**DIVISIÓN DE POSGRADO**

**Título del trabajo:**

Las aplicaciones tecnológicas y su impacto en la rentabilidad de la Banca Privada en el Ecuador. Periodo 2017-2020.

**Línea de Investigación:**

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

**Modalidad de titulación:**

Diseño de un estudio de caso

**Programa de Maestría**

Maestría en Administración de Empresas Mención en Sostenibilidad en Sectores

**Título a obtener:**

Magister en Administración de Empresas Mención en Sostenibilidad en Sectores

**Autor (a):**

Ing. Grace Patricia Loor Alcívar

**Tutor (a):**

MAE. Ing. Guillermo Granja Cañizares

Samborondón - Ecuador

2020

DIVISIÓN DE POSGRADO

**ANEXO N°16**
**DIVISIÓN DE POSGRADO**

# CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN FINAL

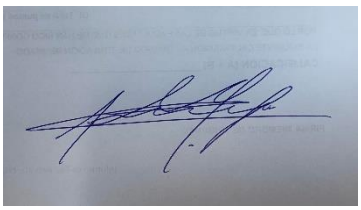
**QUE EL PRESENTE ESTUDIO DE CASO TITULADO:**

**LAS APLICACIONES TECNOLÓGICAS Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA BANCA PRIVADA EN EL ECUADOR. PERIODO 2017 -2020.**

**ACOGIÓ E INCORPORÓ TODAS LAS OBSERVACIONES REALIZADAS POR LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL ASIGNADO Y CUMPLE CON LA CALIDAD EXIGIDA PARA UN TRABAJO DE TITULACIÓN DE POSTGRADO, POR LO QUE SE AUTORIZA A: GRACE PATRICIA LOOR ALCÍVAR, QUE PROCEDA A SU PRESENTACION.**

**Samborondón, 14 de julio del 2020**

**Samborondón, 14-07-2020**



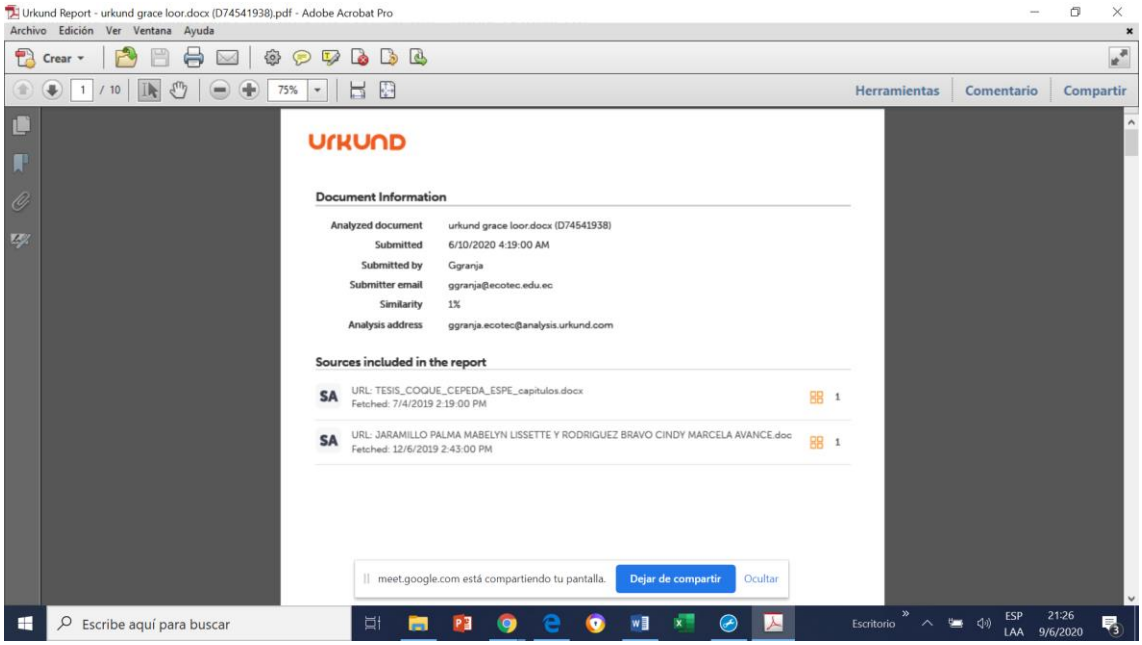
**Mgtr. Guillermo Granja Cañizares**

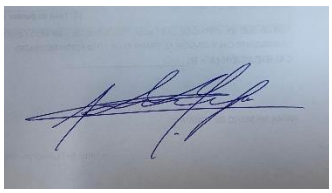
**TUTOR**

**DIVISIÓN DE POSGRADO**
**PROCESO DE TITULACIÓN**
**CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS**

Habiendo sido nombrado NELSON GUILLERMO GRANJA CAÑIZARES, tutor del trabajo de titulación" LAS APLICACIONES TECNOLÓGICAS Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA BANCA PRIVADA EN EL ECUADOR. PERIODO 2017-2020" elaborado por GRACE PATRICIA LOOR ALCÍVAR, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON MENCIÓN EN SOSTENIBILIDAD DE SECTORES

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 2% mismo que se puede verificar en el siguiente link: https://secure.urkund.com/view/71885957-222224-805984#/. Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



**NELSON GUILLERMO GRANJA CAÑIZARES, MAE**
**PROFESOR TUTOR**

## Resumen

El presente caso de estudio analiza la efectividad de las estrategias comerciales referente al uso de las aplicaciones tecnológicas y su incidencia en la rentabilidad de la Banca Privada del Ecuador. Para efectuar esto se aplicó una metodología que incluía un estudio de tipo descriptivo, con un enfoque cualitativo y cuantitativo que usa el método científico analítico sintético y deductivo inductivo, utilizando como instrumentos de medición las entrevistas y las series de datos, los entre los principales resultados que arrojó esta investigación están que las múltiples transacciones que realizan los clientes son realizadas a través de las agencias físicas, donde se requiere de mayor agilidad en el servicio debido a la alta demanda que presentan algunas entidades por el volumen de operaciones que tienen, a esto se le suman la impresión del papel por depósitos, recibos que incurren en costos administrativos significativos para las finanzas de la Banca. Actualmente la Asociación de Bancos Privados del Ecuador, ha innovado sus canales de atención al cliente mediante el uso de la banca móvil, mediante el cual pretende optimizar los tiempos de espera en agencias, así como costos administrativos, donde las consultas sean más rápidas, , generando una cultura diferente. Entre los indicadores financieros más relevantes que inciden en la rentabilidad de la Banca, tales como el rendimiento sobre los Activos (ROA), rendimiento sobre el capital invertido (ROE) y liquidez, siendo esta ultima la que menor riesgo tiene pese a la emergencia sanitaria.



**Palabras claves:** Banca, Finanzas, Rentabilidad, Liquidez, TICS

## Abstract

The present case study analyzes the effectiveness of commercial strategies regarding the use of technological applications and their impact on the profitability of Private Banking in Ecuador. To do this, a methodology was applied that included a descriptive study, with a qualitative and quantitative approach that uses the synthetic analytical and inductive deductive scientific method, using interviews and data series as measurement instruments, among the main results. This research found is that the multiple transactions that clients carry out are carried out through physical agencies, where greater agility in service is required due to the high demand that some entities present due to the volume of operations they have, to this The printing of the paper by deposits is added, receipts that incur significant administrative costs for the Bank's finances. Currently, the Association of Private Banks of Ecuador has innovated its customer service channels through the use of mobile banking, through which it aims to optimize waiting times in agencies, as well as administrative costs, where consultations are faster, generating a different culture. Among the most relevant financial indicators that affect the profitability of the Bank, such as the return on Assets (ROA), return on invested capital (ROE) and liquidity, the latter being the least risky despite the health emergency.

**Keywords:** Banking, Finance, Profitability, Liquidity, TICS

## ÍNDICE GENERAL

**Resumen** ..... III
**Abstract** ..... IV
**1. Introducción** ..... 1
**2. Revisión de la literatura** ..... 1
**2.1 Teorías sobres las Tecnologías de la información** ..... 1
**2.2 Teorías del Mercadeo** ..... 4
**2.3 Teorías de las finanzas** ..... 6
**2.4 Aspectos Legales** ..... 9
**2.5 Posición del autor** ..... 10
**3. Método de Investigación** ..... 12
**4. Análisis de resultados** ..... 24
**4.1 Variable Dependiente: Rentabilidad de la Banca Privada del Ecuador** ..... 24
**4.1.1 Análisis Sectorial** ..... 24
**4.1.2 ROE** ..... 27
**4.1.3 ROA** ..... 28
**4.1.4 Solvencia** ..... 28
**4.2 Variable Independiente: Estrategias Comerciales** ..... 29
**4.2.1 Precio** ..... 29
**4.2.2 Producto** ..... 30
**4.2.3 Plaza** ..... 31
**4.2.4 Promoción** ..... 32
**4.3 Entrevistas** ..... 33
**4.4 Grupo Focal** ..... 34
**4.5 Análisis General Resultados** ..... 35
**4.6 Valoración Factores Críticos** ..... 36
**5. Conclusiones** ..... 38
**Bibliografía** ..... 39
**Anexos** ..... **43**

# ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Teorías de mercadotecnia del nuevo milenio. ..... 5
Tabla 2 Teorías financieras y su aplicación en las TICs. ..... 8
Tabla 3 Cuadro de Operacionalización de Variables ..... 15
Tabla 4 Categorización de la Banca Privada del Ecuador ..... 24
Tabla 6 Fijación de precios y políticas de la ASOBANCA ..... 29
Tabla 7 Productos Bancarios Innovadores de la ASOBANCA ..... 30
Tabla 8 Ventajas entre Banca y Clientes ..... 31
Tabla 9 Canales de promoción de productos y servicios Bancarios ..... 32
Tabla 10 Entrevistas a funcionarios de la Banca Privada en el Ecuador ..... 33
Tabla 11 Focus Group a la Banca Privada del Ecuador ..... 34
Tabla 12 Matriz de valoración de factores críticos. ..... 36
Tabla 13 Matriz CAMEL de la ASOBANCA. ..... 36

# ÍNDICE DE FIGURAS

*Figura 1* Modelo TAM original..... 2
*Figura 2* Activos de Bancos del Ecuador – mayo 2020 ..... 26
*Figura 4* Indicadores financieros de la Banca Privada-abril 2020 ..... 27
*Figura 5* Solvencia de la Banca Privada-abril 2020..... 28
*Figura 3* Número de clientes de ASOBANCA – mayo 2019..... 31

# 1. Introducción

La era tecnológica ha desarrollado diferentes sistemas que permiten agilizar procesos según la actividad a la que se dedica la organización, dentro de ellas las entidades bancarias son las que mayor movimiento representan en el flujo de operaciones diarias, por las diferentes transacciones que realizan en cada servicio, sea de manera digital o personal., siendo esta última la generación de largas filas por parte de los usuarios que por desconocimiento o cultura, no puedan gestionar las mismas a través de medios digitales (Morán Cruz, 2017).

Por esta razón, se pretende analizar cómo está el uso de la tecnología, al tener fuentes de acceso disponibles para gestiones personales y comerciales, siendo de gran importancia que se fomente este servicio como una forma eficiente de realizar todas las operaciones posibles a través de la banca móvil. La gamificación es una de las estrategias de innovación que se pretende culturalizar en los clientes debido a la gran acogida en mercados europeos donde el número de transacciones tienen mayor operatividad, siendo de gran acogida por su facilidad y agilidad en el uso de las aplicaciones móviles que reduzcan tiempos y costos extras en servicios que pueden ser utilizados desde cualquier lugar (Torres Toukoumidis, 2017)

Los clientes de la banca realizan la mayor parte de sus transacciones personalmente dentro de la Institución, cuando éstas se pueden hacer a través de la banca móvil, misma que fue creada para reducir tiempos de espera y que permita a la Entidad administrar de forma eficiente los servicios sin tener una demanda tan alta para las ventanillas disponibles; se considera que esto se debe a la falta de conocimiento de los usuarios o tradición.

Las preguntas problémicas son:

- ¿Qué factores inciden en la culturalización digital de las transacciones bancarias?
- ¿En qué procesos se basa la Entidad Bancaria para implementar este servicio?
- ¿Por qué los usuarios acuden a las ventanillas y no a cajeros automáticos o banca móvil donde las transacciones son más ágiles?

**El problema en forma de pregunta es como sigue**

¿Qué factores inciden en el uso de las aplicaciones tecnológicas en la banca privada y como estas se relacionan con la rentabilidad?

**La idea a defender es:**

La efectividad de las estrategias comerciales relacionadas al uso de las aplicaciones tecnológicas contribuye al impacto en la rentabilidad de la Banca Privada en Ecuador.

El sistema de objetivos se presenta a continuación:

**Objetivo General**

Analizar el uso de las aplicaciones tecnológicas y su impacto en la rentabilidad de la banca privada en el ecuador. Periodo 2017 -2020.

**Objetivos Específicos**

a) Construir un marco teórico que sistematice las principales teorías sobre las tecnologías de la información, el mercadeo, las finanzas y la base jurídica relacionada.
b) Diagnosticar como se encuentra el uso de aplicaciones tecnológicas en la banca privada del Ecuador
c) Determinar el impacto del uso de las aplicaciones tecnológicas en la rentabilidad de la banca ecuatoriana.

La justificación de la investigación es como sigue:

**Aportes teóricos**

El objetivo propuesto es efectuar una revisión de las principales teorías de administración e innovación en el uso eficiente de la banca digital.

**Administración Bancaria**

En la obra científica de (Tello-Gamarra, 2017) , afirma que estudios realizados demuestran que no todas las entidades bancarias poseen la capacidad transaccional en sus operaciones, motivo por el cual se deben crear nuevos canales de servicios que agiliten estos procesos.

**Innovación digital en bancos**

Según Carles Planuch (2019), investigador científico de la Universidad Politécnica de Cataluña, indica que los sistemas bancarios han innovado sus procesos transaccionales en diferentes canales de servicios, siendo uno de ellos la banca móvil donde gestionas las mismas operaciones desde cualquier punto, disminuyendo tiempos de espera y permitiéndole a la Entidad, operar en otros servicios.

**Aportes metodológicos**

Este trabajo investigativo se alinea a todas las entidades bancarias enfocadas en innovar sus canales de servicios, brindando mayor agilidad en las gestiones transaccionales.

Por tal motivo la metodología de trabajo es exploratoria, porque permite conocer el grupo objetivo al cual se hará inferencia de una cultura digital; diagnóstico, porque se conocerá la situación actual de los clientes que tienen preferencias en acudir a la entidad bancaria, donde se hace el mismo trámite que mediante cajeros automáticos o desde el portal web, es decir que existirá un

análisis correlacional de la cultura digital en las transacciones con respecto al número de clientes que la usan.

Este tipo de investigación está sustentado en una obra científica realizada por Carmen Cuesta (2015) , donde indica que, para generar una cultura digital en los clientes, se deben automatizar procesos en productos digitales, nuevos canales, logrando el posicionamiento estratégico de la marca.

Este aporte está enfocado a la banca, siendo su análisis de carácter cualitativo en las gestiones transaccionales con el propósito de brindar un mejor servicio, la Entidad bancaria tiene como método de trabajo, la mejora continua en sus procesos, enfocándose en los problemas transaccionales con respecto a las necesidades de los clientes, despertando interés en incentivarlos a nuevos retos digitales, donde procesos operativos comerciales y personales tradicionales, poco a poco está quedando en el pasado (Carbellido, 2018).

**Aportes prácticos**

Uno de los casos de estudio representativos durante los últimos cinco años, ha sido el detonante virtual más conocido por el que algunas entidades bancarias han estudiado su modelo e incursionado nuevos canales de servicios.

Este es el caso del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA) donde innovaron sus procesos en diferentes aspectos, como inversiones, plataforma digital para múltiples servicios, emprendimiento y afines, dando resultado la captación de nuevos clientes y la fidelización de los que ya formaban parte de la red, esto generó un cambio de cultura organización y a su vez en los ciudadanos debido a realizar todos sus transacciones a través de la banca digital, permitiéndole a la Entidad, tener más tiempo para planificar nuevos proyectos y beneficios a sus clientes (Latina, 2017).

Uno de los aspectos innovadores es la publicidad digital, es decir que exista dentro del portal de forma explicativa por medios de interacciones multimedia, la forma de realizar diferentes transacciones de carácter personal o comercial, donde se mantenga la seguridad de la información del cliente al visualizar la interacción de su requerimiento, optimizando el tiempo de espera en la entidad Bancaria.

Otro aspecto innovador es que los usuarios del Banco Pacífico puedan retirar más del monto permitido en los cajeros automáticos por día, pese a estar establecido dentro de las políticas internas de la compañía, pero se tomaría como sugerencia esta petición debido a que actualmente algunos usuarios, realizan el máximo de retiros del monto permitido por día para depositar en otro Banco, lo que dificulta aún más el servicio que se quiere dar.

## 2. Revisión de la literatura

El objetivo teórico planteado en la investigación era sistematizar las principales teorías sobre las tecnologías de la información, el mercadeo, las finanzas y la base jurídica relacionada, por tanto, se presentan los acápites correspondientes

### 2.1 Teorías sobres las Tecnologías de la información

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y Comunicación utilizar la (TICs) ha producido un cambio estructural en el estilo de registrar, divulgar e información en la sociedad; pretendiendo tener un desarrollo económico. La aparición de la tecnología a mediados de los años 90 ha desarrollado nuevas habilidades y formas de construcción del conocimiento que antes no se conocían. En este marco, debido al crecimiento acelerado de los sistemas de información y comunicación, las empresas han incursionado sus modelos de negocios en mercados digitales usando herramientas innovadoras de comercialización que permitan transformar la empresa en un área virtual, evolucionando estrategias y metodologías de trabajo (Fonseca Pinto, 2012).

Para Drucker (1993, págs. 19-93) las tecnologías de la información están pasando por un proceso de transición donde antes se trabajaba físicamente en realizar las gestiones operativas, pero con el pasar del tiempo algunas empresas lo han considerado menos apropiado como lo era la sociedad capitalista donde antes solo se enfocaban en el proceso de manufactura. Según los investigadores de la Universidad de Sevilla de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales (2019, págs. 3-12) sostienen que las tecnologías de información cubren todo tipo de hardware o técnicas tradicionales utilizadas para la obtención, procesamiento y presentación de datos para la manipulación de estos en cualquier empresa.

Entre las ventajas más importantes que se generan con las TICs se menciona el incremento de la productividad como resultado de la mejora de procesos, creando ventaja competitiva (Slywotzky, 2001), valor agregado para los clientes y empleados de la organización. Para Porter (2015, pág. 19) la estrategia competitiva es la posición favorable que tiene la organización en un determinado sector, así como es importante analizar los flujos de liquidez futuros y los costes de oportunidad asociados a la adopción (Magretta, 2014). Ante esta importante decisión, surgen teorías como de Acción Razonada (TRA, Theory of Reasoned Action) de (Fishbein & Ajzen, 1975) y la del Comportamiento Planificado (TPB, Theory of Planned Behaviour) de Ajzen (1985, págs. 11-39) donde ambos sostienen, que el factor clave es determinar la tecnología apropiada, económica y culturalmente, con relación a los recursos disponibles de la empresa siguiendo el modelo de aceptación de la tecnología (TAM, Technology Acceptance Model) propuesto por Fred D. Davis (1989) como lo indica la ***Figura 1*** donde diseñó el proceso del por qué las organizaciones deben aceptar la tecnología en sus operaciones, generando una razón lógica e ideal para mantenerse competitivo en el mercado.

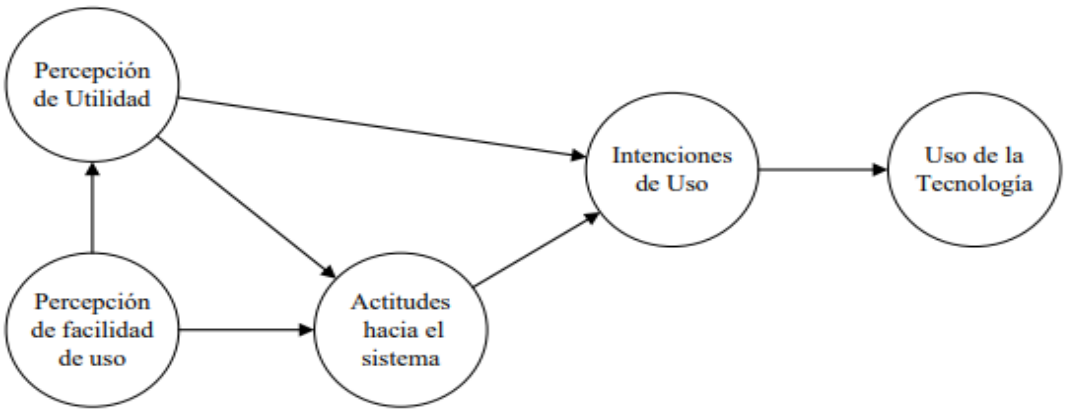



*Figura 1* Modelo TAM original

Tomado de la Investigación

Según investigadores de la Universidad de Zaragoza de España referente al modelo de la Aceptación Tecnológica (Hernández-Jiménez-Martín de Hoyos, 2007) indicaron que el impacto de las TIC no se refleja únicamente en un individuo, grupo, sector o país, sino que, se extiende al conjunto de todas las organizaciones (Del Águila Obra, 2013). Las TIC están produciendo una innovación y cambio constante en todos los ámbitos sociales, sin embargo, es importante indicar que estos cambios no siempre señalan un rechazo a las tecnologías o medios anteriores en las pequeñas y medianas industrias, ya que son las que son las que más recursos tecnológicos necesitan para innovar, sino más bien una oportunidad para el desarrollo de nuevas estrategias para sus modelos de negocios.

Las tecnologías en el Ecuador han generado un impacto positivo en la rentabilidad de las empresas debido a que la mayoría ha incursionado en nuevos canales de servicios, automatizando datos, simplificando procesos y creando valor agregado en el tiempo de ejecución de las operaciones, así como lo indica (García-Álvarez, 2013) en su obra científica. De esta manera aparte de las organizaciones de manufactura aquellas que brindan servicio como las entidades bancarias han disminuido el tiempo de consulta, espera y gestión operativa por parte de sus usuarios al aplicar una tecnología eficiente que optimice recursos y genere rentabilidad y permita ser más competitiva en el sector. Durante los últimos cinco años, el Ecuador ha evolucionado en la era cero papeles, demostrando que se pueden realizar diferentes operaciones comerciales y recibir la factura electrónica, siendo una innovación reciente en el sistema tributario, para la emisión de factura, lo que generó cambios positivos en la gestión contable (Líderes, 2015).

## 2.2 Teorías del Mercadeo

En la actualidad la complejidad en las operaciones de las organizaciones es cada vez más evidente debido al crecimiento global de la tecnología repercutiendo a los procesos organizacionales de las empresas, principalmente en la forma en la forma de que estas interactúan con la sociedad, dando origen a nuevas áreas como el marketing, principalmente se orienta a la satisfacción del cliente a partir del siglo XX, siendo en la actualidad el factor adecuado para estar conectado con el consumidor final y dar a conocer sus productos y servicios de una forma ágil y segura (Gómez Palacio, 2014)

Para (Philip Kotler & Gary Armstrong, 2017) el *marketing* es el proceso mediante el cual las empresas crean valor para los clientes y establecen relaciones sólidas con ellos, obteniendo a cambio el valor de estos para mantenerse en la organización. El mismo autor indica en su libro marketing lateral que *"la felicidad de los empleados influye significativamente en la productividad de la empresa"* y recomienda a las marcas que salgan de la zona de confort del Marketing 1.0 y 2.0 para ingresar a la era 3.0 (2017).

Por otro lado, (Coca Carasila, 2008) sostiene que, varios investigadores a lo largo de la historia las teorías de marketing han evolucionado a través de los periodos precontractuales, de identificación donde se pretendía mostrar de manera lógica el conjunto de actividades y funciones del marketing; en el periodo funcionalista se presentaban tres categorías: funciones de Intercambio, distribución y otras como financiación y a fines.

Luego en el periodo preconceptual, surgen los principios del marketing propuestos por Howard (1957), Maynard y Beckman (1952), facilitando una perspectiva general sobre los problemas de marketing. En el siglo XXI este concepto

representa el mercadeo en las organizaciones deben tener con una visión integradora de los sistemas de información digital (López-Bonilla José, 2015).

Afirman los autores Mendivelso y Lobos (2019, págs. 59-70), que en el nuevo milenio surgieron nuevas teorías relacionadas a la mercadotecnia (Ver **Tabla 1)**, donde señalan cuatro importantes redes que asocian la búsqueda de mejoras en la satisfacción del servicio al cliente.

Tabla 1 Teorías de mercadotecnia del nuevo milenio.

| Teorías | Descripción |
|---|---|
| Teoría del marketing digital | "…la web es el canal de mayor información al cual recurren con más frecuencia los consumidores" y "… los resultados de nuestra presencia en la red social sólo pueden medirse de manera adecuada en el largo plazo" (Moschini, 2012). |
| Teoría del neuromarketing | "…analiza los fenómenos a nivel neuronal que se traducen en comportamiento de los individuos…" e "…incorporan conocimientos sobre procesos cerebrales para mejorar la eficacia de la relación organización con clientes" (Braidot, 2006). |
| Teoría del marketing verde | "…el coste de los procesos productivos no está siendo considerado en el precio final del producto o servicio por esta razón se provoca el uso no racional de los recursos naturales" (Calomarde, 2005). |
| Teoría del marketing relacional | "…va más allá de una simple sonrisa después de realizado un negocio, tiene que ver con un genuino interés acerca de la satisfacción de las necesidades de la contraparte…" (Reinares, 2017) |

Elaboración propia.

Según los autores (Zárraga & Corona, 2018, págs. 46-65) , afirman, que la calidad del servicio tiene elementos como la cortesía, comunicación eficiente, proactividad, entre otros, que, según como haya sido el servicio, el cliente lo evaluará de forma adecuada. Para (César Enrique, 2011) ,un servicio eficaz consiste en

adaptarse a las especificaciones del cliente, atendiendo todas sus inquietudes. Al respecto, en los servicios prestados por las entidades Bancarias, se evidencia la relación directa entre el cliente y el Banco, donde es importante considerar la intervención del factor humano, adaptando el servicio a las exigencias del cliente, orientándolo y permitiéndole conocer más sobre las necesidades y expectativas de este. En síntesis, aumentar el grado de satisfacción del servicio al cliente permitirá obtener éxito económico y social (Sánchez-García & Sánchez-Romero, 2016).

Bajo esta misma lógica, varios investigadores científicos señalan que, el problema principal radica, fundamentalmente en la confusión que existe entre la efectividad y la eficiencia, así como también entre hacer las cosas correctamente y hacer las cosas necesarias. Nada hay imposible en el mundo de la mercadotecnia, sino cómo hacer con mucha eficiencia algo que nunca fue necesario: el problema no es de eficiencia sino de eficacia (2017; Ronald, Carlos, Jesús, & Yanin, 2016).

La Banca digital en el mercado ecuatoriano ha generado mayor impacto en los clientes al tener nuevos canales de servicios financieros como chatbots relacionados con la inteligencia artificial, debido a que, según el Banco Central del Ecuador, los medios electrónicos han crecido en 21% durante los últimos cinco años, siendo los pagos interbancarios uno de los canales más usados (Líderes, La banca digital suma usuarios en el mercado ecuatoriano, 2019).

### 2.3 Teorías de las finanzas

El Sistema Financiero mundial ha evolucionado sus servicios a medida que surgen nuevas necesidades de los clientes, lo que ha permitido desarrollar por varios investigadores teorías relacionadas a las finanzas donde no tan solo sea un estudio cuantitativo por el cual las empresas deban incrementar su rentabilidad sino más bien

de mantenerse en el mercado con un servicio de calidad donde se simplifiquen procesos y se optimicen los recursos tanto para la empresa como para el cliente.

Para (Pérez-Carballo, 2015), las finanzas combinan cuatro elementos fundamentales como: principios financieros básicos, innovación financiera de productos y mercados, desarrollo tecnológico de los sistemas de comunicación y gestión; y las recurrentes oportunidades y amenazas del entorno (Jiménez & Misas, 2019). Según (Fidel de la Oliva, 2016) , la teoría financiera contemporánea es una aplicación de la microeconomía con tendencia neoclásica que se caracteriza por adoptar métodos de otras ciencias y aplicarlos al análisis económico, así como las Tecnologías de la Información y Comunicación que han mantenido una relación privilegiada con el sector financiero o la banca, desde los primeros sistemas de información que impulsaron el desarrollo económico. Afirma (Ontiveros, 2011) que, la innovación de las TIC en el sistema financieros o bancos han mejorado los procesos internos como la gestión transaccional, la contratación en mercados o la interconexión con sistemas de pagos, ido de la mano de la banca en su crecimiento.

Por otro lado, en su libro El Capital, Carlos (Marx, 1976, pág. 367) sostiene que en la teoría financiera el principal elemento para que todo sistema pueda mantenerse en el mercado, es el interés, por lo tanto "La cuota de interés puede definirse como aquella suma relativa que el prestamista conviene en recibir y el prestatario en pagar por el uso de una determinada cantidad de capital-dinero durante un periodo de tiempo…"(Venustiano Carillo Mañay. Humberto Mancero Mosquera., 2019) . En la **Tabla 2** se muestran las principales teorías más relevantes de las finanzas donde se cita el autor y el año del estudio investigativo en el sector financiero.

Tabla 2 Teorías financieras y su aplicación en las TICs.

| No | Autor | Teoría |
|---|---|---|
| 1 | Teoría del riesgo | "Es el grado de variabilidad o contingencia del retorno de una inversión. En términos generales se puede esperar que, a mayor riesgo, mayor rentabilidad de la inversión" (Frank Knight, 2015). |
| 2 | Teoría económica neoclásica. | "Se basa en una decisión moral y no en los hechos o la lógica, mucho menos en algún tipo de derecho natural" (Adam Smith, 2016). |
| 3 | Teoría de la utilidad esperada | "Representan el comportamiento del consumidor, en el que los agentes eligen entre alternativas riesgosas (loterías)" (Neumann-Morgestern, 2008). |
| 4 | Teoría del portafolio de Markowitz | "…a las Finanzas no sólo les interesa el rendimiento esperado sino también el riesgo involucrado" (Markowitz, 2003). |
| 5 | CAMP de Sharpe | "El portafolio riesgoso óptimo para cada individuo debería ser aquel portafolio de activos riesgosos del mercado" (Sharpe, 2016; Ricardo Pascale, 2011). |
| 6 | Las TIC como Soporte para la Toma de Decisiones. | "Toda decisión tiene su argumento y soporte, las TIC es uno de ellos" (Gonzáles & Velásquez, 2014) |
| 7 | La innovación del modelo bancario: reto de la banca digital. | "los cambios tecnológicos trascienden en las transacciones comerciales como la innovación en la metodología de trabajo" (Bueno-Campos, 2017) |
| 8 | La Transformación Digital de la Banca. | "Las tecnologías Fintech tienen una gran flexibilidad y agilidad para incorporar cambios y por tener una estructura de costes reducida (Banco BBVA, 2015) |

Elaboración propia.

El sistema Financiero Nacional es el principal elemento de la economía del país, siendo base fundamental en la realización de transacciones personales, empresariales y del Estado. La estructura del sistema financiero ecuatoriano está conformada por la Banca Pública, Privada, Cooperativas de Ahorro y Crédito, Mutualistas, y a fines, que están ligadas directamente con todas las operaciones. Según el (Banco Central del Ecuador, 2019) indica que, dentro de la inclusión financiera que las entidades Bancarias deben realizar, se ha logrado el 60,8% incrementar el uso de servicios financieros para personas y 100% para empresas por cada 10,000 habitantes en todo el país, lo que significa que a través de los nuevos

canales de servicios y con la aplicación de la tecnología se están logrando digitalizar la mayoría de las operaciones transaccionales.

Entre los bancos con mayor solidez en sus gestiones comerciales al término del año 2019, se tiene en primera posición a la Banca Privada, siendo esta el objeto de estudio por tener mayores rubros que devengar, no tener relación de dependencia directa con el Estado y por ser competencia directa de la Banca Pública (Superintendencia de Compañías, 2019). Argumentan (Roa & Warman, 2015) que los intermediarios financieros no bancarios representan un riesgo mayor por estar sujetos a retiros masivos en sus fuentes de financiamiento. Promover nuevas perspectivas y tendencias globales en finanzas, induce a crear rupturas tecnológicas por apartados en la nube (Cloud computing), analizar datos masivos (Big Data), crear inteligencia artificial (IA), cadena de bloques (Blockchain) y con el soporte del Internet de las Cosas (IoT) diseñar nuevas estrategias comerciales que generen impacto en la rentabilidad en la Banca Privada del Ecuador.

## 2.4 Aspectos Legales

El sistema financiero ecuatoriano, está conformado por la Constitución Política del Ecuador y La Ley General de Instituciones del Sistema Financiero, las cuales son un conjunto de leyes, reglamentos, decretos, normas y resoluciones que regulan la actividad financiera, las cuales se establecen en herramientas y documentos para controlar el ahorro y la inversión de la economía en general. En concordancia con La Constitución Política del Ecuador: Art. 308: “Las actividades financieras son un servicio de orden público, y podrán ejercerse, previa autorización del estado, de acuerdo con la ley” (Corporación Financiera Nacional, 2017).

Ley General de Instituciones del Sistema Financiero TÍTULO I NORMAS DE CREACIÓN. Artículo 302.- Las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera tendrán como objetivos:

1. *Suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia* (Banco Central del Ecuador, 2018).

La Superintendencia de Bancos indica que, "las instituciones financieras públicas, las compañías de seguros y de reaseguros se rigen por sus propias leyes en lo relativo a su creación, actividades, funcionamiento y organización. Se someterán a esta Ley en lo relacionado a la aplicación de normas de solvencia y prudencia financiera y al control y vigilancia que realizará la Superintendencia (Ley general de instituciones del sistema financiero, codificación., 2012).

**2.5 Posición del autor**

La banca privada del Ecuador está regulada por varias entidades que toman el control en todas aquellas gestiones que deseen realizar en mejoras de su rentabilidad. Por tal motivo este caso de estudio citó las teorías más relevantes las tecnologías de información y comunicación con un modelo de aceptación tecnológica (TAM), donde se dio a conocer que, para innovar los servicios en el consumidor, se necesitan realizar mayores inversiones tecnológicas que estén ligadas directamente con el usuario, de tal manera que le permita realizar fácilmente sus transacciones, creando valor agregado a la gestión financiera, logrando la fidelización del cliente.

De la misma forma se citaron teorías relacionadas al mercadeo, donde los precursores sostienen que no tan solo se requiere una sólida infraestructura o un modelo de negocio sino más bien identificar las necesidades que tiene el factor humano y trabajar sobre ellas para un fin en común donde tanto la compañía como el usuario se sientan identificados por lo que brindan y hacen en el menor tiempo

posible. Finalmente se citaron las teorías relacionadas a finanzas donde se exponen los conceptos claves de varios investigadores en temas de riesgos, economía, utilidad esperada, portafolio, así como la incidencia de las Tic durante los últimos cinco años.

Actualmente en el Ecuador la situación de la Banca Privada es muy frágil debido a la falta de regularidad en las transacciones bancarias y a las operaciones que antes se realizaban con normalidad, esto se debe a crisis mundial a causa de la Pandemia donde los sectores que sostienen la matriz productiva han disminuido el nivel de operaciones comerciales, financieras y económicas.

# 3. Método de Investigación

## Tipo de Investigación

Descriptiva: El presente estudio tiene un enfoque descriptivo que permitirá conocer la información cuantitativa de la Banca Privada en el Ecuador referente a la rentabilidad, así como también de aquellos Bancos que tienen mayor cantidad de clientes en las Provincias más pobladas del país, siendo el soporte principal para medir el impacto financiero según los indicadores ROA, ROE y Solvencia durante los últimos cinco años. Este estudio también analizará el comportamiento de la ASOBANCA frente a la emergencia sanitaria a nivel mundial donde se han gestionado diferentes transacciones personales y comerciales con un menor impacto económico en las finanzas, lo que ha generado una variante muy importante de analizar en cada uno de los indicadores mencionados.

## Enfoque Investigación

Cualitativo: El presente trabajo tiene un enfoque cualitativo porque evaluará la situación actual de la ASOBANCA en el Ecuador, año 2020 mediante un análisis FODA que permita conocer los puntos más fuertes y débiles, así como aquellas oportunidades en la búsqueda de nuevas estrategias frente a las posibles amenazas que enfrentan los Bancos, ya sean a nivel nacional o generadas a nivel mundial con impacto nacional. De la misma manera por medio de la entrevista y grupo focal, se evaluará internamente a los grupos más representativos de la Banca Privada con el propósito de conocer el proceso que han tomado para mantenerse en el mercado a lo largo de los últimos años, ya sea con la innovación en su sistema financiero o con la tecnología desde cada uno de los canales de servicios, garantizando la fidelidad del cliente hacia la Banca.

## Método de Investigación

### Inductivo

A partir de la observación, análisis y evaluación de los indicadores de rentabilidad de la Banca Privada del Ecuador, se realizará un estudio general de los posibles factores que han incidido en el impacto económico de las operaciones comerciales de los Bancos, sobre todo durante el año 2020, mismo que hasta ahora a través de la toma de decisiones amparada en los resultados obtenidos se han generado un sinnúmero de nuevas estrategias comerciales para sostener el equilibrio económico fijado en la planificación institucional.

### Deductivo

Al conocer la situación actual de la ASOBANCA en el Ecuador y factores estratégicos comerciales, se podrá determinar los elementos más representativos que han generado un impacto económico positivo o negativo en la rentabilidad de los Bancos, sobre todo en la ciudad de Guayaquil donde se concentra la mayor cantidad de usuarios, transacciones, gestores de rendimiento económico y otros asociados a las operaciones que cada Banco realiza, dando flujo a presentar una marca diferenciada a través de la innovación tecnológica que permita simplificar procesos e incrementar la rentabilidad.

### Sintético

Se realizó un análisis completo de las teorías más importantes relacionadas a la tecnología de información y comunicación, mercadeo y finanzas que permiten tener un panorama más específico de las estrategias de innovación que aplican los bancos para el beneficio de sus clientes y los posibles factores que inciden de forma efectiva en la rentabilidad de estos.

**Técnicas de Investigación**

Observación Directa: esta técnica fue utilizada para determinar las estrategias semejantes y diferentes que la Banca Privada ha aplicado durante los últimos cinco años, donde algunas han permanecido hasta la actualidad y otras se han incorporado al contacto directo con el cliente donde las consultas puedan ser de forma directa a través de las redes sociales, siendo exclusiva la información presentada por quien la solicita así como también mediante las páginas web de cada banco se identifica el Chat al instante que le permite al usuario interno y externo acceder para consultas.

**Instrumentos de medición**

En este caso de estudio se aplicarán la entrevista y grupo focal como instrumentos de medición que permitirán identificar la información más relevante de aquellas estrategias de innovación tecnológica que inciden en la rentabilidad de las operaciones bancarias, siendo el primer instrumento aplicado a los Gerentes comerciales, jefes de planificación institucional y a fines que estén relacionados directamente con el beneficio económico mediante la innovación tecnológica mientras por medio del segundo instrumento se conocerán los puntos adversos que tienen los bancos del Ecuador para sostener de forma eficiente al cliente y que este se sienta identificado con la institución no tan solo por la atención prestada sino por la presencia tecnológica en la rapidez de las transacciones realizadas y ante emergencias mundiales como la que actualmente se tiene.

Se realizarán entrevistas virtuales a 5 Gerentes comerciales; los cuales trabajan en las siguientes empresas: Banco Pichincha, Banco Guayaquil, Banco Internacional, Banco Amazonas y Banco General Rumiñahui. La muestra fue escogida en virtud de tener mayor participación en el mercado financiero ecuatoriano en la ciudad de Guayaquil. Las variables se presentan en el siguiente cuadro:

Tabla 3 Cuadro de Operacionalización de Variables

| Objetivo General | Problema de Investigación | Idea a defender | Variables de Investigación | Indicadores de Variable | Tipo de Investigación | Enfoque Investigación | Método de Investigación | Técnicas de Investigación | Instrumentos de Medición |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Analizar el uso de las aplicaciones tecnológicas y su impacto en la rentabilidad de la Banca Privada en Ecuador. Periodo 2017-2020 | ¿Qué factores inciden en el uso de las aplicaciones tecnológicas en la banca privada y cómo estas se relacionan con la rentabilidad? | La efectividad de las estrategias comerciales relacionadas al uso de las aplicaciones tecnológicas contribuye al impacto en la rentabilidad de la Banca Privada en Ecuador. | Dependiente Rentabilidad de la Banca Privada del Ecuador<br><br>Variable Independiente Estrategias Comerciales | -Análisis Sectorial<br>-ROE<br>-ROA<br>-Solvencia<br><br>-Precio<br>-Producto<br>-Plaza<br>-Promoción | Descriptiva | Cuantitativo Cualitativo | Analítico Sintético<br><br>Deductivo Inductivo | Revisión Documental<br><br>Revisión Bibliográfica<br><br>Observación directa | Series de Datos<br><br>Grupo Focal<br><br>Entrevista |

Tomado de la Investigación

# 4. Análisis de resultados

## 4.1 Variable Dependiente: Rentabilidad de la Banca Privada del Ecuador

### 4.1.1 Análisis Sectorial

El sistema bancario privado en Ecuador desde la dolarización ha desarrollado estrategias que han mejorado su rentabilidad y fidelización con los clientes, siendo más sólido, solvente y teniendo liquidez, sin embargo este proceso puede haber disminuido la competencia entre los bancos debido a que existen premisas sobre un determinado sector bancario es decir características oligopolísticas con un elevado nivel de mercado. Actualmente existen 4 bancos considerados grandes por su solvencia financiera que gozan de alta participación de mercado. (Ver Tabla 4 )

Tabla 4 Categorización de la Banca Privada del Ecuador

| BANCOS | Soluciones tecnológicas | Dirección web |
|---|---|---|
| **GRANDES** | | |
| Banco Pichincha | Sí | https://www.pichincha.com/portal/inicio |
| Banco Pacífico | Sí | https://www.bancodelpacifico.com/personas/canales- |
| Produbanco | Sí | www.produbanco.com.ec/banca-minorista/canales-de- |
| Banco de Guayaquil | Sí | www.bancoguayaquil.com/canales-digitales/banca- |
| **MEDIANOS** | | |
| Banco Internacional | Sí | www.bancointernacional.com.ec/ |
| Banco Bolivariano | Sí | www.bolivariano.com/personas/canales-de- |
| Banco del Austro | Sí | www.bancodelaustro.com/Canales/Banca- |
| Banco General Rumiñahui | Sí | www.bgr.com.ec/bgr-movil |
| Banco Solidario | Sí | www.banco-solidario.com/ |
| Banco de Machala | Sí | www.bancomachala.com/banca- |
| CitiBank | | |
| Banco de Loja | Sí | www.bancodeloja.fin.ec/Informaci%C3%B3n/Nuestra- |
| **PEQUEÑOS** | | |
| Banco ProCredit | Sí | www.bancoprocredit.com.ec/ |
| Banco Amazonas | Sí | www.bancoamazonas.com/Canales- |
| Banco CoopNacional | No | www.bancocoopnacional.com/efectivo_desde_mi_celular.html |
| Banco D-Miro | Sí | www.bimo.ec/que-es-bimo/ |
| Banco Finca | Sí | www.finca.ec/aplicacion-en-linea/ |
| Banco Del Litoral | No | www.litoral.fin.ec/145detaila854bds-17080449.tax |
| Banco DelBank | No | www.delbank.fin.ec/soluciones/creditos/ |

Elaboración propia.

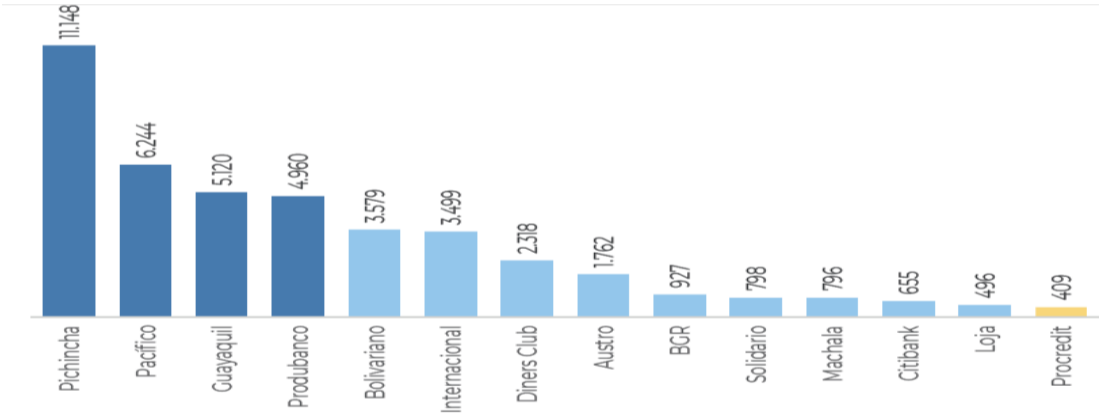
A mediados del año 2017 se tomaron nuevas medidas económicas con el actual Gobierno, ocasionando que se active la economía y el sector financiero, prevaleciendo la intención de fortalecer la dolarización y no realizar un cambio de moneda de tal manera que los usuarios inviertan sus ahorros y accedan a créditos para reactivar sus negocios, además de mejorar la economía del país y disminuir la morosidad de la cartera de clientes. De acuerdo con los datos proporcionados por la Superintendencia de Bancos Privados del Ecuador, indican que el sistema financiero "…llegó a USD 43.718,65 millones, cifra superior en USD 2.350,58 millones (5,68%) a la registrada en abril 2019 y dicho aumento fue consecuencia principalmente del incremento de la cartera de créditos…" (SuperIntendencia de Bancos del Ecuador, 2020)

La Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ASOBANCA) terminó el año 2019 con buenos indicadores pese al bajo crecimiento económico debido a las nuevas reformas tributarias, llevando a la recesión económica, incrementando el riesgo país en el mes de octubre. Entre las perspectivas económicas para el año 2020, está mejorar las condiciones de financiamiento e instrumentos financieros, lo que apunta a atraer capital extranjero a este sector, siempre bajo la supervisión de la banca pública como el BIESS, CFN y BanEcuador. Es importante mencionar que, las cooperativas consiguen más liquidez en ciertas regiones donde la banca no llega, representando el 30% de los activos del sistema financiero (Primicias, 2020).

La Banca privada mantiene su liquidez pese a la emergencia sanitaria a causa del Covid-19. Según Julio José Prado, presidente de la Asobanca, afirma que, "mantener liquidez durante la emergencia sanitaria, es esencial porque le dice a la gente que pueden requerir de su dinero y que hay líneas de crédito disponibles", a esto se suma

una estrategia importante como la baja en inversiones, que ha permitido mantenerla con un 24,1% en marzo del 2020 respecto al 23,2% del mes de marzo del año 2019.

*Figura 2* Activos de Bancos del Ecuador – mayo 2020




Tomado de la investigación (ASOBANCA, 2020)

Actualmente debido a los diferentes cambios tecnológicos que ha tenido la Banca Privada del Ecuador y a la emergencia sanitaria, las soluciones tecnológicas ya no son una ventaja competitiva como lo era hace cinco años atrás donde los Bancos desarrollaron una nueva billetera móvil con el fin de brindarle mayor comodidad y eficiencia en el servicio de las transacciones al cliente sino más bien es lo mínimo que los clientes esperan para tener mayor confianza y fidelizar la marca en un mercado altamente competitivo, además es importante indicar que gestionar una buena cartera de clientes a través de la Banca móvil ayudará que los canales tecnológicos abaraten costos de personal, infraestructura, optimicen tiempos y sobre todo se reduzca la emisión de comprobantes físicos de alguna transacción o requerimiento ya que de esta manera se logrará un mejor cuidado del medio ambiente, fidelización de los clientes y reducción de tiempos de espera en agencias, permitiendo planificar nuevos proyectos en beneficio de la ciudadanía.

### 4.1.2 ROE

El indicador de rentabilidad financiera (Return on Equity, por sus siglas en inglés ROE) mide el nivel de utilidad o pérdida que generó la entidad en relación al patrimonio. La relación entre más alta es mejor, su cálculo está representado por la relación de la Utilidad con respecto al Patrimonio.

*Figura 3* Indicadores financieros de la Banca Privada-abril 2020

| Bancos Privados | abr-19 | dic-19 | mar-20 | abr-20 | Var. Mensual Abs. | Var. Anual Abs. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| ROE | 12,30 | 13,90 | 7,83 | 6,65 | -1,18 | -5,65 |
| ROA | 1,37 | 1,38 | 0,88 | 0,74 | -0,13 | -0,63 |
| Calidad de Activos | 136,06 | 132,45 | 132,15 | 128,35 | -3,80 | -7,72 |
| Eficiencia | 130,03 | 127,43 | 113,26 | 109,85 | -3,41 | -20,18 |
| Intermediación Financiera | 91,85 | 93,44 | 94,98 | 93,05 | -1,92 | 1,21 |
| Apalancamiento | 7,81 | 7,83 | 7,82 | 7,75 | -0,07 | -0,06 |
| Liquidez | 25,37 | 25,98 | 24,10 | 27,65 | 3,56 | 2,28 |
| Morosidad | 2,95 | 2,73 | 2,63 | 3,26 | 0,63 | 0,31 |
| Cobertura | 223,44 | 225,56 | 252,66 | 211,37 | -41,29 | -12,08 |
| Solvencia | 13,22 | 13,47 | 13,34 | 13,65 | 0,31 | 0,43 |

Tomado de la investigación

Según los datos proporcionados por la ASOBANCA, se evidencia que entre el mes de abriol del año 2019 y abril del año 2020, este indicador ha disminuido sus beneficios después de impuestos significativamente al 50%, percibiendo menos o casi nada de capital para los accionistas. Todo esto se debe a la pandemia causada por el Covid-19 donde cientos de personas quedaron desempleadas y otras aseguraron su capital retirándolo por especulaciones sobre entidades bancarias que también se verían afectadas y que no cuenten con la liquidez necesaria para mantenerse en el mercado.

### 4.1.3 ROA

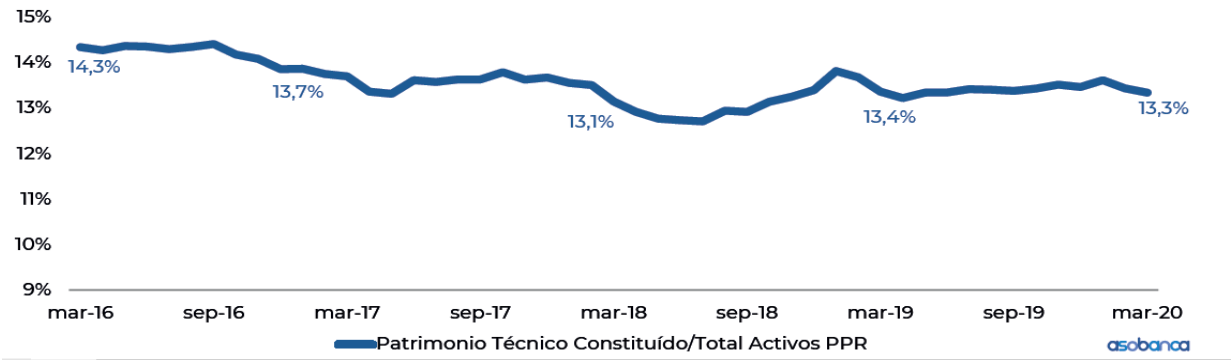
El indicador Return on Assets, por sus siglas en inglés ROA, mide la rentabilidad total de los activos. Su cálculo está representado por la relación entre el beneficio neto de un periodo y los activos totales.

Como se muestra en la imagen anterior, la variación porcentual del ROA desde el mes de abril del 2019 hasta el año actual es del 54,01%, lo que significa que la inversión sobre los activos disminuyó, es decir que por cada dólar que invierte la Banca en activos, se puede obtener hasta la mitad de ganancia, independientemente de la política fiscal y financiera de la empresa. Ante la emergencia santiaria para mantener liquidez y precuatelar la cartera de clientes, la Banca dejó de invertir en activos para atender a préstamos a largo plazo, generando rentabilidad.

### 4.1.4 Solvencia

Según la última información disponible por la ASOBANCA, la relación entre el patrimonio técnico constituido y total de activos ponderados por riesgo, al cierre de marzo de 2020, llegó a 13,3%, superando el requerimiento legal que esta proporción sea por lo menos del 9%. Este indicador decreció de manera anual en 0,02 puntos porcentuales y evidencia la solvencia patrimonial de la banca ecuatoriana. (2020)

*Figura 4* Solvencia de la Banca Privada-abril 2020




Tomado de la investigación.

## 4.2 Variable Independiente: Estrategias Comerciales

### 4.2.1 Precio

Los precios que presenta la Banca Privada para sus clientes han sido regulados por medio de la Superintendencia de Bancos donde son definidos de acuerdo con el volumen de transacciones y comisiones por transferencias, aperturas de cuentas de ahorro, corrientes, inversiones, pólizas y demás instrumentos financieros. Existen algunas tendencias y políticas que incrementarán el interés del usuario en fidelizarse con la entidad debido a que en algunas se abren cuentas de ahorro sin costo alguno, lo que hace mayor atractivo el mercado para quienes no disponen de ingresos fijos, la mayoría de estos casos corresponden a jóvenes que reciben dinero de sus familiares en el exterior. Entre las principales características de la fijación de precios por parte de la Banca Privada del Ecuador se tiene lo siguiente:

Tabla 5 Fijación de precios y políticas de la ASOBANCA

| **Detalle** | **Precios** | **Políticas de precios.** | **Políticas de comisión de ingresos.** |
|---|---|---|---|
| Apertura de cuentas. | $5,15 | - Calificación a cuatro escalas para clientes.<br>- Seguro de desgravamen.<br>- Límite de transacciones diarias por un monto específico.<br>- Renovación de productos y servicios financieros. | - Pago de comisiones a Corresponsales No Bancarios, superados los 30 días.<br>- Cobro mensual por la emisión de los estados de cuenta.<br>- Intereses ganados por mantemineto de valores en cuentas de ahorros y corrientes. |
| Emisión de tarjetas de crédito. | $5,15 | | |
| Emisión de Cheques de Gerencia. | $2,50 | | |
| Transferencias al exterior. | $1,85 | | |
| Retiros de dinero en cajeros automáticos de otros bancos. | $0,50 | | |
| Inversiones (en promedio) | Superiores a $500 | | |

Elaboración propia.

### 4.2.2 Producto

Entre los productos más innovadores durante los últimos cinco años que oferta la Banca Privada en el Ecuador a sus clientes se tiene:

Tabla 6 Productos Bancarios Innovadores de la ASOBANCA

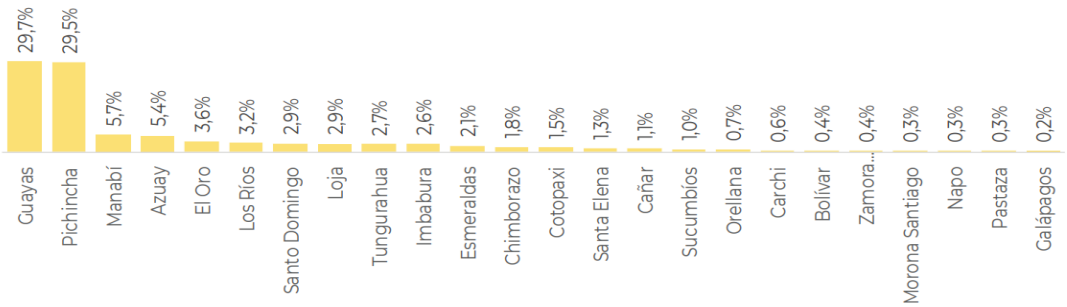
| Productos Bancarios | Características y beneficios |
|---|---|
| Vinculación web | Servicio 7/24.<br>Apertura en siete a diez minutos.<br>Agendamiento para entrega de tarjeta de débito.<br>Para clientes desde los 18 años. |
| Vinculación integral con la agencia bancaria. | Apertura en diez minutos (antes 30 a 40 min.).<br>Contrato digital enviado al mail del cliente.<br>Entrega de tarjeta de débito en agencia.<br>Activación del habilitante en agencia.<br>Vinculación a los canales electrónicos en agencia. |
| Créditos Bio | Sectores beneficiados: comercial, automotor, constructor, vivienda y microcrédito. |
| Crédito digital (Hipotecario y otros) | Aproximadamente 2100 operaciones mensuales, con un monto colocado entre $3.500 y 50 millones. |
| Portal de afiliación para pequeñas empresas. | Servicio 7/24, acceso a través de las páginas web.<br>Acceso al token de manera digital por medio del celular.<br>El token no tendrá costo la primera vez ni en su renovación.<br>Por seis meses el costo de las transacciones será gratis en cada servicio. |

Elaboración propia.

### 4.2.3 Plaza

Es importante para los Bancos fidelizar con sus clientes, por esta razón se trabaja mucho en la segmentación de los mismos, pese a que la Banca no puede llegar como desearían a sectores como la Amazonía y Galápagos, que por su demografía no se ha logrado alcanzar la cobertura necesaria. En la **Figura 5** se muestra la proporción de clientes en las provincias del Ecuador porque para el cliente es vital tener un servicio que le represente una alternativa de financiamiento a mediano largo plazo, además de acceder a otros instrumentos financieros según el historial crediticio del mismo. A continuación se citan las principales ventajes que considera la Banca con los clientes.

*Figura 5* Número de clientes de ASOBANCA – mayo 2019




Tomado de la investigación

Tabla 7 Ventajas entre Banca y Clientes

| Ventajas para la Banca | Ventajas para el cliente |
|---|---|
| Vinculación con nuevos clientela a través de los canales de servicios. | Financiamiento completo del valor de productos e instrumentos financieros adquiridos. |
| Incremento de la base de datos de clientes potenciales y regulares. | Crédito Bancario Ágil según el historial crediticio del cliente. |
| Incremento de la rentabilidad operativa. | Copia de todos los documentos habilitantes en la adquisición de productos y servicios. |
| Se exime de la "responsabilidad" por parte del cliente, en la elección, entrega e instalación del productos e instrumentos financieros, así como de los gastos de conservación, mantenimiento y seguro. | Cuotas fijas y reguladas ante la superintendencia de bancos a largo plazo sin alterar las mismas pese a cambios tributarios. |

Elaboración propia

### 4.2.4 Promoción

Para promocionar los productos y servicios que ofrece la Banca (2020) a la ciudadanía, se utilizarán diversos mecanismos de comunicación digital, conforme el siguiente detalle:

Tabla 8 Canales de promoción de productos y servicios Bancarios

| Canales Bancarios | Características y beneficios |
|---|---|
| Agencia virtual | Permite al usuario interactuar a través del chat, mail, web, video o redes sociales, por medio de un asesor de servicios en horarios extendidos. |
| Cajeros automáticos también para retiros sin tarjeta. | Permite disponer de dinero de forma rápida mediante en la red de cajeros automáticos del Banco, sin necesidad de contar con la tarjeta de débito, disminuyendo las transacciones en la agencia física. |
| Programa de Red Segura | Mitiga riesgos en el ingreso inapropiado de usuarios y contraseñas por situaciones donde la integridad del cliente se vea afectada, en este caso se generan automáticamente mensajes de invalidación de datos a la cuenta de correo electrónico del cliente. |
| Actualización de información. | Publicidad en el cambio de claves en tarjetas de débitos, crédito y Banca en línea en caso de pérdida cada año o cuando la situación lo amerite. |

Elaboración propia.

**Redes sociales:** Facebook e Instagram son canales directos donde el cliente puede informarse sobre las gestiones que realizan los bancos, sirviendo el primero como motor de consulta rápida debido a la gran acogida que tiene.

**Email publicitario:** a través de correo electrónico se comunican los nuevos productos y servicios que ofrece la Banca a sus clientes.

**SMS:** anuncia de forma inmediata las transacciones realizadas o consultas.

**Afiches:** informativos ubicados en agencias, dentro y fuera de la ciudad.

## 4.3 Entrevistas

Tabla 9 Entrevistas a funcionarios de la Banca Privada en el Ecuador

| NOMBRES Y APELLIDOS | INSTITUCIÓN Y CARGO | 1. ¿Considera que las aplicaciones móviles han incrementado la rentabilidad de la Banca? ¿Por qué? | 2. ¿Qué tipos de pagos de servicios ofrecen las aplicaciones móviles en la transacción de los usuarios? | 3. ¿Qué factores tecnológicos han incidido en el desarrollo de nuevos servicios financieros? | ¿Qué novedades han presentado los usuarios en el manejo de las aplicaciones móviles al momento de realizar sus transacciones? |
|---|---|---|---|---|---|
| Byron José Loor Alcívar | Banco Guayaquil | Si, por que los servicios móviles se han multiplicado regularmente en los últimos años en la banca. | De todo tipo de transacciones., desde Educación hasta Seguros médicos. | La innovación tecnológica por lo que el sector financiero también ha entendido que las redes sociales son canales fundamentales para la comunicación con sus clientes mediante app bancarias. | Algunas personas mayores falta de conocimiento en su manejo |
| Cindy Nimbriotis | Banco Pichincha - Gerente Comercial. | Claro que sí, ya que por transacción de empresas tiene costo y esto incrementa ingresos para el banco | Pagos de tarjetas y facturas de servicios básicos. | La creación de banca móvil y billetera digital. | en algunos casos el desconocimiento de no manejo de la herramienta |
| Leslie Oleas | BDP - Subgerente | Si, porque los clientes necesitamos soluciones que estén a nuestro alcance bajo tecnologías que permitan potenciar la usabilidad y portabilidad. | Recaudaciones de servicios básicos, pagos de tarjetas de crédito, recaudaciones de instituciones varias. | Los avances tecnológicos como la capacidad de procesamiento o verificaciones biométricas facilitan la oferta de servicios por su grado de confiabilidad y seguridad. | La adaptación a la tecnología, dependiendo del segmento basado en rango de edades, puede costar más o menos. Algunas pueden ocasionar fricción al momento de usarlas y como consecuencia se dejan de usar. |
| Lily Arellano | PRODUBANCO - Subgerente Pyme | Sí. Hay mayor facilidad para comunicarse y revisar remotamente información de clientes y del banco. | Pago de servicios básicos, públicos y privados. | El cuidado de los hackers influye mucho al momento de desarrollar Servicios financieros y la facilidad de contar con móviles. | En la mayoría de los casos los usuarios no se familiarizan con las herramientas desde el inicio. |
| Alexandra Avellán | Banco del pacifico_ Jefe de Plataforma de servicios | Si, porque se reducen los gastos que hace la empresa a nivel económico, en temas de operatividad, y el tiempo que tomaría en hacer los procesos. | Se puede pagar servicios básicos. Como agua luz y teléfono, televisión pagada, pago de impuestos, pagos del IESS. | La gran mayoría de los clientes ya cuentan con un celular inteligente y acceso a Internet, lo cual ha dado la. Oportunidad de ofrecerles. herramientas, para que puedan utilizar nuestros servicios desde la comodidad de su hogar u oficina mediante el uso de los celulares y computadoras | A muchos les parece fácil entender y usar nuestras plataformas virtuales y en pocos casos debido a la edad de los usuarios se les complica un poco más entender el manejo. |
| Eduardo De María Chávez | Banco Bolivariano | Si acceso más rápido y sin colas. | Transferencia y pago de servicios básicos | El celular. | Miedo a ser hackeados |

Elaboración propia.

## 4.4 Grupo Focal

Tabla 10 Focus Group a la Banca Privada del Ecuador

| NOMBRES Y APELLIDOS | INSTITUCIÓN Y CARGO | 1. ¿Con qué frecuencia en promedio realizan transacciones los usuarios y de qué tipo son? | 2. ¿Cuál es el principal factor por el cual la Banca ofrece un servicio más directo? | 3. ¿Considera usted que innovar en las firmas electrónicas de los usuarios, agilitaría todos los trámites? | 4. ¿Considera usted que innovar en las firmas electrónicas de los usuarios, agilitaría todos los trámites? | 5. ¿Qué inconvenientes han presentado las aplicaciones móviles en las transacciones? |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Luis Arturo Cedeño Garzón | Banco del Pacífico Asesor Comercial | 30 diarios, consultas de crédito. | Facilidad en transacciones | Si | Si | Retraso en la comunicación |
| Cindy Nimbriotis Naranjo | Banco Pichincha -Gerente Comercial | Siempre, pagos de tarjetas transferencias y pagos de facturas | Fidelización con el cliente | Para una institución bancaria es necesario las firmas originales | Para una institución bancaria es necesario las firmas originales | Lentitud al ingresar. |
| Leslie Oleas | BDP - Subgerente | Yo realizo 1 vez por semana. Transferencias, pagos. | Posicionamiento de marca. | Si se refiere usuarios=clientes, no. No todos tienen la posibilidad de adquirir su firma con entidad certificadora reconocida. | Si se refiere usuarios=clientes, no. No todos tienen la posibilidad de adquirir su firma con entidad certificadora reconocida. | Muchos pasos para realizar una transacción |
| Olga Murillo Salas | Banco Pacifico / Jefe de Sistemas | Diaria, depósitos, retiros, transferencias y pagos de servicios | Confianza | Si | Si | Problema de seguridad |
| Lily Arellano | Produbanco-Subgerente Pyme | Diariamente para revisar sus cuentas y por lo menos quincenalmente para hacer pagos | Fidelización con el usuario. | Sí | Sí | El uso de datos móviles |
| Alexandra Avellán | Banco del Pacífico_ Jefe de Plataforma | Exactamente no puedo dar una cifra, pero si se están manejando mucho las transacciones virtuales y más ahora en la pandemia que se vive muchos les ha tocado ingresar a la plataforma virtual del banco y lo que más realizan son pagos de servicios básico. Transferencias entre cuentas propias y de otros bancos, pago de tarjetas de crédito, pago de Sri y del IESS, compra de tiempo aire, recargas etc. | Facilidad en realizar un servicio seguro. | Si, ya que se evitaría que el cliente se acerque físicamente al banco se ahorraría en papel | | Hay algunos clientes indican que no se han podido ingresar a las aplicaciones, pero en su mayoría es que los clientes no tienen actualizados sistema operativo de su celular. |
| Eduardo De María Chávez | Bolivariano | Todos los días. Transferencia es la más común. | | Claro que si. | | Ninguna. |

Elaboración propia.

## 4.5 Análisis General Resultados

En virtud de la información obtenida tanto la situación actual de la Banca Privada del Ecuador como en los indicadores financieros, así como también los resultados de los instrumentos de medición, entrevista y encuesta, el sector Bancario muestra un panorama alentador en sus operaciones internas, debido a que pese a recibir un impacto económico en sus finanzas a causa del Covid-19, se mantuvo siempre en constante servicio con el usuario, potencializándose nuevos canales de información como redes sociales y la banca móvil donde cientos de ciudadanos accedieron a estos servicios para gestionar diferentes transacciones, así como también algunas Pymes se involucraron más en este canal por ser el sector más afectado de todo el Ecuador, sin duda alguna es el motor económico que representa aproximadamente el 18% del PIB.

El desarrollo de nuevas tecnologías ha permitido mantener la solvencia aunque sea 0,1% por debajo de lo esperado durante la emergencia sanitaria, es decir que el uso de las aplicaciones móviles en el Ecuador generó una cultura más eficiente de la proyectada, si bien es cierto que este canal era poco utilizado por cientos de empresas y personas, pero a raíz de la actual pandemia, se agilitaron procesos de tal manera que se redujeron los tiempos de atención al cliente en ventanillas, se incrementaron paulatinamente los ingresos por este canal así como también el usuario accedió a los demás canales virtuales como páginas web y redes sociales para consultar el proceso de sus trnsacciones.

Las aplicaciones móviles tienen gran acogida por parte de los usuarios y son actualmente el factor diferenciador que por agilidad, eficiencia y calidad generan un valor agregado en medio de la competitividad tradicional entre bancos.

## 4.6 Valoración Factores Críticos

Para efectos de un mejor enfoque en cuanto a los factores críticos que tiene la Banca Privada del Ecuador, es importante asignar una valoración que permita identificar de forma clara el comportamiento financiero. Por esta razón se dará a conocer el indicador CAMEL, mismo que hace referencia al Capital, Activo, Manejo Rentabilidad (Earning) y Liquidez.

A continuación se citan los más relevantes del mes de abril del año 2020. Es importante considerar el riesgo financiero a través del modelo citado, mediante el cual se dan a conocer los intervalos de irregularidades con sus respectivos grados respecto a tener un riesgo mínimo o máximo.

Tabla 11 Matriz de valoración de factores críticos.

| Categoría de Riesgo | Rango Mínimo | Rango Máximo |
|---|---|---|
| Normal | 1.00 | 1.75 |
| Regular | 1.76 | 2.50 |
| Aceptable | 2.51 | 3.25 |
| Irregular | 3.26 | 4.00 |

Tabla 12 Matriz CAMEL de la ASOBANCA.

| Área | Indicador | Calificación | Valoración del área. | % |
|---|---|---|---|---|
| **C**apital | Endeudamiento | 1 | 2 | 0.66 |
| | Exposición al Riesgo. | 2 | | |
| **A**ctivo | Cobertura de la cartera de clientes. | 2 | 1 | 0.50 |
| **M**anejo | Costo Administrativo | 4 | | |
| | Eficiencia Administrativa. | 5 | 4 | 0,44 |
| **E**arning | Rendimiento del patrimonio. (ROE) | 1 | | |
| | Rendimiento del total de activos. (ROA) | 1 | 1 | 0.50 |
| **L**iquidez | Liquidez inmediata | 1 | 2 | 0.50 |
| | **TOTAL** | | | **2,60** |

Elaboración propia.

Para realizar el presente análisis se asignó una puntuación a cada indicador donde 1 representa la mayor participación en el impacto económico de la Banca y 5 el que menor impacto tiene sobre los ingresos recibidos.

De la misma forma las áreas fueron asignadas con las mismas puntuaciones. Según la matriz de valoración de factores críticos, se evidencia que la Banca Privada del Ecuador se encuentra en riesgo aceptable, eso se debe a la poca frecuencia que han tenido los usuarios en las transacciones comerciales que han realizado durante la emergencia sanitaria.

Durante marzo y abril los meses donde mayores pérdidas humanas y económica tuvo el Ecuador, motivo por el cual la Banca dejó de invertir en sus activos para gozar de su liquidez y facilitar líneas de crédito para microempresarios, mismos que en su totalidad adoptaron una cultura financiera al utilizar las aplicaciones móviles, de tal manera que, de acuerdo al volumen del negocio de las pequeñas y medianas empresas, se incrementaron considerablemente los ingresos esperados.

En síntesis, el riesgo financiero actualmente de la Banca Privada antes de la pandemia estaba dentro del intervalo moderado, debido a los recientes cambios tributarios que adoptó el actual Gobierno.

## 5. Conclusiones

Al analizar el uso de las aplicaciones tecnológicas y su impacto en la rentabilidad de la Banca Privada del Ecuador durante el periodo 2017-2020, se puede concluir que,

Al construir un marco teórico que sistematice las principales teorías sobre las tecnologías de la información, el mercadeo, las finanzas y la base jurídica relacionada, se determina que las teorías de tecnologías de información y finanzas son las que más se alinean al tema de investigación porque permite conocer cómo inciden las TICs en las transacciones generales que realizan los usuarios y de qué forma estas repercuten en la rentabilidad de la Banca Privada del Ecuador.

Al efectuar el diagnóstico de cómo se encuentra el uso de aplicaciones tecnológicas en la banca privada del Ecuador, las principales conclusiones que se dan son: fidelización con el cliente a través de la banca móvil, mejora en la rentabilidad de acuerdo al volumen de la cartera de clientes que usan este canal, optimización del tiempo de espera en agencias para múltiples transacciones, seguridad en el manejo de información personal y eliminación del papel, contribuyendo al cuidado ambiental.

Al valorar los factores críticos asociados a las aplicaciones tecnológicas en la banca ecuatoriana, estos son el endeudamiento y la rentabilidad, afectando de manera negativa, porque al invertir en más activos se incrementaría la tasa de interés para créditos, lo que implicaría una disminución de clientes y la reducción del uso de aplicaciones tecnológicas debido a que se dejaría de recibir la contribución por cada transacción a través de este canal, por otro lado los que contribuyen positivamente son la liquidez y la eficiencia administrativa, siendo el primero que mayor seguridad le dé al cliente para acceder a mejores servicios.

# Bibliografía


Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behaviour. *Action control: From cognition*, 11-39. Retrieved from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-69746-3_2

ASOBANCA. (2020). *Evolución de la Banca abril 2020*. Retrieved from https://www.asobanca.org.ec/publicaciones/evoluci%C3%B3n-de-la-banca

ASOBANCA. (2020, Abril). *Evolución de la Banca Privada Ecuatoriana.*

ASOBANCA. (2020). *Informe anual del plan de marketing de la Asobanca*. Retrieved from https://www.pichincha.com/portal/Portals/0/Transparencia/Memoria%20Sostenibilidad%202018.pdf?ver=2019-03-08-131911-743

Banco Central del Ecuador. (2018). *REGULACIONES DEL BANCO CENTRAL*. Retrieved from https://www.bce.fin.ec/index.php/normas-de-creacion

Banco Central del Ecuador. (2019, Diciembre). *Inclusión Financiera Nacional*. Retrieved from https://www.bce.fin.ec/index.php/informacioneconomica/sector-monetario-financiero

Beckman, M. &. (1952). *Principles of Marketing.* Ronald Press.

Carbellido, O. A. (2018). Los retos de la banca digital en México. *Redalyc: , 12*(41). Retrieved from https://www.redalyc.org/jatsRepo/2932/293258387006/html/index.html

Carles Planuch Prats. (2019). Influencia de las nuevas tecnologías en la gestión del conocimiento y su contribución a la innovación en el sector bancario. *Dialnet*. Retrieved from https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=257450

César Enrique, M. C. (2011). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR. *Redalyc, Remark, 10*(2), 146-162.

Coca Carasila, A. M. (2008). El concepto de Marketing: pasado y presente. *Revista de Ciencias Sociales, 14*(2), 22.

Corporación Financiera Nacional. (2017). *ESTATUTO SOCIAL COROPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL*. Quito: LEXIS FINDER. Retrieved from https://www.cosede.gob.ec/wp-content/uploads/2018/08/COMF.pdf

Cuesta, C. (2015, Julio 16). *Automatización de productos digitales en la Banca.* Retrieved from https://www.bbvaresearch.com/wp-content/uploads/2015/07/Observatorio_Banca_Digital2.pdf

David Solis, S., Jesús Martín, R. P., & Juan Martín, P. R. (2017). El papel del mercado en la construcción de organizaciones sustentables. *Scielo, Estudios Sociales, 49*(27), 275 - 294. Retrieved from http://www.scielo.org.mx/pdf/estsoc/v27n49/0188-4557-estsoc-27-49-00273.pdf

Del Águila Obra, B. C. (2013). LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LA COMUNICACIÓN EN LA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS. CUESTIONES DE INVESTIGACIÓN EN UN NUEVO PARADIGMA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 9*(2), 63-80.

Fidel de la Oliva, d. C. (2016). La teoría financiera contemporánea: sus aciertos, retos y necesidad para Cuba. *Cofin Habana, 10*(1), 26-37.

Fishbein & Ajzen. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior : an introduction to theory and research. *ResearchGate*. Retrieved from https://scinapse.io/papers/2036389121

Fonseca Pinto, D. E. (2012, Junio). La prospectiva y el conocimiento de las TICS en las PYMES del departamento Boyacá (Colombia). *Pensamiento y Gestión*(33), 182-202. Retrieved Mayo 3, 2020, from http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n33/n33a09.pdf

Fred Davis. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of Information Technology. *MIS Quartely , 13*(3), 319-340. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/249008?seq=1

García-Álvarez, M. T. (2013). The Role of Information and Communication Technologies in Knowledge Management: A Strategic Challenge in the New Business Environment. *Revista de Ciencias Sociales, XIX*(2), 322-333. Retrieved from https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992011.pdf

Gómez Palacio, C. (2014). *Branding: esencia del marketing moderno.* México: LID Editorial.

Harold Mendivelso Carrillo, F. L. (2019). La evolución del marketing: una aproximación integral. *Revista Chilena de Economía y Sociedad, 13*(1), 59-70. Retrieved from https://sitios.vtte.utem.cl/rches/wp-content/uploads/sites/8/2019/07/revista-CHES-vol13-n1-2019-Mendivelso-Lobos.pdf

Hernández-Jiménez-Martín de Hoyos. (2007). BUSINESS ACCEPTANCE OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES: AN STUDY OF THE SERVICE SECTOR. *Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação Journal of Information Systems and Technology Management, 4*(1), 3-22. Retrieved from https://www.scielo.br/pdf/jistm/v4n1/02.pdf

Howard, J. A. (1957). *Marketing Management, Analysis and Decision* (Vol. 22). Illinois: Sage Publications, Inc.

Jiménez, & Misas. (2019). *INCIDENCIA DE LAS TECNOLOGIAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA RENTABILIDAD DE LOS BANCOS COMERCIALES*. Retrieved from https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/tda/548/1/INCIDENCIA%20DE%20LAS%20TECNOLOGIAS%20DE%20INFORMACION.pdf

Latina, B. d. (2017). *Transformación digital e innovación abierta en la banca.* Retrieved from https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1026/FOLLETO%20N25%20CORR.pdf?sequence=7&isAllowed=y

Ley general de instituciones del sistema financiero, codificación. (2012). Retrieved from http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic4_ecu_gral.pdf

Líderes, R. (2015, Abril 26). *Las TIC, eje clave de los negocios*. Retrieved from https://www.revistalideres.ec/lideres/tecnologias-informacion-eje-clave-negocios.html

Líderes, R. (2019, Febrero 13). *La banca digital suma usuarios en el mercado ecuatoriano*. Retrieved from https://www.revistalideres.ec/lideres/banca-digital-mercado-ecuador-tecnologia.html

López-Bonilla José, L. B.-V. (2015). Sistemas de Información de Marketing: una visión integradora. *Tourism & Management Studies, 11*, 197-203. Retrieved from http://www.scielo.mec.pt/pdf/tms/v11n2/v11a2n23.pdf

Magretta, J. (2014). *Guía esencial hacia la estrategias y la competencia.* Mexico: Grupo Editorial Patria. Retrieved from https://editorialpatria.com.mx/mobile/pdffiles/9786074386653.pdf

Marx, C. (1976). *El capital.* La Habana: Ciencias Sociales.

Morán Cruz, J. (2017, Agosto 18). Estructura de mercado del sistema bancarioecuatoriano: concentración y poder de mercado. *Dialnet*, 9-16. Retrieved from https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6550767.pdf.

Ontiveros, E. (2011). *Las TIC y el sector financiero del futuro.* Barcelona, España: Ariel S.A. Retrieved from https://www.afi.es/webAfi/descargas/1410874/1448777/las-tic-y-el-sector-financiero-del-futuro.pdf

Pedro Palo-Sánchez, A. R.-M. (2019). Models of Adoption of Information Technology and Cloud Computing in Organizations. *Scielo, Información Tecnológica., 30*, 3-12. Retrieved from https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-07642019000300003&script=sci_arttext

Pérez-Carballo. (2015). *La gestión financiera de la empresa.* Madrid: ESIC .

Peter Drucker. (1993). *Managing for the future.* New York, United States: Routledge. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=0tAT91MwrpEC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Philip Kotler & Gary Armstrong. (2017). *Fundamentos de Marketing.* México: Pearson.

Philip Kotler, F. T. (2017). *Lateral Marketing, New Techniques for finding breaktrough ideas.* New Jersey: Pearson. Retrieved from https://books.google.com.ec/books?id=MVilSm-GgnUC&printsec=frontcover&dq=marketing+lateral,+kotler&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj-psnatpnpAhXic98KHdfHALIQ6AEIJzAA#v=onepage&q=marketing%20lateral%2C%20kotler&f=false

Porter, M. E. (2015). *Estrategia competitiva.* Barranquilla, Colombia: Grupo Editorial Patria.

Primicias. (2020, Enero). *La banca planea prestar más en 2020 y pide que se regule al BIESS.* Retrieved from https://www.primicias.ec/noticias/economia/banca-reformas-supervision-biess-cooperativas/

Roa, & Warman. (2015, Julio 13). Intermediarios financieros no bancarios en América Latina: Sahadow Banking? *ELSEVIER*, 50 - 63.

Ronald, P., Carlos, B., Jesús, G., & Yanin, R. (2016). Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la banca universal. *Revista Venezolana de Gerencia, 21*(73).

Sánchez-García, & Sánchez-Romero. (2016). Medición de la calidad en el servicio, como estrategia para la competitividad en las organizaciones. *Dialnet*, 110 - 117. Retrieved from https://www.uv.mx/iiesca/files/2017/03/11CA201602.pdf

Slywotzky, A. &. (2001). Becoming a Digital Business: it´s no about technology. *Strategy & Leadership, 29*, 4-9. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/235291385_Becoming_a_digital_business_-_it's_not_about_technology/citation/download

SuperIntendencia de Bancos del Ecuador. (2020, Abril). *COMPORTAMIENTO FINANCIERO : SISTEMA DE BANCOS PRIVADOS* . Retrieved from http://estadisticas.superbancos.gob.ec/portalestadistico/portalestudios/wp-content/uploads/sites/4/downloads/2020/05/comportamiento_banca_privada_abr_20.pdf

Superintendencia de Compañías. (2019). *Ranking Empresarial - Provincia del Guayas.* Retrieved from https://appscvs.supercias.gob.ec/rankingCias/rankingCias.zul?id=09&tipo=2

Tello-Gamarra, J. (2017). CAPACIDAD TRANSACCIONAL: EVIDENCIAS DEL SISTEMA FINANCIERO PERUANO. *Scielo : Revista de Administración de Empresas, 57*.

Torres Toukoumidis, M. M. (2017). Gamificación en aplicaciones móviles para servicios bancarios de España. *Scielo : Ciencias de la Administración, 17*(13). Retrieved from http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182017000100043

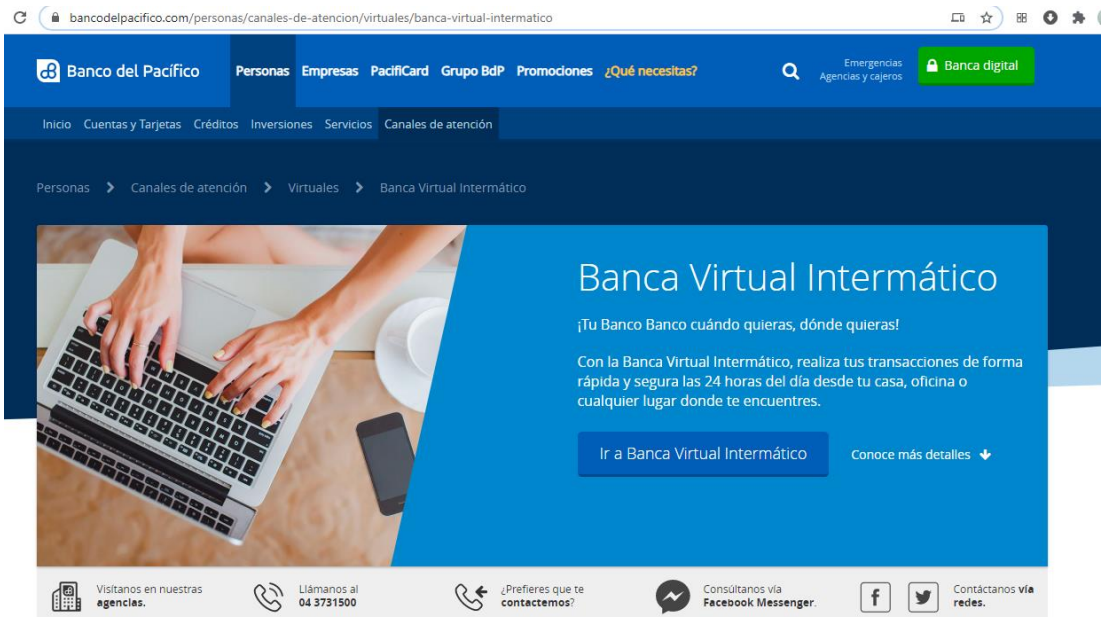
Venustiano Carillo Mañay. Humberto Mancero Mosquera., D. M. (2019). *Análisis de la crisis bancaria privada ecuatoriana (1994-2000) y sus efectos socioeconómicos.* La Habana: Cofin

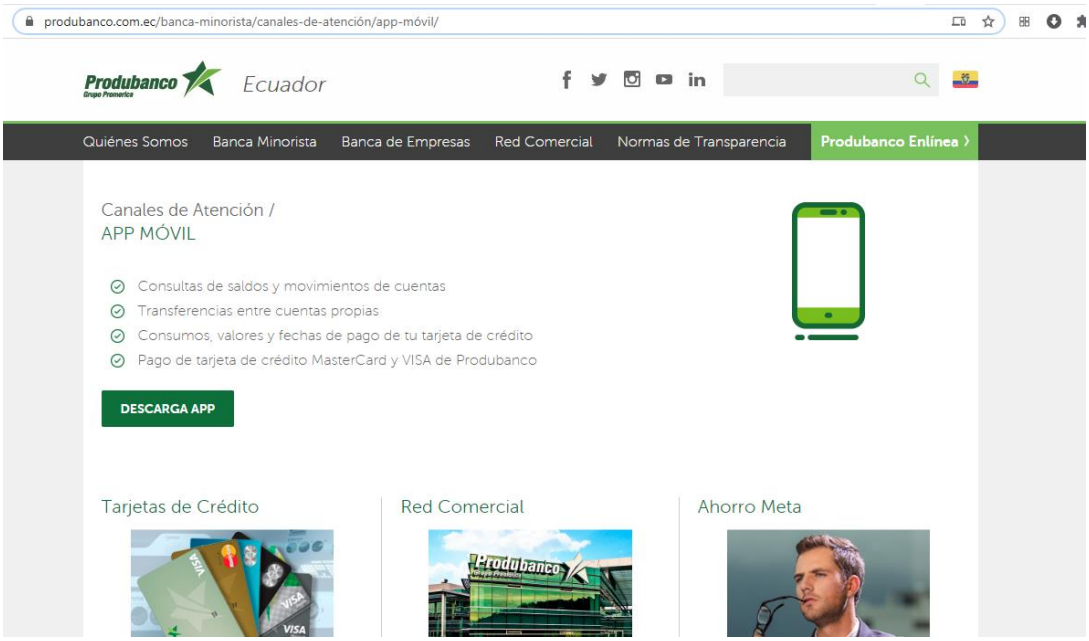
Habana. Retrieved from http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2073-60612019000300017&lng=pt&nrm=iso&tlng=pt

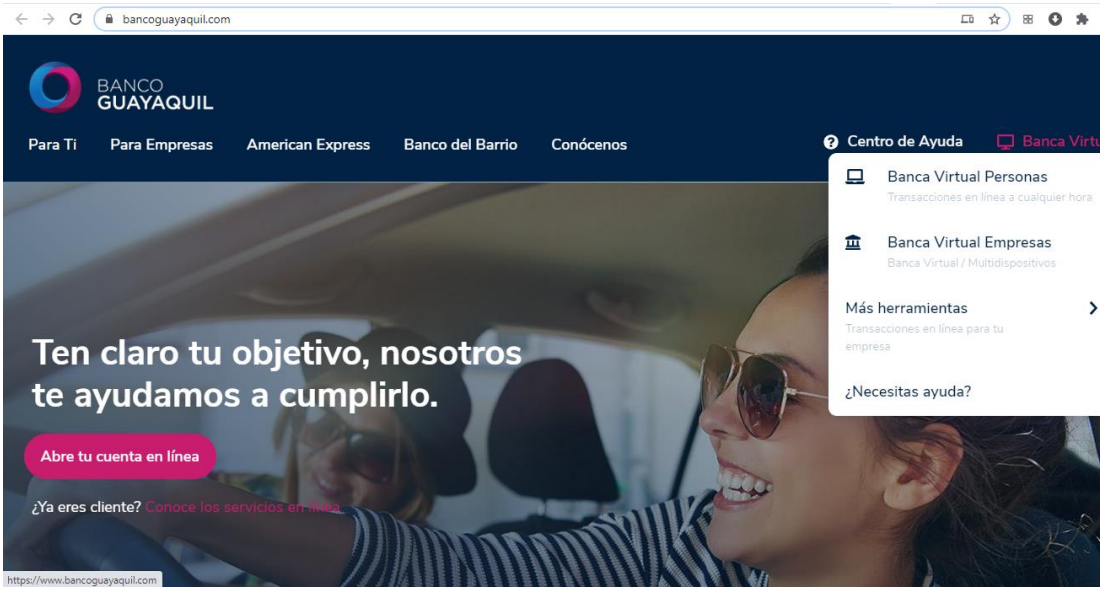
Zárraga, & Corona, G. y. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio. *Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 46-65.

# Anexos


pichincha.com/portal/inicio
Ecuador
Abre tu cuenta
Acceso clientes
BANCO PICHINCHA
Personas
Empresas
Pymes
Microempresarios
Buscar...
Haz lo que necesites sin salir de casa
Conoce los servicios en línea.
Banca web
Transacciona en línea con total seguridad.
Ingresa
Créditos
Obtén tu crédito en línea.
Ingresa
Inversiones
Depósitos a plazo fijo desde USD 500.
Solicitala
Cuentas
Abre tu cuenta en tan solo 10 minutos.
Solicitala

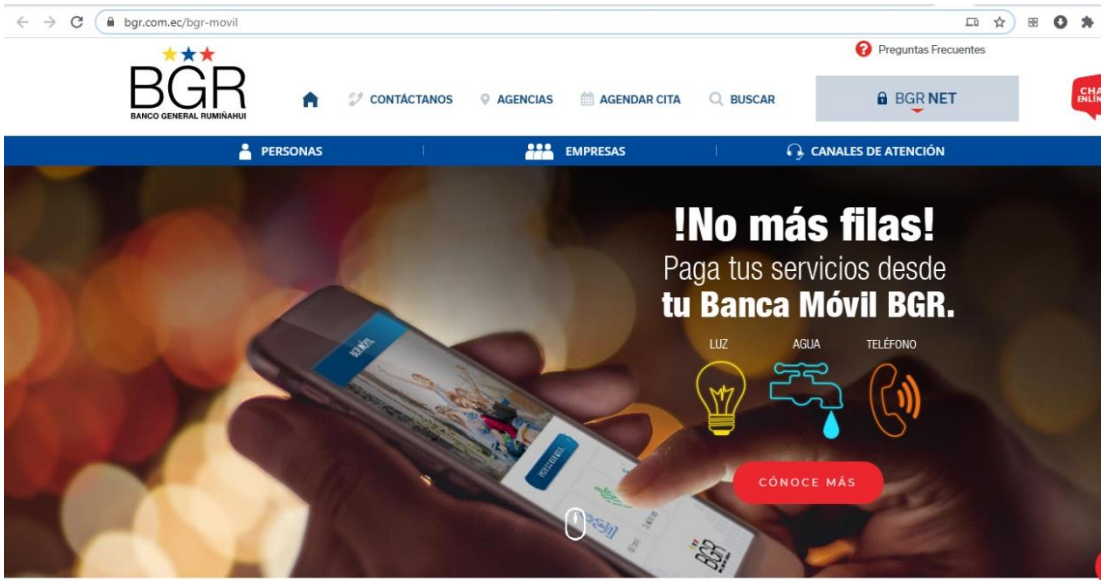

bancodelpacifico.com/personas/canales-de-atencion/virtuales/banca-virtual-intermatico
Banco del Pacífico
Personas
Empresas
PacifiCard
Grupo BdP
Promociones
¿Qué necesitas?
Emergencias
Agencias y cajeros
Banca digital
Inicio
Cuentas y Tarjetas
Créditos
Inversiones
Servicios
Canales de atención
Personas
Canales de atención
Virtuales
Banca Virtual Intermático
Banca Virtual Intermático
¡Tu Banco Banco cuándo quieras, dónde quieras!
Con la Banca Virtual Intermático, realiza tus transacciones de forma rápida y segura las 24 horas del día desde tu casa, oficina o cualquier lugar donde te encuentres.
Ir a Banca Virtual Intermático
Conoce más detalles
Visítanos en nuestras agencias.
Llámanos al 04 3731500
¿Prefieres que te contactemos?
Consúltanos vía Facebook Messenger.
Contáctanos vía redes.

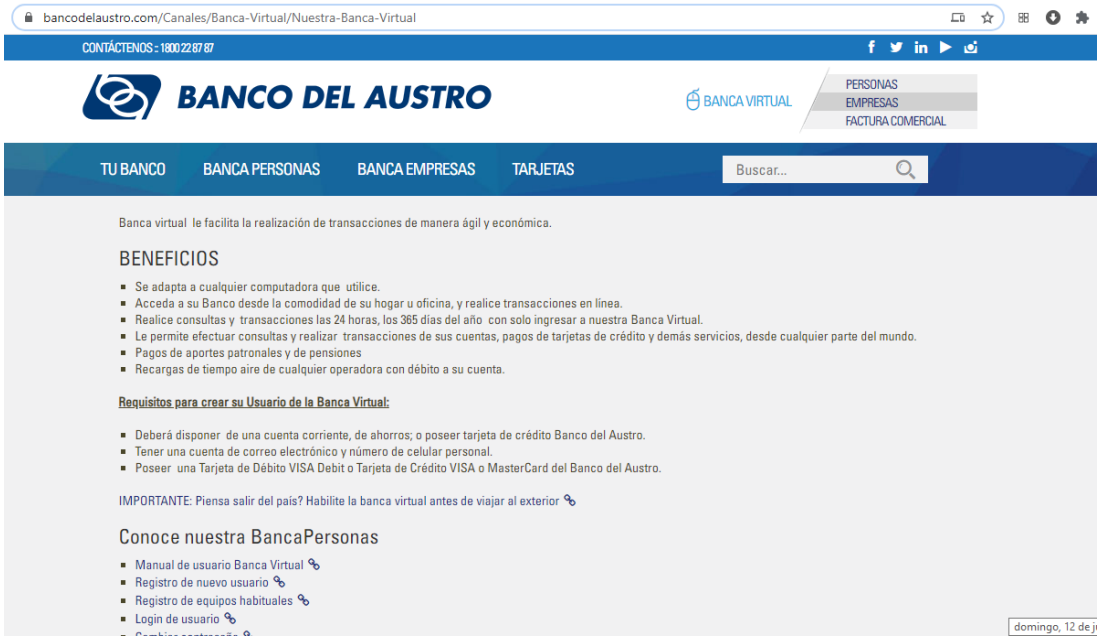

produbanco.com.ec/banca-minorista/canales-de-atención/app-móvil/
Produbanco Ecuador
Quiénes Somos
Banca Minorista
Banca de Empresas
Red Comercial
Normas de Transparencia
Produbanco Enlínea
Canales de Atención /
APP MÓVIL
Consultas de saldos y movimientos de cuentas
Transferencias entre cuentas propias
Consumos, valores y fechas de pago de tu tarjeta de crédito
Pago de tarjeta de crédito MasterCard y VISA de Produbanco
DESCARGA APP
Tarjetas de Crédito
Red Comercial
Ahorro Meta

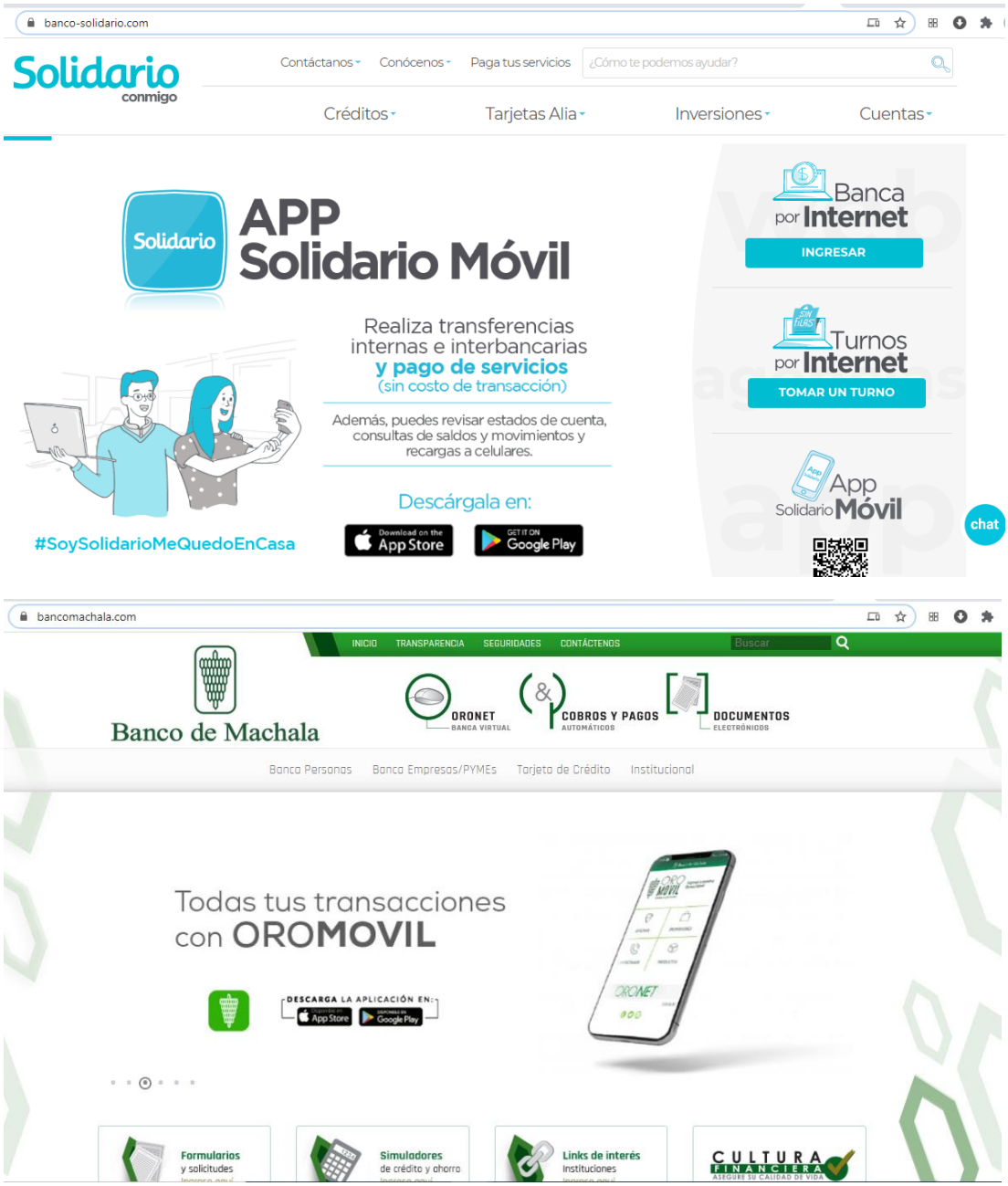

bancoguayaquil.com
BANCO GUAYAQUIL
Para Ti
Para Empresas
American Express
Banco del Barrio
Conócenos
Centro de Ayuda
Banca Virtu
Banca Virtual Personas
Transacciones en línea a cualquier hora
Banca Virtual Empresas
Banca Virtual / Multidispositivos
Más herramientas
Transacciones en línea para tu empresa
¿Necesitas ayuda?
Ten claro tu objetivo, nosotros te ayudamos a cumplirlo.
Abre tu cuenta en línea
¿Ya eres cliente? Conoce los servicios en línea
https://www.bancoguayaquil.com


bancointernacional.com.ec/bancamovil/
Trabaja con Nosotros | Solicita tu Producto | Ayuda | Contáctanos
BANCO INTERNACIONAL
MI BANCO | BANCA PERSONAS | BANCA EMPRESAS | TARJETAS DE CRÉDITO | R.S.E. | SUGERENCIAS Y RECLAMOS
INGRESO BANCA ONLINE
PERSONAS
EMPRESAS
Como usar Servicios Online
Requisitos de Conexión
Nueva Banca Móvil
DESCARGA DEL APLICATIVO
REQUISITOS IMPORTANTES
AYUDA DEL APLICATIVO
NOTIFICACIÓN SMS/EMAIL
Consulta saldos | Pagos servicios | Transferencias | Recargas


bolivariano.com/personas/canales-de-atencion/24online
MENÚ
Destacados
Banco Bolivariano
24online
Banca en internet
sat
Tu Banca en Internet más rápida y segura
#QUÉDATE EN CASA
REALIZA TODAS TUS TRANSACCIONES ÁGILMENTE Y SIN SALIR DE CASA A TRAVÉS DE
24online
Banca en internet
Inicio > Personas > Canales de Atención > 24Online
¡Nuevo 24online más rápido y seguro!
Desde ahora en nuestra nueva banca en Internet, puedes realizar avances, diferir, programar o realizar simultáneamente hasta 5 transferencias y pago de servicios en un solo clic.


bgr.com.ec/bgr-movil
BGR
BANCO GENERAL RUMIÑAHUI
Preguntas Frecuentes
CONTÁCTANOS
AGENCIAS
AGENDAR CITA
BUSCAR
BGR NET
PERSONAS
EMPRESAS
CANALES DE ATENCIÓN
¡No más filas!
Paga tus servicios desde
tu Banca Móvil BGR.
LUZ
AGUA
TELÉFONO
CÓNOCE MÁS


bancodelaustro.com/Canales/Banca-Virtual/Nuestra-Banca-Virtual
CONTÁCTENOS : 1800 22 87 87
BANCO DEL AUSTRO
BANCA VIRTUAL
PERSONAS
EMPRESAS
FACTURA COMERCIAL
TU BANCO
BANCA PERSONAS
BANCA EMPRESAS
TARJETAS
Buscar...
Banca virtual le facilita la realización de transacciones de manera ágil y económica.
BENEFICIOS
Se adapta a cualquier computadora que utilice.
Acceda a su Banco desde la comodidad de su hogar u oficina, y realice transacciones en línea.
Realice consultas y transacciones las 24 horas, los 365 días del año con solo ingresar a nuestra Banca Virtual.
Le permite efectuar consultas y realizar transacciones de sus cuentas, pagos de tarjetas de crédito y demás servicios, desde cualquier parte del mundo.
Pagos de aportes patronales y de pensiones
Recargas de tiempo aire de cualquier operadora con débito a su cuenta.
Requisitos para crear su Usuario de la Banca Virtual:
Deberá disponer de una cuenta corriente, de ahorros; o poseer tarjeta de crédito Banco del Austro.
Tener una cuenta de correo electrónico y número de celular personal.
Poseer una Tarjeta de Débito VISA Debit o Tarjeta de Crédito VISA o MasterCard del Banco del Austro.
IMPORTANTE: Piensa salir del país? Habilite la banca virtual antes de viajar al exterior
Conoce nuestra BancaPersonas
Manual de usuario Banca Virtual
Registro de nuevo usuario
Registro de equipos habituales
Login de usuario


banco-solidario.com
Solidario
conmigo
Contáctanos
Conócenos
Paga tus servicios
¿Cómo te podemos ayudar?
Créditos
Tarjetas Alia
Inversiones
Cuentas
APP
Solidario Móvil
Realiza transferencias
internas e interbancarias
y pago de servicios
(sin costo de transacción)
Además, puedes revisar estados de cuenta,
consultas de saldos y movimientos y
recargas a celulares.
Descárgala en:
Download on the App Store
GET IT ON Google Play
#SoySolidarioMeQuedoEnCasa
Banca por Internet
INGRESAR
Turnos por Internet
TOMAR UN TURNO
App Solidario Móvil
chat
bancomachala.com
INICIO
TRANSPARENCIA
SEGURIDADES
CONTÁCTENOS
Buscar
Banco de Machala
ORONET
BANCA VIRTUAL
COBROS Y PAGOS
AUTOMÁTICOS
DOCUMENTOS
ELECTRÓNICOS
Banca Personas
Banca Empresas/PYMEs
Tarjeta de Crédito
Institucional
Todas tus transacciones
con OROMOVIL
DESCARGA LA APLICACIÓN EN:
App Store
Google Play
Formularios
y solicitudes
Simuladores
de crédito y ahorro
Links de interés
Instituciones
CULTURA
FINANCIERA




# Banca Electrónica




## Banca Electrónica CitiDirect BE® para Pagos y Cobros

Citi recibió el Premio de Global Finance como "Mejor Banco Corporativo e Institucional Digital 2016 y 2018 de América Latina".

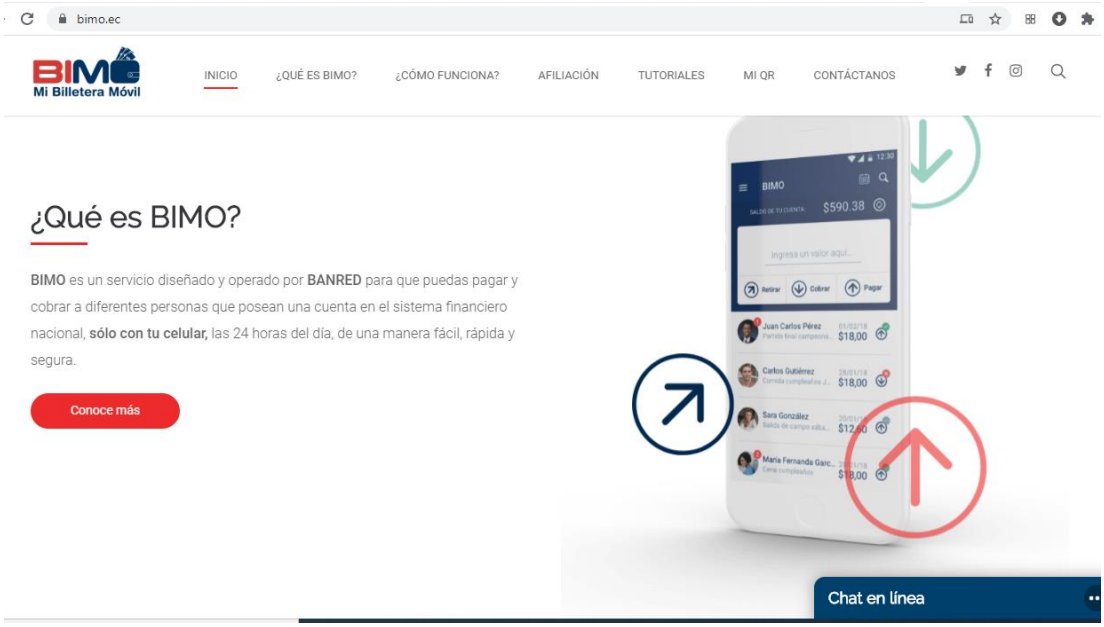


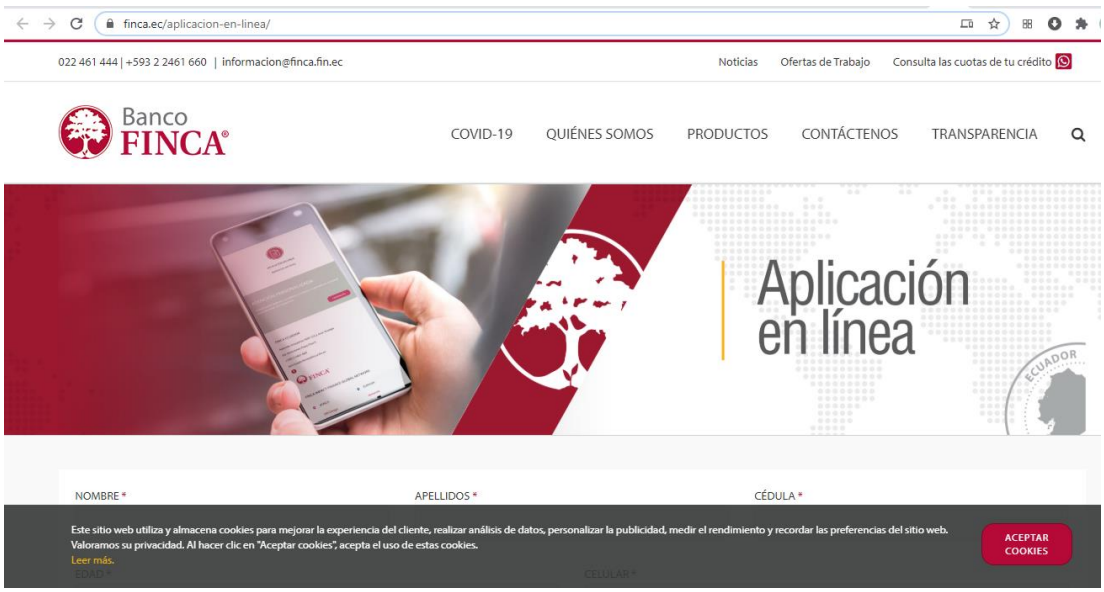

bancodeloja.fin.ec/Información/Nuestra-Cobertura/Banca-Móvil
Tu cuenta en línea
BANCO DE LOJA
SIEMPRE SEGURO Y NUESTRO
Banca Electrónica
Personas
Empresas
Microfinanzas
Tarjeta de crédito
Información > Nuestra Cobertura > Banca Móvil
Banca Móvil
¿Por qué utilizar este canal?
Servicio disponible 24/7
Transacciones ágiles y seguras desde tu celular
Puedes realizar las siguientes transacciones:
Consultas
Transferencias
Pago y compra de servicios
Tarjeta de crédito Banco de Loja: consultas movimientos, avances efectivo y pago de tarjeta
Pago de tarjetas de crédito de otras entidades financieras
Bloqueos
Recuerda


bancoprocredit.com.ec
Ahorra tiempo
con nuestra app
Banca Móvil
GET IT ON Google play


bancoamazonas.com/Canales-Electrónicos/Comunicaciones-Covid-19
BancoAmazonas
INICIO
AUTOPLAN
BANCA PERSONAS
TARJETA DE CRÉDITO
BANCA EMPRESAS
SIMULADORES
CANALES ELECTRÓNICOS
Canales Electrónicos
Banca Telefónica
Servipagos
Atención al Cliente
Tutoriales
Comunicaciones Covid-19
En Banco Amazonas, estamos tomando las medidas necesarias para proteger a nuestros clientes y funcionarios de manera de facilitarles el acceso al banco.
Sugerimos que evites la concurrencia a las agencias siempre que sea posible, y hoy más que nunca puedas apoyarte en nuestra Banca Electrónica y Banca Móvil para transaccionar.
Recuerda que a través de tus canales electrónicos puedes:
Realizar transferencias propias, de terceros e interbancarias al instante.
Pagar tus servicios las 24 horas del día.
Consultar tu saldo y estado de cuenta.
Pago de tarjetas propias, terceros y de otros bancos.
Si olvidaste tu contraseña, ingresa a www.bancoamazonas.com o en tu app y haz clic en OLVIDE MI CONTRASEÑA ó BLOQUEÉ MI


bancocoopnacional.com/efectivo_desde_mi_celular.html
Peter Drucker
Productos
Préstamos
Depósito a Plazo
Cuentas de Ahorro
Servicios
Acreditaciones
Transferencias
Remesas del Exterior
Orden de Débito
Otros
Para Quejas y Reclamos
Red de Oficinas
Horario de Atención
efectivo desde mi celular
El Banco Coopnacional S.A. es participante como Macro Agente, dentro del Sistema de Dinero Electrónico cuyo administrador es el Banco Central del Ecuador. A continuación se presenta la información más importante relacionada a este servicio:
1. Oficinas donde puede realizar Transacciones de Dinero Efectivo
2. Tutorial para Clientes y Público en general
2.1 Instructivo para realizar el registro de cuentas del Sistema Financiero Nacional en "Mi Cuenta Efectivo".
2.2 Instructivo para realizar transferencias desde una cuenta de "Efectivo desde mi celular".
2.3 Video Tutorial – Dinero Efectivo
3. Beneficios, Cómo usarlo y Otros
4. Instructivo de Transacciones de "Efectivo desde mi celular" por medio de Banca en Línea
(Nota Explicativa: El Banco Coopnacional S.A. no ofrece el servicio de Banca en Línea. Sin embargo, para realizar una transferencia desde una cuenta del Banco Coopnacional S.A. a una cuenta de "Efectivo desde mi celular", debe acercarse a cualquier de nuestras oficinas. Nuestros clientes pueden recibir en sus cuentas de ahorro, transferencias realizadas desde una cuenta de "Efectivo desde mi celular".
Ingresa aquí
REGLAMENTO DE CUENTA DE AHORROS A LA VISTA
INFORMACIÓN RELEVANTE PARA LAS CUENTAS DE AHORRO A LA VISTA Y DEPÓSITOS A PLAZO
EJEMPLO EXPLICATIVO
Links de Interés
Video de Concientización - UAFE
Superintendencia de Bancos
Banco Central del Ecuador
Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera
Comunicado para los Accionistas
Defensor del Cliente
Quiénes Somos
Productos y Servicios
Servicio al Cliente
Transparencia de la Información
© Banco Coopnacional 2018. Todos los derechos reservados.


bimo.ec
BIMO
Mi Billetera Móvil
INICIO
¿QUÉ ES BIMO?
¿CÓMO FUNCIONA?
AFILIACIÓN
TUTORIALES
MI QR
CONTÁCTANOS
¿Qué es BIMO?
BIMO es un servicio diseñado y operado por BANRED para que puedas pagar y cobrar a diferentes personas que posean una cuenta en el sistema financiero nacional, sólo con tu celular, las 24 horas del día, de una manera fácil, rápida y segura.
Conoce más
$590.38
Chat en línea


finca.ec/aplicacion-en-linea/
022 461 444 | +593 2 2461 660 | informacion@finca.fin.ec
Noticias
Ofertas de Trabajo
Consulta las cuotas de tu crédito
Banco FINCA
COVID-19
QUIÉNES SOMOS
PRODUCTOS
CONTÁCTENOS
TRANSPARENCIA
Aplicación en línea
ECUADOR
NOMBRE *
APELLIDOS *
CÉDULA *
Este sitio web utiliza y almacena cookies para mejorar la experiencia del cliente, realizar análisis de datos, personalizar la publicidad, medir el rendimiento y recordar las preferencias del sitio web. Valoramos su privacidad. Al hacer clic en "Aceptar cookies", acepta el uso de estas cookies.
Leer más.
ACEPTAR COOKIES


litoral.fin.ec/145detaila854bds-17080449.tax
Ecuador, Domingo, 12 Julio 2020
Banco del Litoral S.A.
Un Banco para usted...
BANCA PERSONAS
BANCA EMPRESAS
BANCA ELECTRÓNICA
La información que usted consulta y envía a través de la Banca Virtual, en todo momento es protegida con tecnología SLL (Secure Socket Layers), un protocolo que cifra la información que navega entre su computador a nuestra banca virtual.
Al ingresar a la Banca Virtual, verifica la hora y fecha de tu última conexión.
Cuando termines de utilizar la Banca Virtual, no olvides cerrar tu sesión.
No accedas a la Banca Virtual desde sitios públicos o compartidos como: cibercafés, redes inalámbricas públicas, entre otros. Ya que podrían contener programas maliciosos que capturen tus claves de acceso.
Apaga o bloquea tu equipo cuando te ausentes o no lo utilices.
NUNCA realices transacciones en la Banca Virtual ingresando desde un link que te enviaron por e-mail.
Mantén actualizado tu equipo con las últimas actualizaciones de seguridad de tu sistema operativo y antivirus.
Confirme que, al ingresar a nuestra Banca Virtual, se está conectando a nuestro sitio seguro (HTTPS).