrónica en España*. Universidad Politécnica de Valencia

mitad de aquellas transacciones físicas, cuando al inicio no superaba el 3%. Aseguran que se rompió el paradigma de que solo se consultaban saldos.

Para el 10 de Abril del 2002, el Congreso Nacional del Ecuador, aprobó la Ley de Comercio Electrónico, firmas electrónicas y mensajes de datos. El entonces presidente de CONATEL, definió como un paso muy positivo la aprobación de esta ley, y explicó que su importancia radica en que los usuarios de manera general puedan efectuar sus transacciones con toda la seguridad legal. Según Pillegi, esta ley incrementará potencialmente el mercado en los diferentes sectores del país, brindando al consumidor garantía, seguridad y facilidad en todas las transacciones comerciales que realice mediante internet

En el 2005, los clientes del Banco de Guayaquil, dejaron de acudir a la institución para realizar más de tres millones y medio de transacciones entre depósitos, retiros, cambio de cheques y pagos en general. Pese a los buenos resultados en la banca y el comercio, estas experiencias no constituyen un denominador común en todos los sectores. Carlos Vera, presidente de la Corporación de Comercio Electrónico del Ecuador (Corpece), destaca la responsabilidad del sector público: Si impulsa estos sistemas se genera un alto impacto en la economía, y los actores principales entran en la onda de modernizarse: Bancos, emisores de tarjeta de crédito, industrias y usuarios.

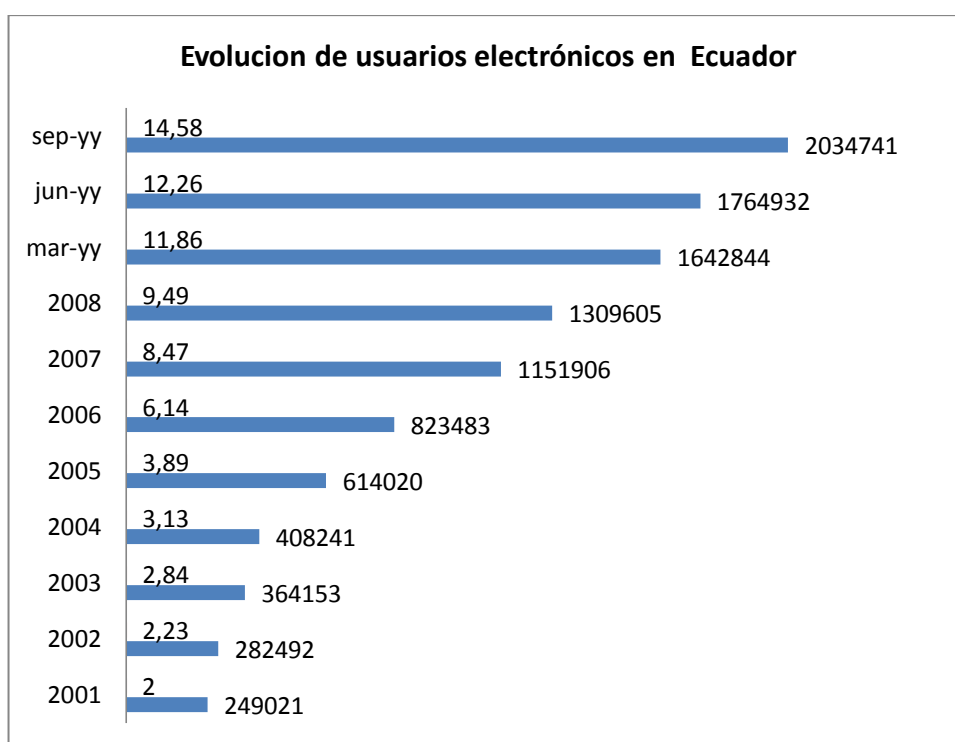
La banca electrónica, al ser un canal más eficiente de distribución de productos financieros para las instituciones financieras, provocó costos marginales decrecientes, lo que generó una mayor fuente de rentabilidad para la banca puesto que el costo por transacción de la banca electrónica es menor al que se tiene en canales convencionales físicos.

En la banca ecuatoriana uno de los mayores avances en el desarrollo del Internet ha sido la implementación de transacciones monetarias. El número de transacciones realizadas por Internet ha crecido en forma exponencial a partir del año 1999. Estas han pasado de 155.000 transacciones promedio por mes en 1999 a 11'514.454 en 2003 y de 16 millones en 1995 a 739 millones de cibernautas en marzo de 2004. Ecuador ha pasado de tener 180 mil cibernautas en el año 2000 a 538 mil cibernautas en el 2004.

El bajo índice de penetración de Internet por habitante en el Ecuador es una barrera de entrada para que la banca electrónica no se haya desarrollado anteriormente y a mayor velocidad como en Colombia y Venezuela.

Se presenta a continuación la evolución de la banca electrónica en Ecuador desde el año 2001 al 2009.

Figura 4: Evolución banca electrónica en Ecuador



Fuente: Elaboración propia, información SERNATEL ¹³

La falta de un marco legal en el Ecuador y de una normativa especial por parte de la Superintendencia de Bancos y Seguros es una barrera de entrada para un mayor desarrollo de la banca electrónica en el Ecuador.

La resolución JB-2004-631¹⁴ de la Superintendencia de Bancos y Seguros es la normativa que regula el riesgo en la actividad bancaria. La banca electrónica no tiene una normativa especial, ha surgido como una necesidad del mercado y como una

¹³ Sernatel, tomado: <http://www.regulaciontelecomunicaciones.gob.ec/>

¹⁴ A3: Resolución superintendencia de bancos y seguros Ecuador.

estrategia de los bancos ecuatorianos para seguir la tendencia de los mercados financieros internacionales que hacen uso intensivo de la tecnología de punta en un mundo cada vez más globalizado.

La banca electrónica fue completamente desarrollada en Estados Unidos en el año de 1995 de la mano del Security First National Bank (SFNB).

El operar virtualmente ha traído consigo una infinidad de nombres como es la banca por internet, banca virtual, banca en línea, banca electrónica o e-banking. Que no es más que realizar transacciones y poder acceder mediante Internet, pueden ser entidades con sucursales físicas o que sólo operan por Internet o por teléfono.

El atribuir un nombre adecuado a esta importante innovación tecnológica, trae consigo una infinidad de términos como lo nombramos en el primer párrafo, aunque conviene aclarar qué se entiende por cada una de ellos. Como su nombre lo dice la banca electrónica hace referencia a realizar transacciones mediante medios electrónicos como pueden ser cajeros electrónicos, teléfono y otras redes de comunicación, sin embargo, con este término se ha denominado a la banca por Internet o banca online, por lo que es necesario aclarar su definición, varios autores lo denominan como un medio de orden superior que tiene varios canales que incluyen también a la banca telefónica, la banca móvil a través de tecnología Wireless Application Protocol (WAP) que traslada Internet al teléfono móvil y la basada en televisión interactiva llamada iNet-televisión.

La banca por internet ofrece un sin número de herramientas a sus clientes para que puedan operar y acceder a los servicios financieros que presta la institución, esto lo puede realizar mediante un ordenador utilizando una conexión a la red internet en cualquier momento; mientras que para otros investigadores la banca por en línea es un nuevo tipo de sistema de información que aprovecha los recursos novedosos de Internet y la gran afluencia que esta tiene ha hecho que los clientes obtén por utilizar el espacio virtual logrando con esto dar comodidad al cliente.

Con lo que respecta a la banca virtual esta es considerada como una entidad que no tiene presencia física, es decir no cuenta con oficinas pero se la relaciona mucho con la banca virtual y electrónica.

El término banca virtual no estaría bien atribuido en el mercado, lo preciso y adecuado sería denominar banca electrónica o banca por internet ya que las organizaciones participantes en el mercado financiero tienen presencia física, son reales; a este concepto lo denominamos en términos generales, esto ha conllevado a que exista un cambio en la relación que tiene los inversores con el resto de instituciones financieras ya que el movimiento que tiene el cliente desde la banca tradicional que está basada en oficinas físicas a una banca automática en donde no cuentan con una presencia física sino operan a través de una red electrónica y automatizada.

2.2.3. Importancia de la banca electrónica

Hoy por hoy el sector bancario está evolucionando aceleradamente gracias a grandes cambios en el sistema tecnológico así como también por la globalización de la banca, sin dejar de lado los grandes esfuerzos que la industria bancaria realiza para conquistar nuevos segmentos de mercado beneficiándose así que la banca tradicional encuentre una nueva unidad estratégica de negocio dentro de la banca electrónica.

Estas innovaciones tecnológicas de comunicación han incidido significativamente en el incremento del comercio electrónico lo que conlleva a que se abran nuevos modelos y oportunidades de mercado financiero para que el negocio de la banca se siga ampliando. Buena prueba de ello lo representamos mediante el gran grado de despegue experimentado por la banca electrónica, que actualmente ha ido desplazando los servicios que presenta la banca tradicional para ofrecer nuevos productos más competitivos y adecuados a las necesidades de los clientes, además de reducir los costes operacionales, aumenta la eficiencia en la gestión y reduce los costes de transacción, tanto en lo nacionales como internacional. Todo ello repercute, sin duda, en un aumento de la productividad y en el bienestar económico en general de la economía Ecuatoriana.

2.2.4. Ventajas y desventajas de la banca electrónica de Mutualista Pichincha

La aparición de esta nueva tecnología que ha implementado el sector bancario trae consigo un sin número de ventajas competitivas desde el punto de vista del cliente y

empresa crea un valor agregado, no obstante se ha identificado un conjunto de inconvenientes que hace que ciertos clientes no adopten la utilización de la banca electrónica; se detalla a continuación sus ventajas y desventajas.

2.2.4.1. Ventajas

- ✓ Disponibilidad de servicios financieros las 24 horas del día, los 7 días de la semana.
- ✓ Fácil acceso para operar desde casa.
- ✓ Acceso a servicios financieros desde cualquier punto del mundo.
- ✓ Ahorro en tiempo.
- ✓ Disminución de costes para el banco y ahorro que se repercute en los clientes.
- ✓ Resulta más barato que un teléfono, más aun si cuenta con línea de información 902¹⁵
- ✓ Transparencia para acceder a información financiera.
- ✓ Capacidad para elegir cómodamente los servicios financieros por parte de los clientes.
- ✓ Gran gama de productos y servicios personalizados.
- ✓ Disminución en los costes para el cliente al momento de realizar transacciones.
- ✓ Mayor nivel de comunicación directa por parte de personería jurídica y natural con las entidades financieras.
- ✓ Nivel de beneficio superior para las entidades financieras, clientes naturales y jurídicos por la reducción de costes.
- ✓ Mayor efectividad al realizar procesos, disminución de errores.
- ✓ Nivel competitivo superior dentro de los mercados bancarios.
- ✓ Apertura de nuevas oportunidades de expansión hacia nuevos nichos de mercado.
- ✓ Un ahorro en costes al poder variarse la estructura de producción
- ✓ Mayor eficiencia en la gestión de datos
- ✓ Aparición de nuevos productos y el control en riesgos es superior.
- ✓ Aparición de un nuevo sistema para la distribución de productos y servicios financieros.

¹⁵ Solución de enrutamiento sobre plataforma de red inteligente para una gestión rápida.

2.2.4.2 Desventajas

- ✓ Intranquilidad y preocupación por la seguridad que brinda la institución ante la existencia de virus, paginas piratas, donde está en riesgo la confidencialidad de la información de los clientes.
- ✓ La no presencia física de la entidad; separación física entre el cliente y el banco.
- ✓ Desconocimiento de la información al utilizar la tecnológica por parte de clientes para acceder a servicios.
- ✓ Baja adopción de la red de internet en algunas zonas rurales o países en vías de desarrollo.
- ✓ Bajos conocimientos básicos sobre el uso del internet.
- ✓ La operatividad de las funciones financieras repetitivas y automatiza.
- ✓ Disminución del valor estratégico de la red de sucursales bancarias, el problema de exceso de capacidad en las entidades.
- ✓ No se logra ampliar la base de datos de clientes de la entidad, sino que se desplacen de los bancos tradicionales hacia las nuevas entidades a través de Internet, con unos márgenes más reducidos.

2.3. Perfil sociodemográfico de los usuarios de la banca electrónica

El perfil sociodemográfico de los usuarios de banca electrónica difiere mucho con el de las entidades financieras tradicionales por ende con el perfil medio de la población. El sector de banca tradicional seguirá dominando el mercado bancario aunque el internet haya acelerado la desintermediación no financiera eliminando los intermediarios financieros del sector bancario, el hecho de que los bancos online sean filiales es decir sean controlados una entidad por otra, los bancos tradicionales cuestiona que Internet haya reducido las barreras de entrada al sector, si a esto lo unimos la ampliación de las redes de oficinas de banca online, es previsible dirigirse a un mismo punto es decir una convergencia banca tradicional y banca electrónica.

La acelerada inclusión del internet en todos los aspectos de la economía ecuatoriana ha empezado a que sectores económicos reestructuren y modifiquen su sector. Es predecible que el internet tenga un mayor impacto en aquellos sectores cuya actividad económica sea más intensiva en información; en este sentido, el sector bancario es uno de los sectores que mayores transformaciones

está experimentando como consecuencia del advenimiento del nuevo canal de distribución Internet, de hecho, se puede afirmar que Internet ha tenido un impacto directo sobre dos aspectos relevantes del sector bancario.

Primero, la relación que existe entre los ofertantes y demandantes se está modificando porque existe mucha facilidad para los clientes al acceder a información y servicios bancarios. Esto constituye un nivel de fidelidad menor del cliente para con la entidad, ya que con el internet se puede conocer de forma inmediata y sin necesidad de recurrir a una sucursal, ofertas competitivas de diversos proveedores. Las instituciones financieras ya no cuentan con clientes relativamente cautivos, sino que buscan y se encuentran en la obligación de innovar sus servicios y productos financieros con el fin de mantener clientes y que estos servicios sean mejores de los que ofertan la competencia.

Segundo, se eliminan las barreras de entrada geográfica, pues la extensión del internet a través del mundo ha permitido que se creen nuevas entidades financieras en línea como en otros países tales como España, Estados Unidos estas entidades cuentan con una sola oficina y es suficientemente competente con el resto de instituciones financieras tradicionales. Aunque en el Ecuador existe una gama de red de oficinas extensa, esto ha hecho que sea una barrera para la aparición de nuevas entidades financieras.

2.4. Riesgos de la Banca electrónica

Internet es una red de redes expandida y con presencia en todo el mundo, al operar cibernéticamente las entidades financieras desconocen de alguna forma quien es la persona que está accediendo a su página web y por tanto solicitando sus servicios financieros, es por tal razón que los contratos que se celebren mediante línea con la institución financiera deben ser leídos en su totalidad, aceptando condiciones y estos deben estar regidos bajo principios de buena fe y verdad sabia.

En la siguiente tabla se describen los principales riesgos a los que están expuestos los usuarios de banca electrónica de Mutualista Pichincha sucursal Loja.

Tabla 1: Riesgos generales de la banca electrónica

Riesgos	Medidas para mitigarlos	Mecanismos de seguridad
Clonación de tarjetas de débito o crédito	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca pierda de vista sus tarjetas • No introducir sus tarjetas en cajeros automáticos que estén fuera de servicio o que tengan un dispositivo ajeno al mismo • Exija el comprobante de la transacción y verifique el monto así como todo el detalle de la transacción 	<ul style="list-style-type: none"> • Tecnología CHIP • Campañas informativas de seguridad • Notificación vía correo electrónico o SMS
Intercambio de tarjetas de débito y crédito	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca pierda de vista sus tarjetas • Al momento de recibir su tarjeta, fírmela por el reverso • No acepte ayuda de terceros cuando utilice sus tarjetas. • Luego de realizar una operación verifique que recibe nuevamente su tarjeta 	<ul style="list-style-type: none"> • Preguntas de desafío para autorizar transacciones.
Extravió, robo o hurto de sus tarjetas.	<ul style="list-style-type: none"> • Nunca pierda de vista sus tarjetas • En caso de extravió, robo, hurto o retención de su tarjeta comuníquese de inmediato a su banco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Notificaciones
Robo de información sensible.	<ul style="list-style-type: none"> • Evite realizar transacciones desde celulares y computadoras de otras personas o de acceso público. • Resguarde su información personal y financiera (contraseñas, claves, numeración de tarjetas de crédito, cuentas, etc.) • Verifique periódicamente su información financiera y confirme que reconoce todas las operaciones • No permita que otros visualicen su clave • Memorice su clave y contraseña secreta • Cambie su clave secreta de forma periódica • Mutualista Pichincha nunca solicita información a través de correos electrónicos y SMS. 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas informativas de seguridad

Fuente: Elaboración propia

En el presente cuadro se ha descrito los riesgos de forma general a los que están expuestos los clientes electrónicos y de manera específica los clientes de Mutualista Pichincha, en este se detalla también las medidas para mitigarlos y lo que debe cumplir los usuarios de banca electrónica para reducir el nivel de riesgo.

2.4.1. Riesgos estratégicos y de negocio

A este tipo de riesgo están expuestas las instituciones financieras que por negociaciones adversas o por implementación inadecuada de decisiones de negocio no comprenden a totalidad los aspectos técnico y estratégicos que rige la banca por internet; las instituciones financieras enfrentan grandes presiones por parte de la competencia ya que introducen servicios financieros sin un previo análisis de costo-beneficio, su estructura no podría estar completamente preparada para ofrecer este tipo de servicio. El sector bancario toma sus propias decisiones y estas afectaran o incrementaran a la futura rentabilidad del negocio.

2.4.2. Riesgos operativos

Este tipo de riesgo asume las entidades financieras prestadoras de los servicios financieros virtuales y están relacionados a la seguridad, es por ello que las autoridades estatales establecieron la legislación que es aplicable para el sector bancario para poder vigilar como se está desarrollando la actividad financiera y si estas están dentro del marco legislativo a las que deben regirse.

Por este motivo las entidades financieras deben tomar las medidas de seguridad pertinentes, con el fin de resguardar la información que poseen ya que es de absoluta confidencialidad por tanto no puede ser conocida por nadie internamente o externamente a menos de la persona que tiene la potestad y está legalmente autorizado.

El sector bancario que brinda este tipo de servicio está expuesto a que se produzcan fallos en el funcionamiento de la tecnología, expuestos a que se use la información de forma fraudulenta por terceras personas o incluso por parte de sus empleados u colaboradores, un posible fallo en los sistemas externos a la entidad y que son necesarios para utilizar y acceder a servicios está a disposición general de todos los usuarios.

2.4.3. Riesgos de reputación

Los riesgos de reputación a las que están expuestas las entidades financieras es muy elevado y se encuentra en todo aspecto, por lo que se dice que es

inversamente proporcional a la dependencia de la reputación de la entidad financiera sobre la seguridad y confianza que brinde, la manera en que el clientes la perciba al acceder a la gama de servicios que ofrezca mediante la red. A pesar de esto el cliente puede emplear ilícitamente o negligentemente los servicios financieros lo que también genera riesgo en la reputación.

Este tipo de riesgo está ligado con los dos que se mencionó anteriormente, la reputación de la banca es fundamental a la hora de que los clientes buscan trabajar con una entidad financiera y al momento de decidir por los servicios que la misma presta u otra entidad, por lo que cualquier fallo operativo por mínimo que este sea o por la estrategia que la entidad emplee y que pueda poner en duda la fiabilidad o seguridad de las transacciones puede ocasionar los siguientes inconvenientes.

a. Fuga de clientes hacia la competencia, la recuperación de los mismos será muy difícil ya que el entorno bancario es muy competitivo.

b. La pérdida de clientes potenciales, esto se puede dar por malas experiencias y la forma como es percibida por los clientes, de esto nace los clientes insatisfechos que pueden emitir comentarios que afecten a la credibilidad de la institución. Además de esto el mal uso de la banca en línea lleva a los usuarios a contratar productos y servicios en condiciones desfavorables lo que perjudica la imagen de la institución.

2.4.4. Riesgos legales

Este tipo de riesgo se deriva de la vigilancia a la que se encuentra sometida la banca electrónica que puede vulnerar los derechos a la intimidad, confiabilidad de los clientes de la entidad.

Las operaciones que se realicen mediante la banca electrónica son muy vulnerables para cometer delitos, por esto se requiere que la institución financiera cuente con sistemas de seguridad establecidos con el fin de poder identificar la identidad de la persona que está utilizando el portal web de la institución, con esto conocer cuál es la procedencia del dinero por intermedio de justificativos que respalden el dinero que entregan a la institución para su administración, con la utilización y el manejo de estos sistemas electrónicos es más fácil cometer delitos como el lavado de activos proveniente de actividades ilícitas, contrabando, extorción, o que sea herramienta de

lo hacker para vaciar cuentas de clientes o usuarios mediante el sistema virtual, esto conlleva a los siguiente.

- a. El tener que afrontar demandas por parte de sus clientes que hayan sido objeto de fraudes o mal manejo de información confidencial.
- b. El no conocer adecuadamente la legislación vigente o el incumplimiento de esta normativa causa riesgo legal a la institución. A pesar de que la banca electrónica incrementa la eficiencia y la competitividad entre instituciones no debe dejar de lado el realizar esfuerzos para reducir al más mínimo sus costes y por ende incrementar la productividad y hacer frente a la creciente y acelerada competencia tradicional.

El e-banking es una herramienta muy innovadora y novedosa en que las instituciones financieras no han dudado en invertir e implementarlo en los últimos años, en el mismo se observan dos grandes problemas.

Primero, no se fomenta la cultura de informar al cliente para el manejo del servicio que presta la institución, así la entidad no logra tener una implementación efectiva; segundo las instituciones financieras no disponen de información completa sobre sus clientes para implementar y ofrecer productos o servicios acordes a sus necesidades de manera de llegar a un nivel de satisfacción óptimo.

A estos dos problemas le añadimos uno más, es la carencia de conocimientos económicos necesarios que necesitan nuestros clientes para comprender la magnitud de los productos que son ofrecidos ya que día a día son más sofisticados, así nace la necesidad de ofrecer mayor información clara y comprensible sobre los servicios financieros ofertados, a la carencia de esta información los clientes llegan a establecer y analizar condiciones de la institución frente a otra, es decir hacer una comparación entre servicios ofertados.

Para optimizar la utilización de la banca en línea, las instituciones financieras deben tratar de solventar los problemas que se me mencionaron anteriormente y sobre todo el primero de ellos en donde dice que se debe crear una cultura de aprendizaje para captar un nivel mayor de usuarios a través de la banca en línea y que esto

provoque una efectiva reducción de los costes como para la institución y para el cliente.

2.5. Características generales de usuarios de banca electrónica de Mutualista Pichincha sucursal Loja.

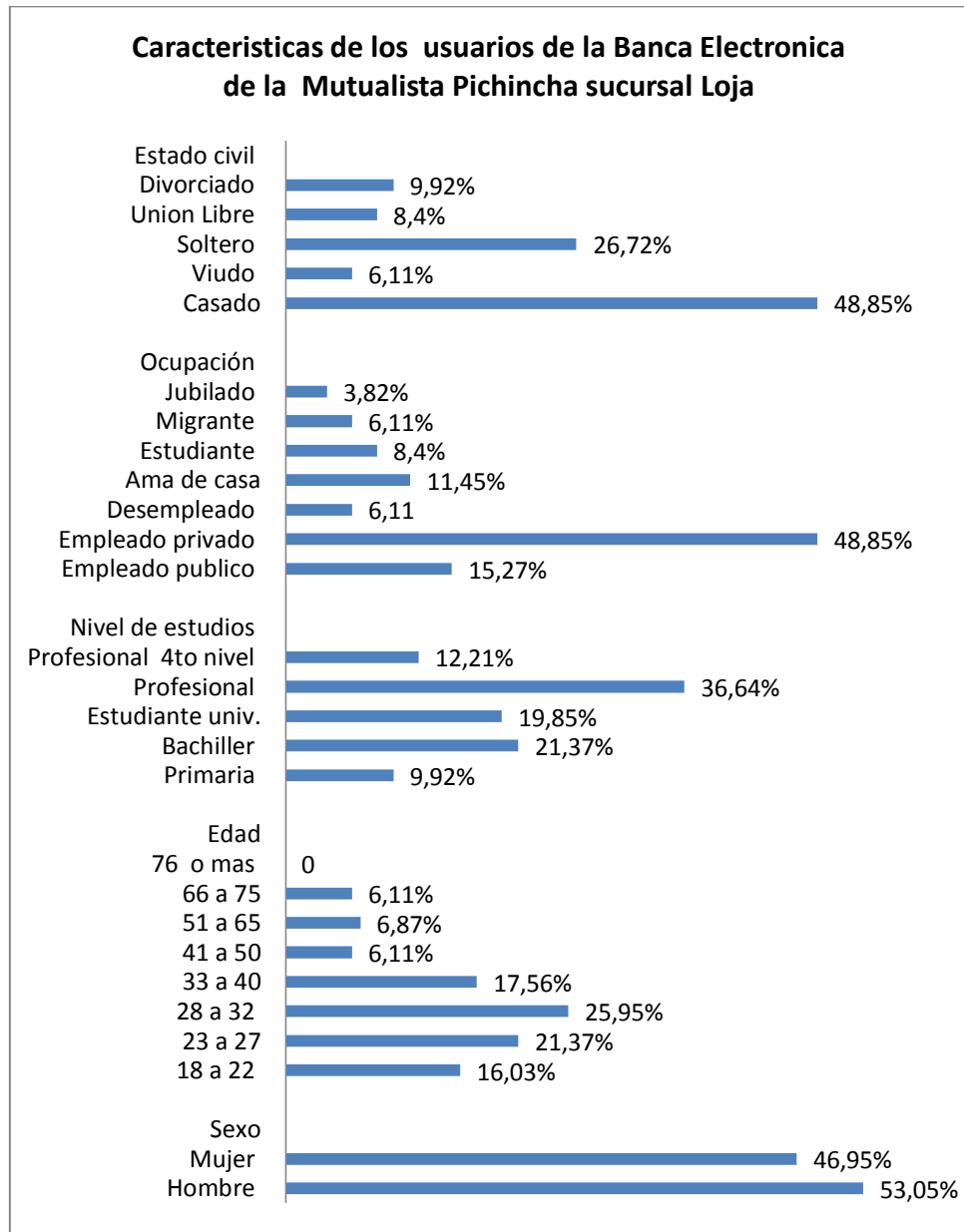
Una vez recolectado las opiniones de todos los clientes encuestados acerca de la banca electrónica de la Mutualista Pichincha, se ha llegado a determinar las siguientes características generales:

Con respecto al sexo del encuestado, la intensidad de los servicios electrónicos es mayor en los hombres que las mujeres, en el presente estudio predomino individuos con edad inferior a 32 años, aunque el segmento de 33 a 40 años es bastante significativo.

Con respecto al nivel de estudios, se registra que más utilizan la banca electrónica los estudiantes universitarios y profesionales, casados, con situación laboral en el sector público como privado, los mismos que tienen una antigüedad mayor a un año como clientes de Mutualista Pichincha, lo que evidencia un porcentaje importante de fidelización con la institución.

Los usuarios destacan utilizar banca electrónica para consulta de saldos y movimientos. (Ver gráfico siguiente.)

Figura 5: Características de los usuarios



Fuente: Elaboración propia, información clientes de Mutualista Pichincha

Estas son las características del cliente electrónico de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, clientes que han accedido a utilizar los servicios electrónicos de la institución.

Se detalla a continuación los rasgos generales:

- ✓ El cliente no necesita estar presente físicamente en la oficinas de la entidad, él puede realizar cualquier tipo de operación a través de la página web del banco, e-mail, teléfono, este no tendrá en cuenta cuan cerca o lejos este de la entidad.

- ✓ Existe información de toda la gran gama de servicios que la institución presta y el coste por cada servicio brindado.
- ✓ La institución necesita un plus de “FQA’s” que es, una sección para preguntas frecuentes que los clientes necesitan para despejar sus inquietudes frente al uso de la banca en línea y con eso se logran un buen servicio.
- ✓ Las páginas web proporcionadas por la institución y el acceso a estos deben ser de fácil comprensión y utilización para todos sus clientes, sin necesidad de que estos comprenden la tecnología.
- ✓ Todas las operaciones que el cliente realice dentro del portal de web de la institución deben ser fáciles de ejecutar a esto añadirle información clara, para que el usuario conozca perfectamente el valor a pagar por la transacción que realiza, verificar, rectificar, antes de enviar o dar por terminado un proceso.
- ✓ Todas las gestiones en general que el cliente vaya a realizar debe hacerlo a través de una página segura, es aquí en donde la institución debe brindar un servicio de seguridad cien por ciento reforzado.
- ✓ La banca en línea pueden tener presencia física en algunos casos, o solo pueden operar mediante la red de internet sin presencia física, es por ello que el cliente debe asegurarse que el banco con el que va a operar realmente exista y este aprobado por el organismo regulador vigente nacional.
- ✓ El cliente debe estar al tanto que si tiene algún problema con bancos extranjeros este puede recurrir a organismos nacionales de reclamación de servicios financieros mediante una red de cooperación.
- ✓ Finalmente, el servicio percibido por los usuarios además de satisfacer su necesidad debe ser rentable, para que el cliente se sienta conforme entre lo que paga por el servicio y lo que recibe de la institución.

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III

3. Análisis de la aceptación y percepción

3.1. Estudio de Mercado

El objeto del estudio es poder conocer el nivel de aceptación y percepción que tienen los clientes para acceder a servicios financieros mediante la banca electrónica de Mutualista Pichincha sucursal Loja, llegando así a determinar si han cumplido con sus expectativas, para proceder luego con un posterior análisis a determinar si esto repercute en el ofrecimiento de los servicios financieros electrónicos. De esta manera, con los resultados obtenidos se podrá proponer acciones específicas y a la vez orientar a establecer políticas de mejora que beneficien a las áreas que necesitan mayor énfasis para así brindar un mejor servicio.

3.1.1. Herramienta de estudio

La manera en que se van a recolectar los datos para conocer el nivel de aceptación y percepción que tiene la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, es a través de encuestas dirigidos a los clientes que acuden a la institución, visita en sus lugares de trabajo como también entrevistas a directivos y jefes de área de la institución para de esta manera agilizar el estudio.

3.1.2. Diseño de selección de la muestra

El tipo de muestreo que se va aplicar es el probabilístico, es decir sobre los diferentes elementos de la muestra se aplica una selección al azar.

3.1.3. Tamaño de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se consideró como universo al número de clientes que tiene la Mutualista Pichincha sucursal Loja hasta febrero del 2013.

Se han considerado 262 clientes al azar, número que resulta del cálculo mediante la aplicación de la fórmula de población finita, explicándola así:

$$n = \frac{Z^2 pqN}{e^2(N - 1) + Z^2 pq}$$

Z	Nivel de confianza 95%	1.96	Resultado numerador	13445.6
p	variabilidad negativa	50%		
q	variabilidad positiva	50%	Resultado denominador	51,3568
N	tamaño de la población	14000		
e	error	0.06	Tamaño de la muestra	262

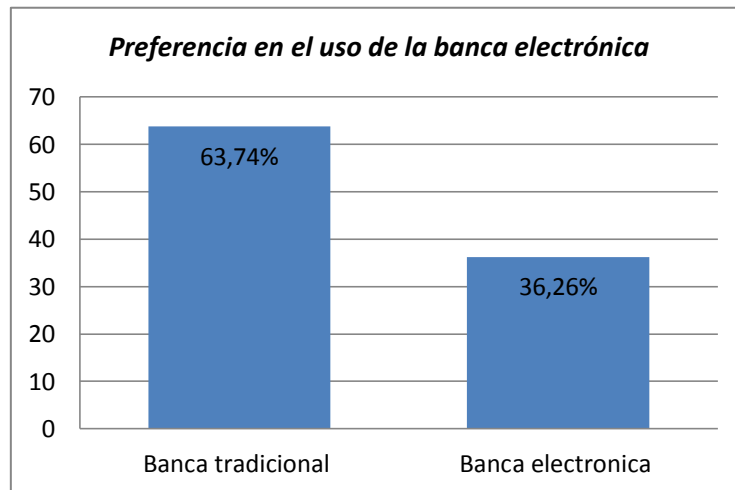
3.2. Especificación del contenido

Una vez realizadas las 262 encuestas a los clientes de la Mutualista Pichincha sucursal Loja se podrá determinar el grado de aceptación y percepción que tienen los clientes para acceder a los servicios financieros mediante la banca electrónica.

A continuación podemos observar los datos de las encuestas aplicados a los clientes de la Mutualista Pichincha sucursal Loja.

3.2.1. Resultados que determinan el nivel de aceptación de los clientes para acceder a servicios financieros a través de la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja.

Gráfico Nro. 1



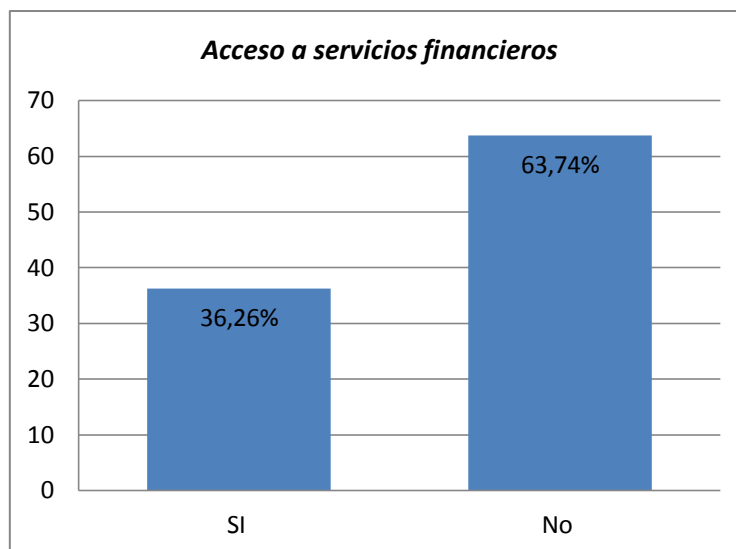
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja.

Mutualista Pichincha sucursal Loja se encuentra brindando el servicio de banca electrónica alrededor de 8 años, sin embargo el porcentaje correspondiente a aceptación de banca electrónica alcanza un 36%, porcentaje que no representa ni la media de la población total.

A pesar que la entidad financiera ha ampliado recursos para captar un mayor número de clientes electrónicos como es la implementación de banca móvil, etc. Esta no tiene mayor acogida, en la gráfica se refleja el nivel de superioridad que tiene la banca tradicional frente a la banca electrónica

Gráfico Nro. 2

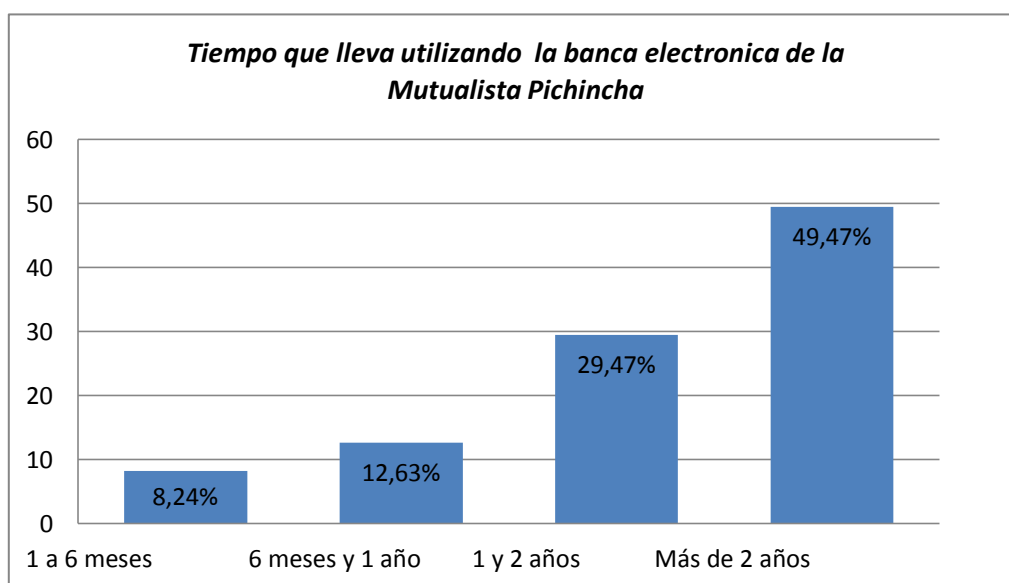


Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja.

De los clientes participantes en el estudio el 64% no han accedido a servicios financieros a través de la banca electrónica, por tanto son usuarios de banca tradicional, tan solo el 36% del total de la población de Mutualista Pichincha opera electrónicamente, porcentaje relativamente bajo en la aceptación que tienen hacia la banca electrónica de la institución, en graficas posteriores se detallara los motivos por que los clientes no utilizan esta innovación adoptada por la institución.

Gráfico Nro. 3



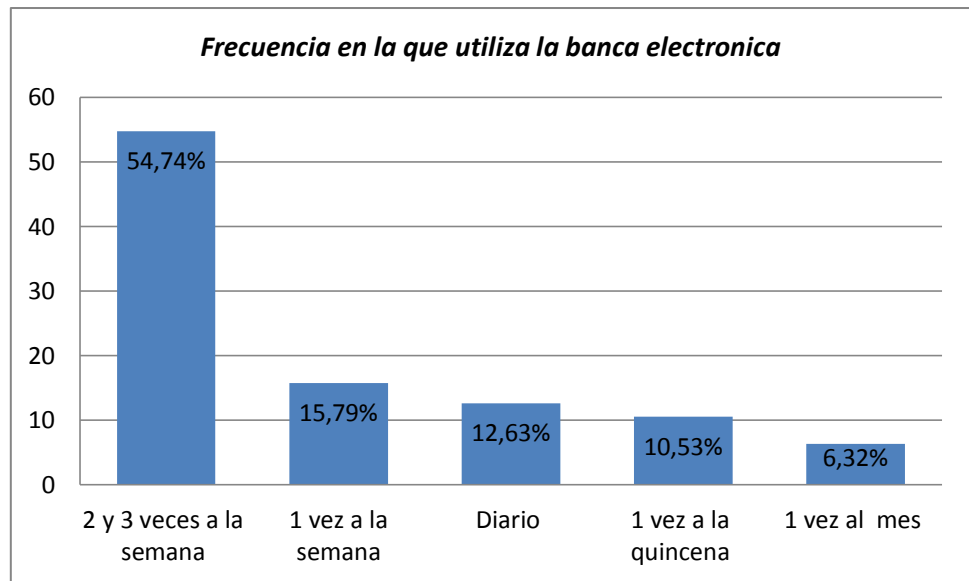
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Mutualista Pichincha sucursal Loja cuenta con un 49% de clientes que llevan utilizando la banca electrónica más de dos años valor representativo porque el cliente electrónico se ha mantenido en el transcurso del tiempo, demostrando aceptación hacia el servicio, un 30% de los clientes electrónicos indico operar entre uno y dos años, haciendo un total de estos dos datos recolectados tenemos que un 79% de usuarios conocen la banca electrónica y han operado sin inconvenientes por más de un año demostrando así un nivel de aceptación muy significativo.

Vale aclarar que el 79% está tomando de la población de clientes que solo utiliza la banca electrónica de la Mutualista Pichincha.

Gráfico Nro. 4



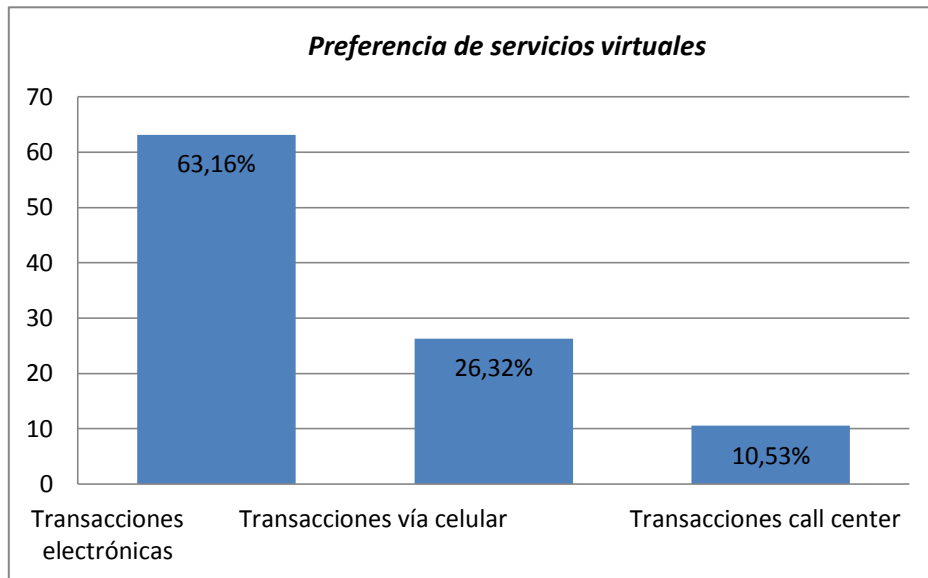
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Mediante esta grafica se pretenden demostrar la frecuencia de los clientes al utilizar la banca electrónica de Mutualista Pichincha sucursal Loja, y así demostrar la aceptación que tiene la misma.

El 54% del total de encuestados que utilizan la banca electrónica indico frecuentar el servicio varias veces a la semana esto comprende entre dos a tres veces por semana y un 15% recurre al menos una vez semanalmente, totalizando estos datos un 69% del total de la población de clientes electrónicos que acepta la banca electrónica por las facilidades que esta brinda, las mismas que serán detalladas en graficas posteriores.

Gráfico Nro. 5



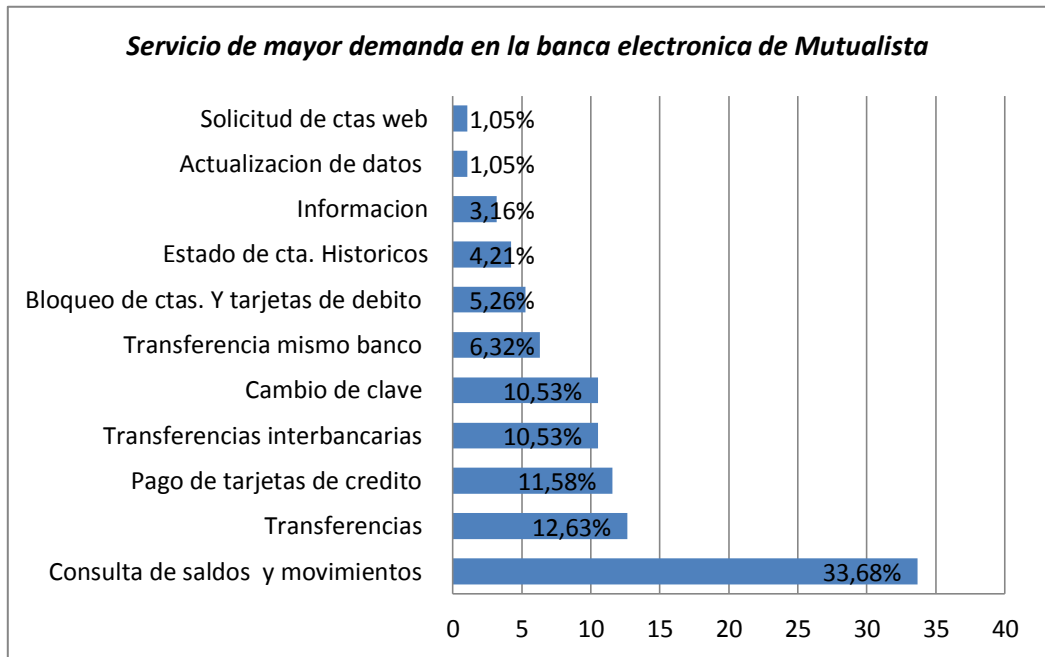
Elaborado: Las autora

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Del total de la población de clientes que utilizan la banca electrónica de Mutualista Pichincha, el 63% indicó preferencia hacia las transacciones electrónicas esta comprende operar en línea es decir mediante la web y cajero automático ya sea por la rapidez y la facilidad. Tan solo un 26% prefiere las operaciones vía celular y un 10 % se decide a operar mediante call center.

Se refleja claramente el nivel de aceptación de la banca electrónica por parte de los clientes, aunque consideran y optan más por la utilización de cajeros automáticos.

Gráfico Nro. 6



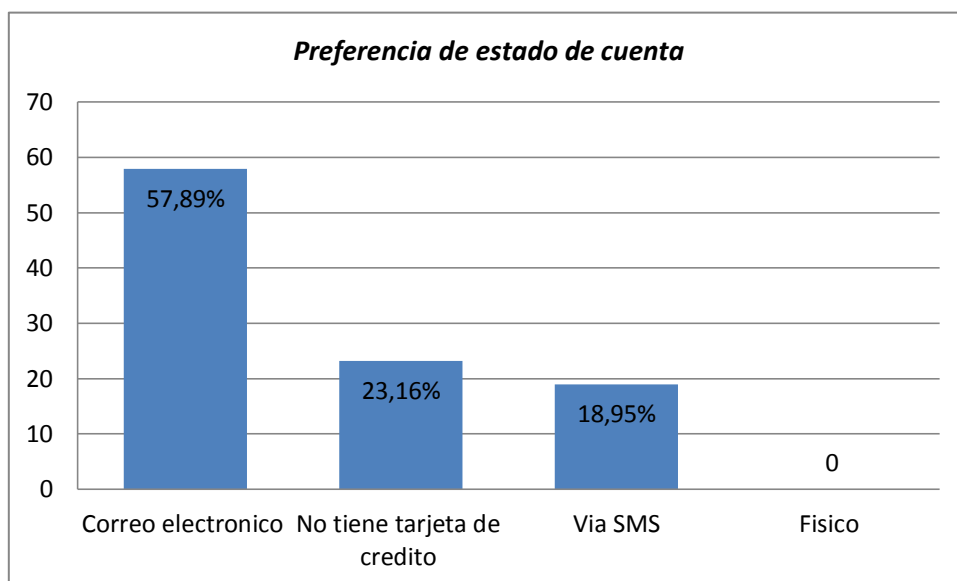
Elaborado: Las autora

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja.

En esta gráfica se pretende demostrar el servicio financiero de mayor demanda en la banca electrónica de Mutualista Pichincha sucursal Loja.

Como es notable el 36% de encuestados indicaron utilizar la banca electrónica para realizar consultas de saldos y movimientos seguido de transferencias siendo estos las operaciones más comunes que el cliente realiza, de alguna manera el cliente mitiga el riesgo como portar grandes cantidades de dinero en efectivo, y mantener una constante revisión de sus saldos y movimientos, de esta manera el cliente también denota la transparencia de la institución con el resguardo de las obligaciones contraídas. Aunque la institución financiera brinda una amplia gama de servicios en la web estos son utilizados en porcentajes muy bajos.

Gráfico Nro. 7



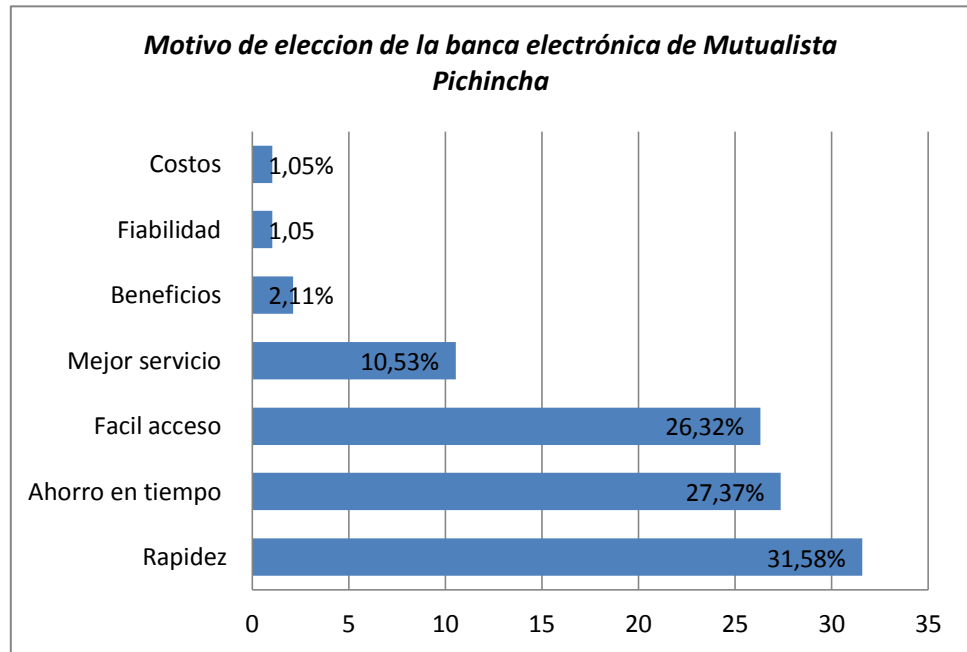
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja.

Cientes que utilizan la banca electrónica de Mutualista Pichincha sucursal Loja expresaron en un 57% que prefieren su estado de cuenta vía correo electrónico, un 18 % pide se remita mediante la utilización de la banca móvil. Valores bastante considerables en donde se denota el nivel de aceptación que tienen los clientes hacia este tipo de servicio ya sea por la discreción en manejo de sus cuentas, por el fácil acceso y comodidad que este medio brinda al cliente.

Adicional a esto Mutualista Pichincha sucursal Loja tiene un 23% de la población libre para pensar en estrategias de colocación de tarjetas de crédito.

Gráfico Nro. 8



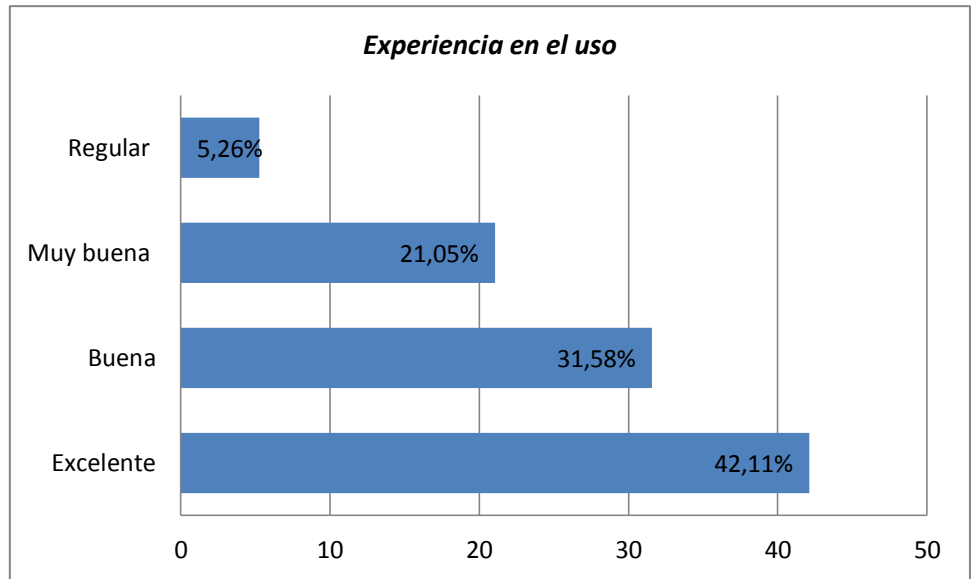
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Como se lo menciono anteriormente en la presente grafica se detallan los motivos por los cuales los clientes prefieren la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja.

Los clientes consideran en un 31% que es importante por la rapidez al realizar las transacciones pues se logra un ahorro en tiempo, estas características son fundamentales desde el punto de vista del cliente, sin dejar de lado el fácil acceso para ingresar al portal web este está representado en un 26% de la preferencia por la banca electrónica; es importante destacar también que un 11% del número de encuestados cree que el servicio es mucho mejor operando electrónicamente que asistir a una sucursal bancaria.

Gráfico Nro. 9



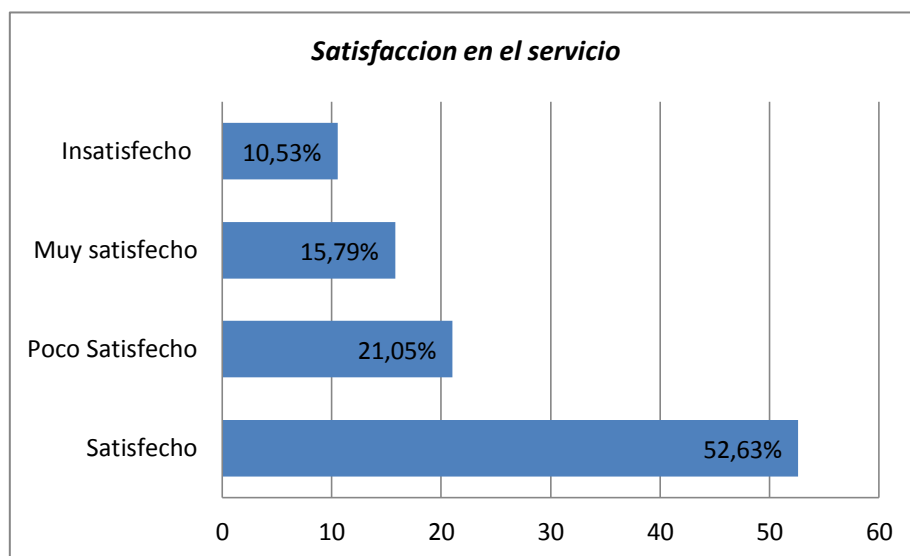
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

La experiencia es lo mejor que puede tener un cliente, es así que un 42% de los clientes electrónicos de Mutualista Pichincha sucursal Loja consideran que su experiencia de uso fue excelente, un 21% lo consideran muy bueno, el 32% que es bueno, esto es muy destacable ya que la institución se mantiene en un rango positivo.

Mediante esta gráfica se denota la aceptación por los servicios electrónicos, por ende la satisfacción del cliente al utilizarlos; la banca electrónica además de brindar comodidad y agilidad en las operaciones es una nueva solución de seguridad que ayuda a alcanzar objetivos trazados por la institución financiera y extender soluciones rápidas, a través de sus diferentes herramientas que son cómodas y seguras para sus clientes.

Gráfico Nro. 10



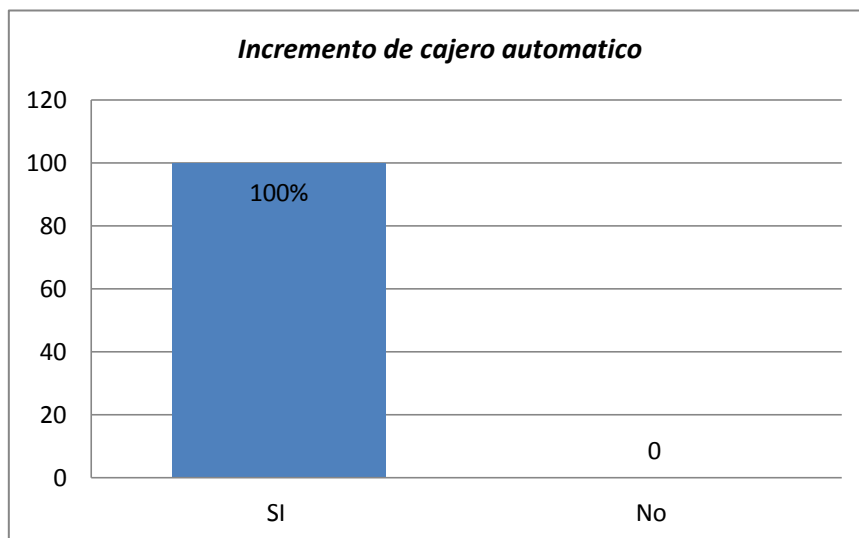
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

El nivel de satisfacción que tienen los clientes hacia la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja es bueno, pues un 52% de clientes se sienten satisfechos por el servicio electrónico que reciben de la institución.

Por tanto, el nivel de aceptación hacia los servicios financieros mediante la banca electrónica es positivo, vale aclarar que un 21% de clientes consideran que se sienten poco satisfechos esto debido al proceso de cambio al operar de la banca tradicional a la banca electrónica, se puede asegurar que es cuestión de tiempo para que el cliente se incursione cada día más en el mundo de operar electrónicamente.

Gráfico Nro. 11



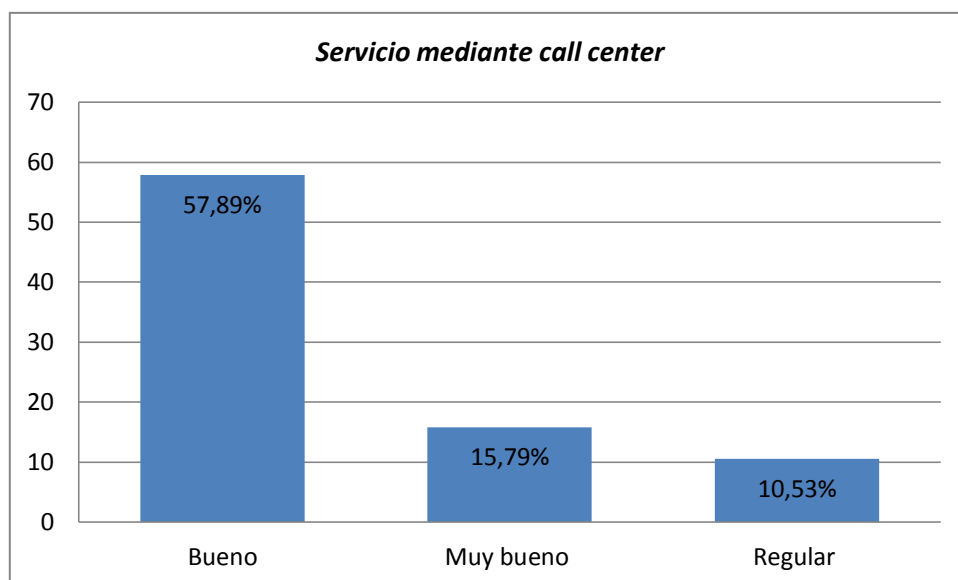
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Mutualista Pichincha sucursal Loja, cuenta actualmente con un solo cajero a nivel de la ciudad, es por ello que sus clientes requieren en un 100% el incremento de un cajero automático pues indicaron la dificultad para acceder al centro de la ciudad para realizar retiros.

La demanda por incrementar cajeros automáticos es alta, pues existe un gran número de clientes interesados en operar dentro de este sistema electrónico, el mismo que ofrece rapidez, comodidad y seguridad al operar, con esto se logra que el cliente se sienta satisfecho con el servicio que brinda la institución financiera.

Gráfico Nro. 12



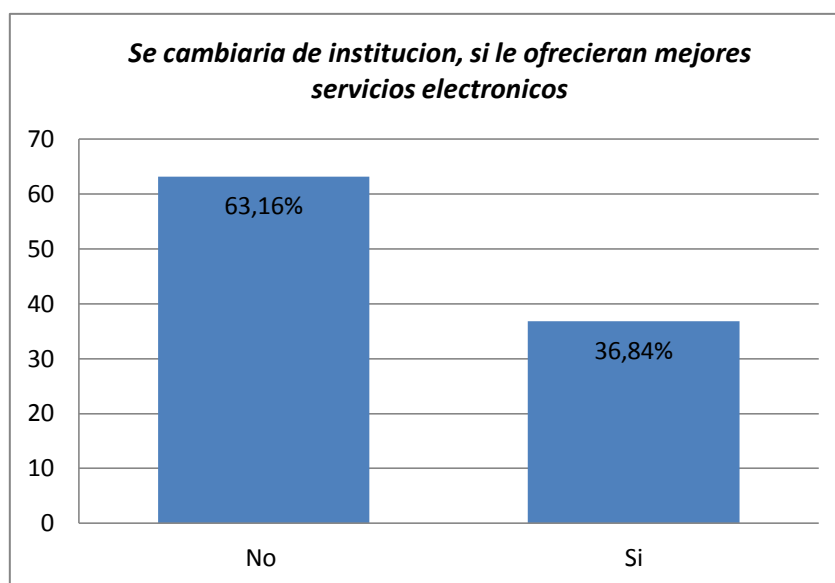
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

El call center es otro sistema electrónico que mantiene Mutualista Pichincha sucursal Loja, este servicio es considerado en un 57% como bueno y en un 15% como muy bueno.

Valores muy significativos para evaluar el servicio mediante llamadas telefónicas, hay que resaltar que mediante el call center los clientes pueden acceder a cualquier tipo de operación ya sea de forma automatizada o personalizada con tan solo seleccionar la opción correcta, al observar dichos porcentajes elevados se puede determinar que existe aceptación hacia este canal electrónico.

Gráfico Nro. 13



Elaborado: Las autoras

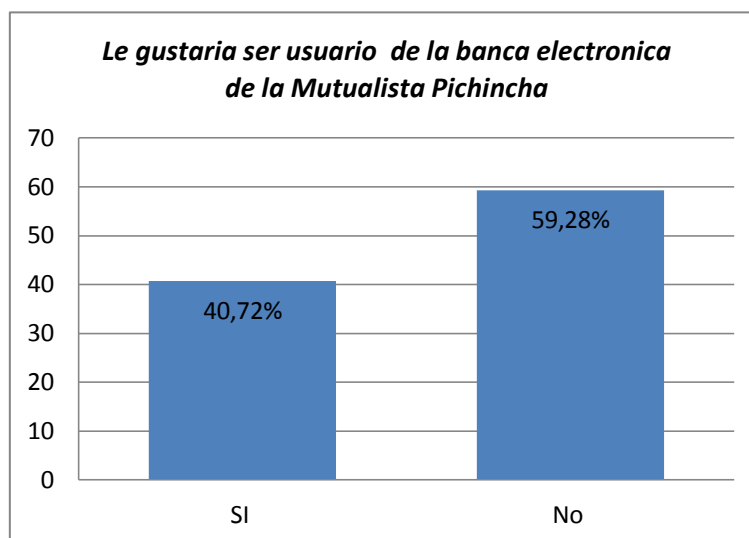
Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

En esta grafica podemos indicar la confiabilidad, lealtad, satisfacción y aceptación que tienen los clientes por la institución financiera y por ende por la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, el 63% de los usuarios electrónicos indican que no se cambiarían de entidad financiera así dicha institución ofreciera mayor innovación en servicios electrónicos.

Sin embargo el 37% de clientes electrónicos indican que si cambiarían de institución financiera si esta ofreciera mejores servicios electrónicos ya que para ellos es primordial trabajar con banca electrónica ya que sus negocios giran en torno a lo electrónico o se les dificulta el acceso hasta la entidad financiera.

3.2.2 Resultados que determinan el nivel de percepción de los clientes para acceder a servicios financieros a través de la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja.

Gráfico Nro. 1



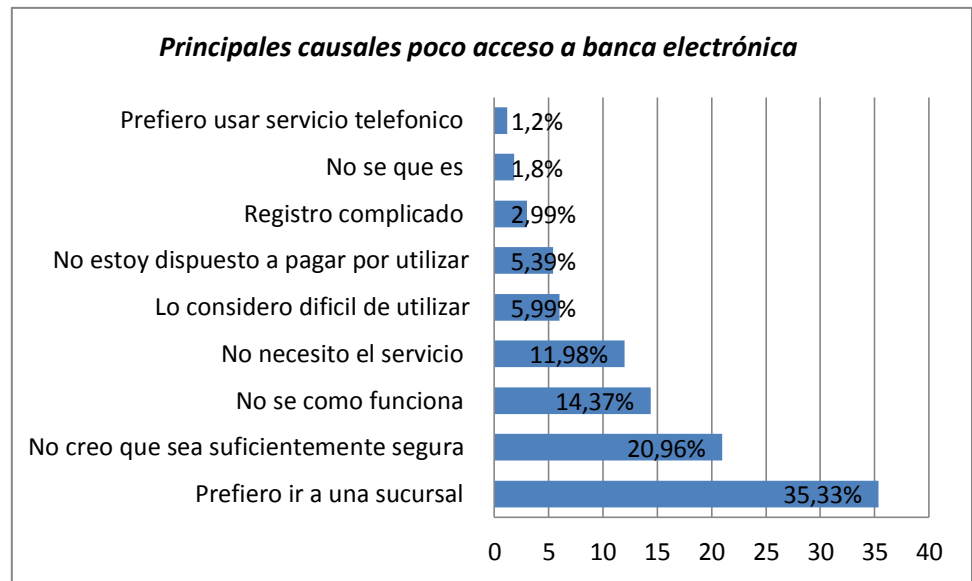
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

De la cantidad de clientes que utilizan la banca tradicional el 59% indicaron que no tienen interés en ser usuarios de la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, expresaron sentirse cómodos asistiendo a un lugar físico con presencia física, no tienen confianza, o no necesitan del servicio.

Bajo estos antecedentes podemos indicar que existe una percepción negativa acerca de la banca electrónica, los motivos se mencionaran en graficas siguientes.

Gráfico Nro. 2



Elaborado: Las autoras

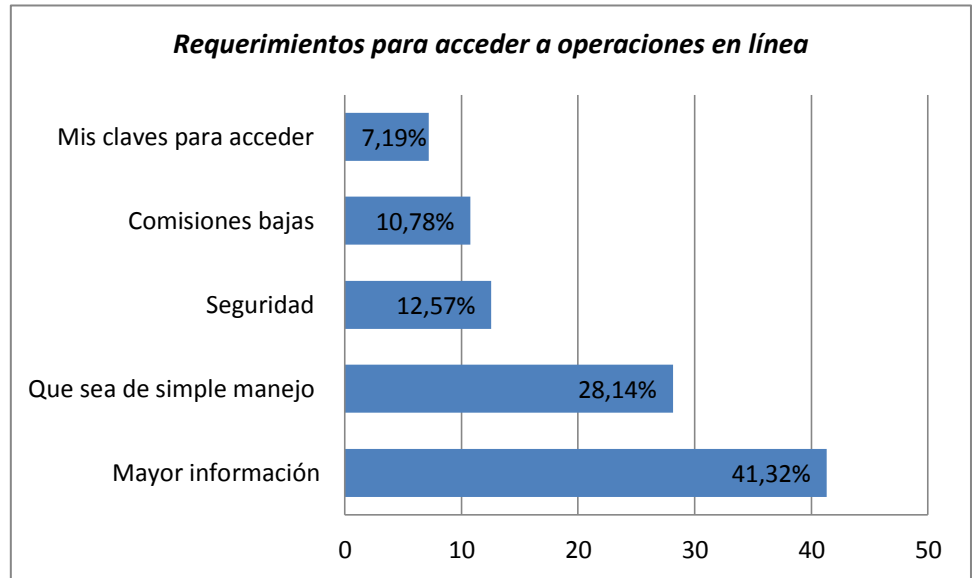
Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Mediante esta gráfica se podrá determinar el principal motivo por el cual los clientes de la Mutualista Pichincha sucursal Loja no utilizan la banca electrónica y por ende cuál es su percepción frente a esta.

Un 35% indican que prefieren ir hasta una sucursal bancaria, pues no creen que el servicio electrónico sea suficientemente seguro, muchos de estos clientes desconocen cómo funciona el sistema y en algunas ocasiones expresaron no necesitar el servicio.

Bajo estos antecedentes podemos deducir que existe una percepción negativa hacia el servicio de banca electrónica, estos clientes asumen un nivel de riesgo elevado por lo que prefieren seguir operando mediante la banca tradicional.

Gráfico Nro. 3



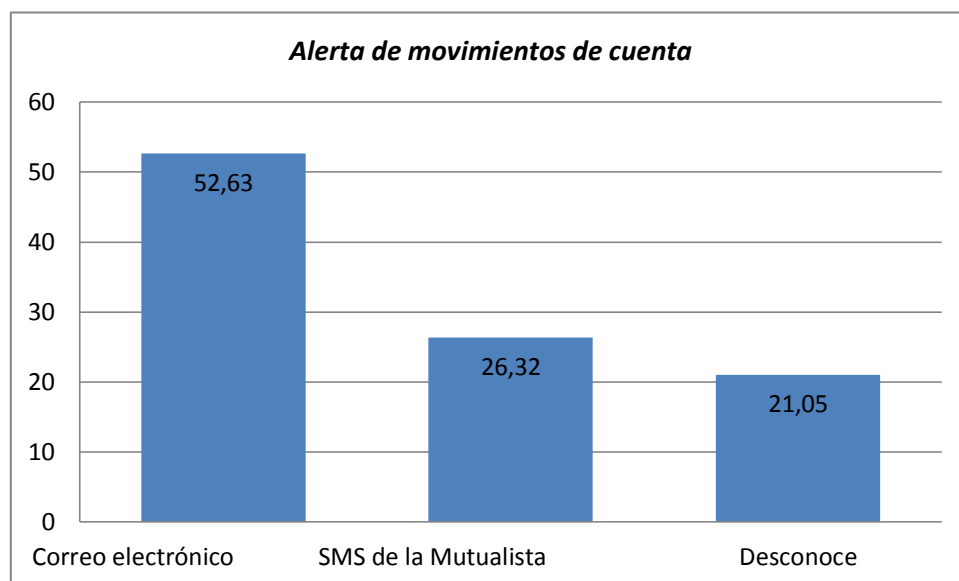
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Los clientes de banca tradicional perciben a la banca electrónica de forma negativa y por tanto los requerimientos que necesitan para acceder a operación electrónicas son: el 41% de clientes requiere de mayor información, un 28% que sea de simple manejo y un 13 % exigen niveles de seguridad altos.

La falta de conocimiento e información hace que los clientes perciban de mala manera los servicios, es aquí donde Mutualista Pichincha debe trabajar intensamente para educar al cliente, y así tener clientes potenciales futuros usuarios de banca electrónica.

Gráfico Nro. 4



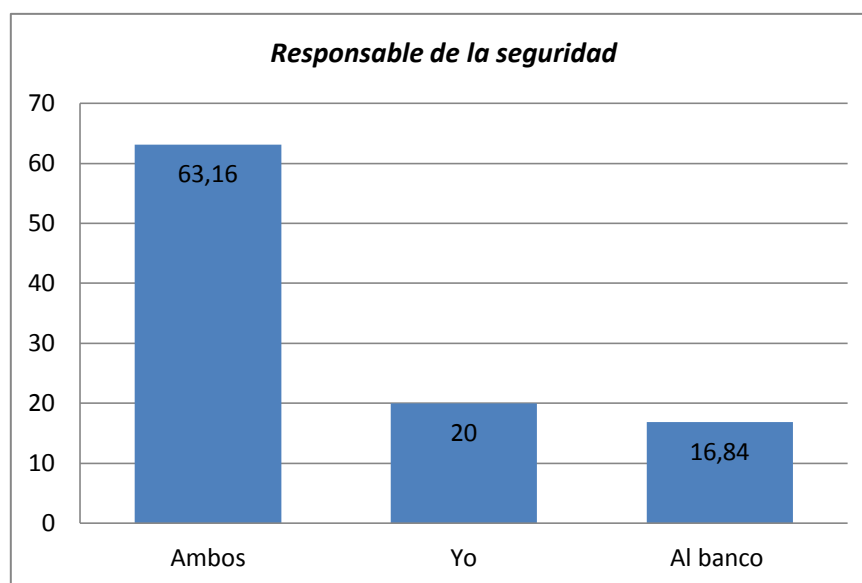
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Mutualista Pichincha sucursal Loja, con el fin de brindar un nivel de seguridad alto ha implementado el sistema de alerta de movimiento de cuenta para que el cliente perciba de alguna manera el servicio de forma positiva.

Sin embargo, el 21% de los clientes que operan mediante la banca electrónica expresan que desconocen del servicio, tan solo el 52% prefieren que esta alerta se la realice mediante el correo electrónico y mensajes al móvil, este tipo de aviso cuando el cliente realice transacciones electrónicas, lo realizan con el fin de que el cliente se mantenga informado y su percepción hacia el servicio cambie.

Gráfico Nro. 5



Elaborado: Las autoras

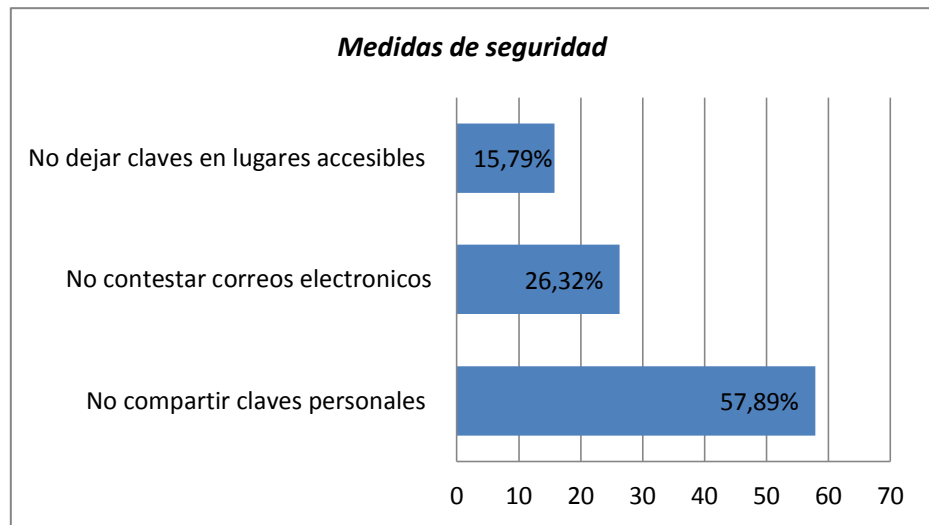
Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Los clientes que utilizan la banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, consideran en un 63% que los responsables de la seguridad son las dos partes es decir el banco y el cliente. El 20% de clientes se consideran responsables de la seguridad al operar electrónicamente.

Existe miedo a los posibles fraudes virtuales, expresando que resulta difícil confiar en algo que no pueden ver, tocar y guardar físicamente, es diferente la sensación de dar un clic para realizar una transferencia electrónica que recibir un comprobante de pago de la mano del cajero de la entidad financiera, es por ello que perciben negativamente este servicio.

Sin embargo, poco a poco, los clientes de Mutualista Pichincha sucursal Loja han ido abandonando los prejuicios y se han ido aventurando a usar otros servicios en línea, el utilizar la banca por internet no es sólo mucho más cómodo sino que puede resultar también más seguro.

Gráfico Nro. 6



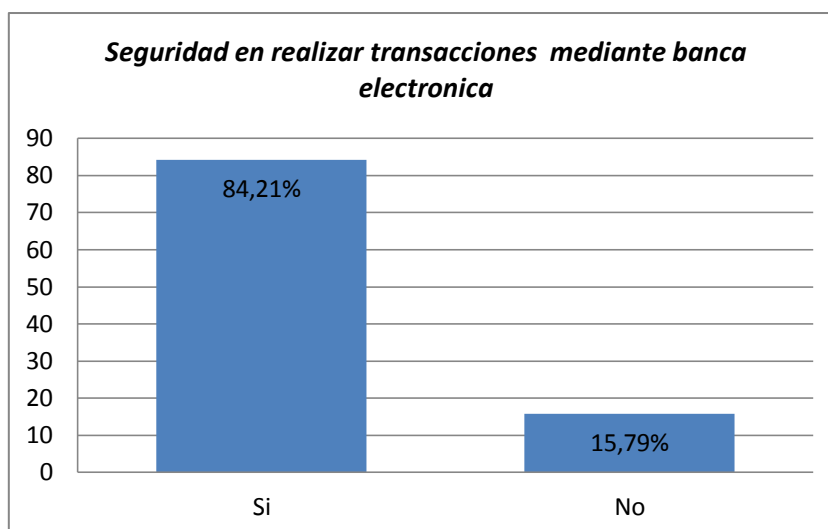
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

El 58% de clientes que operan mediante la banca electrónica consideran que la principal medida de seguridad que toman para utilizar la banca por internet es no compartir claves personales, en un 26% con contestar correo electrónicos que pidan actualizar datos como tampoco dejar claves en lugares accesibles, tomando estas medidas disminuimos el nivel de riesgo y por ende se logra percibir el servicio electrónico de mejor manera.

Adicional a esto los clientes electrónicos de Mutualista Pichincha expresan que para usar mejor las opciones de banca por Internet se debe verificar con anticipación en el banco cuál será el protocolo a seguir como usuario, esto ayudara a que se incremente la confianza por el servicio electrónico.

Gráfico Nro. 7



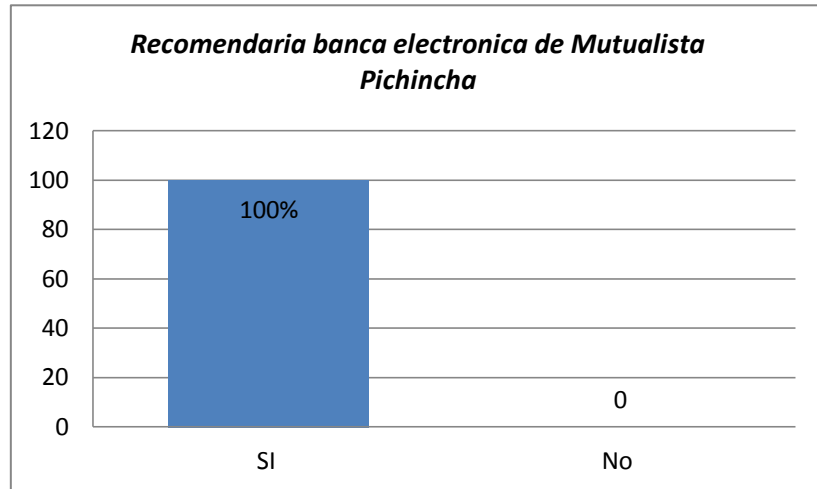
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Los clientes de banca electrónica de Mutualista Pichincha expresan en un 84% sentirse seguros al realizar transacciones mediante la banca electrónica, mientras que el 15% percibe un nivel de riesgo elevado debido a los hackers del internet y las posibles intrusiones informáticas fraudulentas.

Es así como los clientes perciben el servicio de banca electrónica de manera negativa, los factores de seguridad y desconfianza son muy influyentes en la toma de decisiones del cliente.

Gráfico Nro. 8



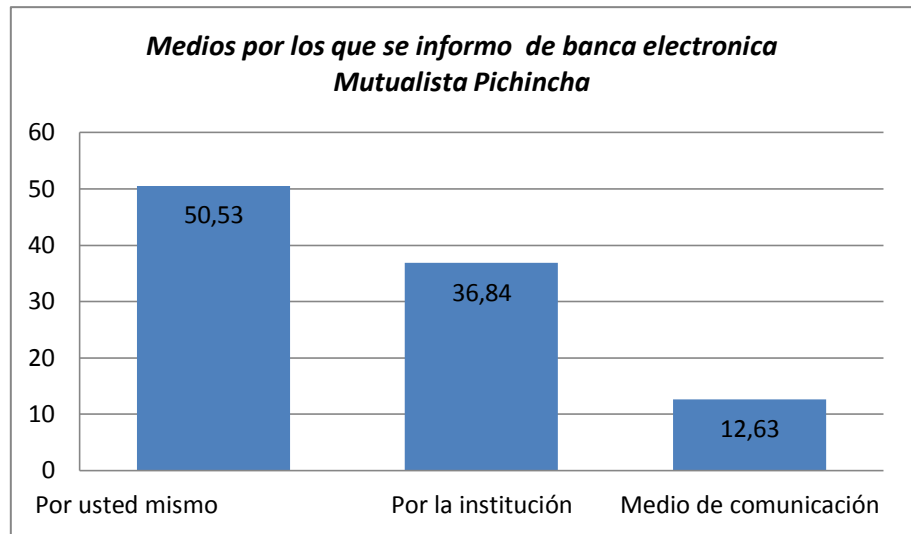
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

El 100% de los clientes que utilizan la banca electrónica indican que recomendarían a un amigo o familiar el servicio electrónico de la Mutualista Pichincha sucursal Loja.

De los clientes que ya han operado mediante la banca electrónica expresan tener percepción positiva y están dispuestos a difundirlo con terceros, también se refleja el nivel de lealtad y fidelidad de los clientes para con la institución.

Gráfico Nro. 9



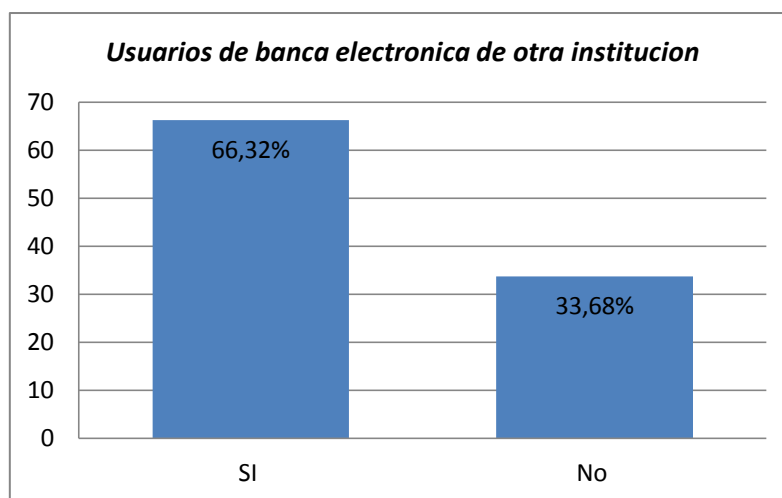
Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

Al menos la mitad de los clientes que utilizan el servicio de banca electrónica de la Mutualista Pichincha sucursal Loja, han llegado a conocer de la existencia de banca electrónica a través de amigos, colegas o contactos personales, ratificando que la publicidad boca a boca es más efectiva, sin dejar a lado la publicidad normalmente empleada por la institución.

La falta de difusión, de información por parte de la entidad, hace que los clientes perciban un gran nivel de riesgo y desconfianza, por tanto se considera una percepción negativa, pues tan solo el 36% de los clientes se informó de la banca electrónica por parte de la institución.

Gráfico Nro. 10



Elaborado: Las autoras

Fuente: Encuesta clientes Mutualista Pichincha sucursal Loja

En esta gráfica se puede determinar que el 66% de los clientes mantienen cuenta de banca electrónica en otra institución financiera y el 33% solo opera con banca electrónica de Mutualista Pichincha.

Una vez más podemos concluir diciendo que la percepción de los clientes hacia la banca electrónica de la institución antes mencionada es negativa por diferentes factores que se mencionaron anteriormente. Esta entidad debe trabajar estratégicamente para captar más adeptos de banca electrónica, pues los servicios financieros que esta institución presta son muy beneficiosos para el cliente, es cuestión de tiempo para el cliente deje a un lado las especulaciones y empiece a utilizar esta innovación tecnológica.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Una vez obtenidos los resultados del estudio de mercado realizado a los clientes de la Mutualista Pichicha sucursal Loja, en relación a la aceptación y percepción para acceder a servicios financieros a través de la banca electrónica, se puede concluir lo siguiente:

- a) El nivel de aceptación para el acceso a servicios financieros mediante la banca electrónica de la institución es del 36%, el 64% restante son usuarios que manejan la banca tradicional.
- b) De la población del 36% de clientes que operan mediante la banca electrónica el nivel de aceptación es positivo, es decir hay aceptación, como se lo indico en graficas anteriores; expresan también encontrarse satisfechos por la facilidad, la rapidez y la eficiencia al operar, un 49% lleva utilizando la banca electrónica por más de dos años, demostrando fidelidad y beneficiándose de la gran gama de servicios que presta la institución.
- c) Clientes aseguran que recomendarían la banca electrónica de la institución a colegas, familiares, amigos pues el nivel de satisfacción alcanza el 52%.
- d) La banca electrónica de Mutualista Pichincha sucursal Loja, beneficia a sus clientes y permite que las operaciones bancarias sean rápidas en un 32% logrando así ahorro en tiempo gracias a las innovaciones tecnológicas adoptadas por la institución. Se puede asegurar que es cuestión de tiempo para que el cliente se identifique y aproveche esas facilidades.
- e) Las transacciones más utilizadas por los clientes de la IFI objeto de estudio son las consulta de saldos y movimientos, transferencias y su uso se destaca en 37% de esta manera el cliente mitiga el riesgo al no portar grandes cantidades de dinero.

- f) En cuanto a la percepción se ha tomado de la población general del 64% de clientes que operan mediante la banca tradicional y se ha determinado que el nivel de percepción para acceder a servicios financieros a través de la banca electrónica es negativo; debido al poco conocimiento en banca electrónica y seguridad.

- g) El 16% de clientes desconocen el servicio de banca electrónica y asumen una percepción negativa, esto transmiten hacia nuevos clientes provocando que nivel de desconfianza crezca en un 15%, esto se da por falta de información.

- h) El 59% de clientes indicaron no estar interesados en ser usuarios de la banca electrónica de la institución, perciben un nivel de riesgo por los posibles fraudes virtuales, lo que no es bueno para la institución ya que se pretende optimizar costos.

- i) Mutualista Pichincha ha incorporado avances tecnológicos en TIC,s con el fin de facilitar las transacciones a sus clientes, sin embargo se determinó que el 36% prefiere ir a una sucursal para de alguna manera disminuir el riesgo, el contar con presencia física en donde puedan hacer reclamos les da confiabilidad, sin embargo un 20% consideran que no es suficientemente seguro.

RECOMENDACIONES

A partir de las conclusiones nos permitimos realizar las siguientes recomendaciones a Mutualista Pichincha sucursal Loja, se detallan a continuación:

- a) Mayor información al cliente sobre los servicios financieros de banca electrónica, con el fin de interactuar y poder identificar debilidades que puede poseer el portal web, a esto hay que añadirle información sobre los sistemas de seguridad que tiene la institución para la tranquilidad del cliente.
- b) Capacitar continuamente a todo el personal sobre el manejo de banca electrónica y las actualizaciones que esta tenga, con el fin de que todos estén enterados y puedan dar asesoría a nuevos clientes o clientes tradicionales que decidan operar electrónicamente.
- c) Resaltar la importancia de la banca electrónica y promocionarla a través de medios de comunicación, la publicidad boca a boca resulta ser más efectiva, para llegar a la mente del usuario, resaltando los beneficios, costos. Operaciones que mejoren el nivel de aceptación y percepción que se puede realizar mediante el portal web, y sobre todo los requerimientos que se necesita para acceder a este canal.
- d) Empezar campañas que produzcan interés y motiven a sus clientes a utilizar la banca electrónica mediante promociones, dar a notar al cliente que cuenta con niveles de seguridad reforzados informando a través de mensajes de texto, correos electrónicos, cada vez que opere electrónicamente.
- e) Incluir en la plataforma tecnológica pagos de agua, luz, teléfono, así como también mayor información en planes de construcción e información de crédito como simuladores, siendo estos los principales requerimientos por parte de los clientes de la Mutualista Pichincha, a fin de facilitar la operación de negocios con la entidad.
- f) Mutualista Pichincha debe implementar el programa de educación y cultura financiera para instruir a su cliente mediante los productos y servicios que ofrece y con ello minimizar el riesgo

- g) Se recomienda la implementación de ATMS en sectores geográficamente estratégicos, de preferencia en un sitio cercano al terminal terrestre y al Supermaxi, ya que clientes encuestados expresaron que se les dificulta el acceso al centro de la ciudad.

- h) Implementar estrategias como: La implementación del cliente fantasma para evaluar el desempeño y el grado de conocimiento del personal para atender inquietudes sobre banca electrónica, ya que hasta el momento no se lo ha realizado, este debe ser ajeno a la institución y desconocido por los empleados.

BIBLIOGRAFÍA

- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación*. (2° ed.). México: Pearson Educación.
- Borrero, C. (2006). *Guía de Marketing*. Ecuador: UESMJ
- Cumana (2007). *Diseño de una Estrategia para la Configuración de la Banca Virtual como una Alternativa de Negocio de un Banco en Marcha*. Universidad de Los Andes. Mérida
- Cultural S.A (2000). *Informática*
- Canales virtuales
http://www.mutualistapichincha.com/mupi/servicio_canalelectronico.jhtml
- Deloitte, *El futuro de la banca móvil en América Latina* edición primera
- Faine .Tornabel R. (2005). *Pasión por la banca*. España: Deusto
- http://www.mutualistapichincha.com/mupi/der_trasnparencialInfo.jhtml#
- http://www.mutualistapichincha.com/mupi/top1_trayectoria.jhtml;jsessionid=FGSISZSCMILG5QFIDNSSFEQ
- López Pascual, J (2010). *Gestión bancaria*. Tercera edición.
- Lind,D.(2004). *Estadística para administración y economía*. Onceava Edicion. Mexico: alfaomega

- Mutualista Pichincha (2007). *Memoria de sostenibilidad anual Mutualista Pichincha*. Ecuador

- Mutualista Pichincha (2011). *Memoria de sostenibilidad anual Mutualista Pichincha*. Ecuador

- Mutualista Pichincha (2007). *Ética*.

- Mendoza, S.F *Banca Electrónica* Disponible en:
<http://www.monografias.com/trabajos14/banca-electronica/banca-electronica.shtml>

- Márquez (2005). *Operaciones en la Banca Electrónica*. Universidad de Los Andes. Mérida

- Nieto, M. (2002). *Incorporación de la tecnología de la información a la actividad bancaria: la banca por internet* *Revista Estabilidad Financiera* [Revista en línea], 3, Disponible en:
<http://www.dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1005820>

- Puente Moncayo, D.L (2010). *Gestión de riesgo de crédito en Mutualista Pichincha*. Escuela politécnica del ejército.

- Peña, D., Aguilar, M., Belloso, N. y Parra, J. (2005). *Factores de cambio en los sistemas de información del sector bancario*. Disponible en:
<http://www.revistas.luz.edu.ve/index.php/rvg/article/view/876/831>
[Consulta: 2010, Julio 06]

- Superintendencia de Bancos y Seguros. (2012). *Definición de escala de escala de calificaciones de riesgo de las entidades financieras*. Recuperado al 16 de Agosto 2012
- Requena ponce, M.V (2007). *Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y autopercepción*. Universidad católica Andrés Bello.
- Tirant, *Los servicios financieros bancarios electrónicos*. Primera edición.

ANEXOS

A1: Calificadora de riesgo (2012)



“Prestigio, Rapidez y Experiencia”

CERTIFICA

Que el Comité de Calificación de Riesgo No. 351-2012 celebrado el 26 de diciembre de 2012, con el análisis de la información financiera al 30 de septiembre de 2012, acordó asignar la siguiente categoría de calificación a **ASOCIACIÓN MUTUALISTA DE AHORRO Y CRÉDITO PARA LA VIVIENDA PICHINCHA**.

“AA”

Categoría AA: La institución es muy sólida financieramente, tiene buenos antecedentes de desempeño y no parece tener aspectos débiles que se destaquen. Su perfil general de riesgo, aunque bajo, no es tan favorable como el de las instituciones que se encuentran en la categoría más alta de calificación.

A las categorías descritas se pueden asignar los signos (+) o (-) para indicar su posición relativa dentro de la respectiva categoría.

En Quito, a los 26 días del mes de Diciembre de 2012.

Econ. Catalina Pazos
Gerente General

“La información empleada en la presente calificación proviene de fuentes oficiales; sin embargo, no garantizamos la confiabilidad e integridad de la misma, por lo que no nos hacemos responsables por algún error u omisión por el uso de dicha información. Las calificaciones de PCR – PACIFIC CREDIT RATING constituyen una evaluación sobre el riesgo involucrado y una opinión sobre la calidad crediticia, y la misma no implica recomendación para comprar, vender o mantener un valor; ni una garantía de pago del mismo; ni estabilidad de su precio.”

A2: Registro para acceder a servicios financieros virtuales

Mutualista Pichincha
¡Tienes un sueño? Construyémoslo.

Bienvenido(a),
KANGURUPA 12/09/13

Transacciones

- Mupi Pass
- Habilitar Mupi Pass
- Registrar Celular
- Registrar Servicio SMS
- Ingresar
- Parametrizaciones
- Transferencias
- Transferencia Recarga Celular
- Transferencias Mupi
- De cuenta a planificado
- Entre cuentas Mutualista
- Transferencias Locales
- Bancarias Nacionales
- Pagos tarjeta de crédito
- Pago de Tarjeta Crédito
- Transferencias Internacionales
- Bancarias Internacionales

[Volver al Menú Canal Electrónico](#)

Habilitar

Mutualista Pichincha
¡Tienes un sueño? Construyémoslo.

Bienvenido(a),
KANGURUPA 12/09/13

Validación del Sitio

Bienvenido a Transacciones en Línea. A continuación se despliega la imagen y el nombre de la mascota que usted seleccionó durante el proceso de validación, como Identificador de Sitio. Si la imagen y la frase son correctas, presione el botón "Si reconozco"; caso contrario, presione "No reconozco" y comuníquese de inmediato con nuestro call center llamando al 1700 Mutualista.

Pulse en el texto "Si reconozco"

KANGURUPA

Si tiene alguna inquietud o sugerencia usted podrá contactarse con Servicio al Cliente pulsando [aquí](#).

[Volver al Menú Canal Electrónico](#)

Validar sitio

Mutualista Pichincha
¡Tienes un sueño? Construyémoslo.

Bienvenido(a),
KANGURUPA 12/09/13

Registro Mupi Pass
Paso 1 de 5

Los campos marcados con * son obligatorios.

Nº cuenta : 025875 CUENTA CONSTRUCTIVA

Número Tarjeta Débito : 01234567896

Clave Tarjeta Débito : * (Utilice el teclado numérico)

[Volver al Menú Canal Electrónico](#)

Registro

Mutualista Pichincha
¡Tienes un sueño? Construyémoslo.

Bienvenido(a),
KANGURUPA 12/09/13

Registro Mupi Pass
Paso 2 de 5

Términos y Condiciones de Uso Consideraciones Preliminares

Con la utilización de los servicios de Mutualista Pichincha de propiedad de Mutualista Pichincha, se entiende otorgado por El USUARIO las "Notificaciones y Condiciones de uso que Mutualista Pichincha ha puesto a su disposición. Por lo tanto, el uso de los servicios ofrecidos es una manifestación voluntaria de EL USUARIO de ceñirse a las siguientes condiciones generales, que regulan estos servicios, las que serán directamente ante Mutualista Pichincha o bien ante las compañías que están autorizadas para explotar los portales.

El uso o ingreso a cualquiera de los Portales le atribuye la calidad de "usuario" a la respectiva persona natural o jurídica. En consecuencia, EL USUARIO debe leer atentamente las Condiciones Generales cada vez que se propiamente utilizar los Portales.

La utilización de ciertos servicios ofrecidos a EL USUARIO...

→ Aceptación de registro

Mutalista Pichincha
Tienes un sueño? Construyámoslo.
KANGUR OPA

Bienvenido(a), 12.05.13

Consultas

Envíame Mis Notificaciones

Notificaciones

Ahorros

De ahorro

De movimiento

Tarjeta de Crédito

Saldo

Estado Cuenta

Crédito

De estado de crédito

Intereses dedución

Impuesto a la renta

Transacciones

Parametrización

Transferencias

Bloqueos

De cuenta

De tarjeta

De Mupi Pass

Transacciones

Mupi Pass

Habilitar Mupi Pass

Volver al Menú Canal Electrónico

→ Registro de Datos

Mutalista Pichincha
Tienes un sueño? Construyámoslo.
KANGUR OPA

Bienvenido(a), 12.05.13

Consultas

Envíame Mis Notificaciones

Notificaciones

Ahorros

De ahorro

De movimiento

Tarjeta de Crédito

Saldo

Estado Cuenta

Crédito

De estado de crédito

Intereses dedución

Impuesto a la renta

Transacciones

Parametrización

Transferencias

Bloqueos

De cuenta

De tarjeta

De Mupi Pass

Transacciones

Mupi Pass

Habilitar Mupi Pass

Volver al Menú Canal Electrónico

→ Clave de acceso

Mutalista Pichincha
Tienes un sueño? Construyámoslo.
KANGUR OPA

Bienvenido(a), 12.05.13

Consultas

Envíame Mis Notificaciones

Notificaciones

Ahorros

De ahorro

De movimiento

Tarjeta de Crédito

Saldo

Estado Cuenta

Crédito

De estado de crédito

Intereses dedución

Impuesto a la renta

Transacciones

Parametrización

Transferencias

Bloqueos

De cuenta

De tarjeta

De Mupi Pass

Transacciones

Mupi Pass

Habilitar Mupi Pass

Volver al Menú Canal Electrónico

→ Asignación

A3: Resolución superintendencia de bancos y seguros (2004)

REPUBLICA DEL ECUADOR
SUPERINTENDENCIA DE BANCOS Y SEGUROS

LIBRO I.- NORMAS GENERALES PARA LA APLICACIÓN DE LA LEY GENERAL DE INSTITUCIONES DEL SISTEMA FINANCIERO

TITULO X.- DE LA GESTION Y ADMINISTRACION DE RIESGOS

CAPITULO I.- DE LA GESTION INTEGRAL Y CONTROL DE RIESGOS (Incluido con resolución No JB-2004-631 de 22 de enero del 2004)

SECCION I.- ALCANCE Y DEFINICIONES

ARTICULO 1.- Las Instituciones del sistema financiero controladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros, deberán establecer esquemas eficientes y efectivos de administración y control de todos los riesgos a los que se encuentran expuestas en el desarrollo del negocio, conforme su objeto social, sin perjuicio del cumplimiento de las obligaciones que sobre la materia establezcan otras normas especiales y/o particulares.

La administración integral de riesgos es parte de la estrategia institucional y del proceso de toma de decisiones.

ARTICULO 2.- Para efectos de la aplicación de este capítulo, se determinan las siguientes definiciones:

- 2.1 **Riesgo.-** Es la posibilidad de que se produzca un hecho generador de pérdidas que afecten el valor económico de las Instituciones;
- 2.2 **Administración de riesgos.-** Es el proceso mediante el cual las Instituciones del sistema financiero identifican, miden, controlan / mitigan y monitorean los riesgos inherentes al negocio, con el objeto de definir el perfil de riesgo, el grado de exposición que la Institución está dispuesta a asumir en el desarrollo del negocio y los mecanismos de cobertura, para proteger los recursos propios y de terceros que se encuentran bajo su control y administración;
- 2.3 **Exposición.-** Está determinada por el riesgo asumido menos la cobertura implantada;
- 2.4 **Riesgo de crédito.-** Es la posibilidad de pérdida debido al incumplimiento del prestatario o la contraparte en operaciones directas, indirectas o de derivados que conlleva el no pago, el pago parcial o la falta de oportunidad en el pago de las obligaciones pactadas;
- 2.5 **Riesgo de mercado.-** Es la contingencia de que una Institución del sistema financiero incurra en pérdidas debido a variaciones en el precio de mercado de un activo financiero, como resultado de las posiciones que mantenga dentro y fuera de balance;
- 2.6 **Riesgo de tasa de interés.-** Es la posibilidad de que las Instituciones del sistema financiero asuman pérdidas como consecuencia de movimientos adversos en las tasas de interés pactadas, cuyo efecto dependerá de la estructura de activos, pasivos y contingentes;
- 2.7 **Riesgo de tipo de cambio.-** Es el impacto sobre las utilidades y el patrimonio de la Institución controlada por variaciones en el tipo de cambio y cuyo impacto dependerá de las posiciones netas que mantenga una Institución controlada, en cada una de las monedas con las que opera;

- 2.8 **Riesgo de liquidez.**- Es la contingencia de pérdida que se manifiesta por la incapacidad de la institución del sistema financiero para enfrentar una escasez de fondos y cumplir sus obligaciones, y que determina la necesidad de conseguir recursos alternativos, o de realizar activos en condiciones desfavorables;
- 2.9 **Riesgo operativo.**- Es la posibilidad de que se produzcan pérdidas debido a eventos originados en fallas o insuficiencia de procesos, personas, sistemas internos, tecnología, y en la presencia de eventos externos imprevistos. Incluye el riesgo legal pero excluye los riesgos sistémico y de reputación.
- Agrupar una variedad de riesgos relacionados con deficiencias de control interno; sistemas, procesos y procedimientos inadecuados; errores humanos y fraudes; fallas en los sistemas informáticos; ocurrencia de eventos externos o internos adversos, es decir, aquellos que afectan la capacidad de la institución para responder por sus compromisos de manera oportuna, o comprometen sus intereses;
- 2.10 **Riesgo legal.**- Es la probabilidad de que una institución del sistema financiero sufra pérdidas directas o indirectas; de que sus activos se encuentren expuestos a situaciones de mayor vulnerabilidad; de que sus pasivos y contingentes puedan verse incrementados más allá de los niveles esperados, o de que el desarrollo de sus operaciones enfrente la eventualidad de ser afectado negativamente, debido a error, negligencia, impericia, imprudencia o dolo, que deriven de la inobservancia, incorrecta o inoportuna aplicación de disposiciones legales o normativas, así como de instrucciones de carácter general o particular emanadas de los organismos de control, dentro de sus respectivas competencias; o, en sentencias o resoluciones jurisdiccionales o administrativas adversas; o de la deficiente redacción de los textos, formalización o ejecución de actos, contratos o transacciones, inclusive distintos a los de su giro ordinario de negocio, o porque los derechos de las partes contratantes no han sido claramente estipuladas; (sustituido con resolución No. JB-2008-1202 de 23 de octubre del 2008)
- 2.11 **Riesgo de reputación.**- Es la posibilidad de afectación del prestigio de una institución del sistema financiero por cualquier evento externo, fallas internas hechas públicas, o al estar involucrada en transacciones o relaciones con negocios ilícitos, que puedan generar pérdidas y ocasionar un deterioro de la situación de la entidad;
- 2.12 **Directorio u organismo que haga sus veces.**- Es la máxima autoridad de administración de las instituciones del sistema financiero, elegido por la junta general de accionistas o asamblea de socios o representantes, según sea el caso, con amplias facultades de administración, gestión y representación de la institución, facultado para delegar algunas de sus funciones de administración, siendo responsables solidariamente por las resoluciones que se adopten y por los actos de la administración; (Incluido con resolución No. JB-2010-1538 de 14 de enero del 2010)
- 2.13 **Alta gerencia.**- La integran los presidentes y vicepresidentes ejecutivos, gerentes generales, vicepresidentes o gerentes departamentales, entre otros, responsables de ejecutar las disposiciones del directorio u organismo que haga sus veces, quienes toman decisiones de alto nivel, de acuerdo con las funciones asignadas y la estructura organizacional definida en cada institución controlada; (Incluido con resolución No. JB-2010-1538 de 14 de enero del 2010)
- 2.14 **Comité de administración integral de riesgos.**- Es el órgano creado por el directorio u organismo que haga sus veces de la institución del sistema financiero, responsable del diseño de las políticas, sistemas, metodologías, modelos y procedimientos, para la eficiente gestión integral de los riesgos y de manera

A4: Encuesta aplicado a clientes de la Mutualista Pichicha (2013)



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS

ENCUESTA PARA CLIENTES DE LA MUTALISTA PICHINCHA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

A. Edad:

18-22 () 33-40 () 66-75 ()
23-27 () 41-50 () 76 o más ()
28-32 () 51-65 ()

B. Sexo:

Masculino () Femenino ()

C. Estado Civil:

Casado/a () Soltero/a () Divorciado/a ()
Viudo/a () Unión Libre ()

D. Situación Laboral:

Empleado Público () Desempleado () Estudiante ()
Empleado Privado () Ama de casa () Migrante ()

E. Nivel de Estudios:

Primaria () Profesional ()
Bachiller ()
Estudiante Universitario () Profesional de 4to. Nivel ()

Estimado Señor/a:

El objetivo de la presente Encuesta, es con la finalidad de conocer la aceptación y percepción de los clientes para acceder a los servicios financieros que brinda la banca electrónica de la Mutualista Pichincha.

INSTRUCCIONES

Por favor marque con una equis (X) el o los paréntesis cuyas respuestas sean las correctas, caso contrario escriba las razones solicitadas.

1) ¿Qué banca es la que usted usa con frecuencia?

Banca tradicional () Banca electrónica ()

2) ¿Ud. ha accedido a servicios financieros a través de la banca electrónica de la Mutualista Pichincha?

Si () No ()

Nota: Si su respuesta es NO continúe con la pregunta No. 3, 4, 5 y 6; caso contrario ubíquese en la pregunta No. 7 en adelante.

3) ¿Cuáles son las principales causas por las cuales NO realiza operaciones dentro de la banca electrónica de la Mutualista?

No creo que sea suficientemente segura () No se cómo funciona ()

Prefiero ir a una sucursal () Prefiero usar servicio telefónico ()

No estoy dispuesto a pagar por utilizarla () La considero difícil de utilizar ()

No necesito el servicio () No sé qué es ()

El proceso de registro me parece muy complicado ()

¿Por qué? _____

4) ¿Le gustaría ser usuario de la banca electrónica de la Mutualista Pichincha?

Si () No ()

Si su respuesta es NO, ¿Por qué? _____

5) ¿Qué servicio le gustaría adicionar o incrementar para ser usuario de la banca electrónica de la Mutualista?

6) ¿Qué necesita Ud. para acceder a operaciones vía on line?

Comisiones bajas () Mis claves para acceder ()

Que sea simple el manejo () Seguridad ()

Más información sobre la banca en línea ()

7) ¿Qué tiempo lleva utilizando la banca electrónica?

De 1 a 6 meses ()

Entre 6 meses y 1 año ()

Entre 1 y 2 años ()

Más de 2 años ()

8) ¿Con que frecuencia utiliza la banca electrónica?

Diario ()

Varias veces a la semana (entre 2 y 3 veces) ()

Solo una vez a la semana ()

Una vez a la quincena ()

Una vez al mes ()

Otro _____

9) ¿Con que frecuencia realiza transacciones en la mutualista?

Una vez al día ()

Varias veces al día ()

Dos o más veces a la semana ()

Una vez a la semana ()

10) Utiliza el sistema de alertas de movimientos de cuenta por:

Correo electrónico ()

SMS de la Mutualista ()

No sabía que tenía ese servicio ()

11) ¿De los siguientes servicios virtuales cual es el de su preferencia?

Transacciones electrónicas ()

Transacciones vía celular ()

Transacciones call center ()

¿Porque? _____

12) ¿Qué servicio es el más utilizado por usted, a través de la banca electrónica?

Consultas de saldos y movimientos () Pago de Tarjetas de crédito ()

Bloqueo de cuentas y tarjetas de débito () Cambios de clave ()

Transferencias entre mis cuentas () Actualización de datos ()

Transferencias a terceros (mismo banco) () Solicitud de cuentas web ()

Transferencias interbancarias () Información ()

Estados de cuenta históricos ()

Otro _____

13) Le gustaría que su estado de cuenta le llegue en:

- Físico ()
Correo electrónico ()
Vía SMS ()

14) ¿A quien considera Ud. responsable de la seguridad de la banca por internet?

- Al banco ()
Yo ()
Ambos ()
Otro _____

15) ¿Cuáles son las medidas de seguridad que tomas para utilizar tu banca por internet?

- No contestar correos electrónicos, que pidan actualizar datos ()
No compartir claves personales ()
No dejar claves en lugares accesibles ()
Otro: _____

16) ¿Cómo cliente se siente seguro de las transacciones que realiza mediante la banca electrónica?

Si () No ()

¿Por que? _____

17) ¿Por qué eligió el servicio de la banca electrónica?

- | | | | |
|----------------|-----|------------------|-----|
| Fácil acceso | () | Beneficios | () |
| Mejor servicio | () | Ahorro en tiempo | () |
| Fiabilidad | () | Rapidez | () |
| Costos | () | | |

Otro, ¿Cuál? _____

18) ¿Usted que ha utilizado la banca electrónica, cómo fue su experiencia de uso?

- Excelente ()
Muy buena ()
Buena ()
Regular ()

Otro _____

19) ¿Está Ud. satisfecho con el servicio de banca electrónica actual?

- Muy satisfecho ()
Satisfecho ()
Insatisfecho ()
Poco insatisfecho ()

20) ¿Recomendaría a otros la banca electrónica de la mutualista?

Si () No ()

¿Por qué? _____

21) ¿Por qué medio se informó de la banca electrónica de la Mutualista?

- Por usted mismo ()
Por la institución ()
Medio de comunicación ()

Otros ¿Cuál? _____

22) ¿Cree usted necesario incrementar un cajero automático adicional?

Si () No ()

En qué lugar: _____

23) El servicio que le brinda la mutualista Pichincha mediante call center es:

Muy bueno () Bueno () Regular () Malo ()

24) ¿Se Cambiaría usted de institución si esta le ofreciera mejores servicios electrónicos?

Si () No ()

25) ¿Ud. Es usuario de banca electrónica de otra institución financiera?

Si () No ()

¿Cuál? _____

Gracias por su colaboración

A5: Entrevista aplicada a directivos de la Mutualista Pichincha (2013)



TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN BANCA Y FINANZAS

ENTREVISTA PARA DIRECTIVOS DE LA MUTUALISTA PICHINCHA SUCURSAL LOJA

1. ¿El nivel de adopción de tecnología con la que cuenta la mutualista pichincha le ha permitido ser una mejor institución?
2. ¿Qué servicio cree Ud. que se debería incrementar en la plataforma de servicios?
3. ¿Qué servicio agregaría al cajero automático para que genere mayor satisfacción al cliente?
4. ¿Cree Ud. que existe aceptación de la banca on – line?
5. ¿Qué beneficios a recibido de la banca electrónica en su área de trabajo?
6. ¿Tener banca on-line le ayuda a mejorar su trabajo?
7. ¿Considera usted que la banca on line es un canal que se está explotando?
8. ¿Han innovado la banca electrónica en los últimos años, en qué?
9. ¿Cuáles son los productos que más frecuenta un usuario electrónico en la plataforma de la Mutualista?
10. ¿Los servicios que se ofertan son los suficientes para satisfacer al cliente electrónico?
11. ¿Si se incrementa un simulador de crédito para el cliente virtual tendrá mayores beneficios e información de la mutualista?
12. Las sucursales bancarias están desapareciendo, en la medida que más clientes usan banca electrónica
13. Cree usted que en el corto plazo estos gastos adicionales en tecnología podrían compensar el ahorro de costos en la disminución de las sucursales bancarias, a largo plazo, mejoraría los ingresos.
14. Cree usted ¿que el coste beneficio de los servicios realizados a través de banca electrónica es más ventajoso? ¿puede especificar algún producto?
15. ¿Cuál es la principal ventaja competitiva de los servicios bancarios a través de internet frente al resto de competidores?
16. ¿Qué porcentaje de sus clientes utiliza banca electrónica?
17. ¿Realiza consulta sobre satisfacción al cliente en relación a la banca electrónica?
18. ¿Se han fijado objetivos de incremento de dicha tasa o, simplemente de ampliación de uso.
19. Le gusta a ud. la banca electrónica de la mutualista, por qué?
20. ¿Por qué tienen un solo atm?