



## *Plan de capacitación sobre la aplicación virtual en el sistema financiero ecuatoriano*

### *Training plan on virtual application in the Ecuadorian financial system*

### *Plano de treinamento sobre aplicação virtual no sistema financeiro equatoriano*

Kleber Antonio Luna-Altamirano <sup>I</sup>  
[klunaa@ucacue.edu.ec](mailto:klunaa@ucacue.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-4030-8005>

Nathaly Katuska Méndez-Peñaloza <sup>II</sup>  
[nathaly.mendez.37@est.ucacue.edu.ec](mailto:nathaly.mendez.37@est.ucacue.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-4126-2897>

Tarquino Eduardo Cordero-Rosales <sup>III</sup>  
[tarquino.cordero.84@est.ucacue.edu.ec](mailto:tarquino.cordero.84@est.ucacue.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0002-2154-175X>

Adrián Alexander Sánchez-Barrera <sup>IV</sup>  
[adrian.sanchez.49@est.ucacue.edu.ec](mailto:adrian.sanchez.49@est.ucacue.edu.ec)  
<https://orcid.org/0000-0001-7310-1572>

**Correspondencia:** [klunaa@ucacue.edu.ec](mailto:klunaa@ucacue.edu.ec)

Ciencias económicas y empresariales  
Artículo de investigación

\***Recibido:** 10 de marzo de 2020 \***Aceptado:** 25 de abril de 2020 \* **Publicado:** 21 de mayo de 2020

- I. Doctor (c) en Ciencias Sociales Mención Gerencia, Universidad de Zulia República Bolivariana de Venezuela, Profesor Investigador Unidad Académica de Administración en la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- II. Estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría en la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- III. Estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría en la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.
- IV. Estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría en la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

## **Resumen**

El sector financiero de la ciudad de Cuenca-Ecuador concentrado en su mayor parte en el casco colonial, donde se maneja la mayor parte comercial y financiera. El problema de esta investigación es el desconocimiento de la mayoría de los clientes del uso de la herramienta virtual, ya que se ve en gran demanda durante las transacciones en las diferentes instituciones financieras. El objetivo es desarrollar y presentar un plan de capacitación a los clientes sobre el uso adecuado y efectivo que ofrecen las entidades bancarias por medio de su herramienta tecnológica que es la aplicación virtual. La investigación es de tipo descriptiva con enfoque cuantitativo, donde se aplicará el método deductivo, para ello se desarrollará una encuesta dirigida a los clientes en general de las distintas entidades del sistema financiero de la ciudad de Cuenca. El resultado de esta investigación se fundamenta en el desconocimiento de los clientes sobre la aplicación virtual y la aceptación de los mismos a capacitarse para un correcto uso de esta herramienta tecnológica que ofrece las entidades del sistema financiero. Con el aporte de esta investigación se tratará de contar con un cliente fidelizado y capacitado en el uso de la herramienta virtual, con ello se logrará minimizar costos a nivel de usuarios e instituciones financieras y con esto minimizar el aglomeramiento de personas dentro de la institución, llegando a generar una educación financiera en el buen y útil uso de sus herramientas tecnológicas.

**Palabras claves:** Aplicación virtual; plan de capacitación; sector financiero ecuatoriano.

## **Abstract**

The financial sector of the city of Cuenca-Ecuador is concentrated mostly in the colonial area, where most of the commercial and financial areas are managed. The problem of this research is the ignorance of the majority of clients of the use of the virtual tool, since it is in great demand during transactions in different financial institutions. The objective is to develop and present a training plan to clients on the proper and effective use that banks offer through their technological tool, which is the virtual application. The research is descriptive with a quantitative approach, where the deductive method will be applied, for this purpose a survey will be carried out aimed at customers in general from the different entities of the financial system of the city of Cuenca. The result of this research is based on the ignorance of the clients about the virtual application and the acceptance of the same to be trained for the correct use of this technological tool offered by the entities of the financial system. With the contribution of this research, we will try to have a loyal

customer and trained in the use of the virtual tool, thereby minimizing costs at the level of users and financial institutions and thus minimizing the crowding of people within the institution, reaching to generate a financial education in the good and useful use of its technological tools.

**Keywords:** Virtual application; training plan; Ecuadorian financial sector.

## Resumo

O setor financeiro da cidade de Cuenca-Ecuador está concentrado principalmente no bairro colonial, onde é administrada a maioria das áreas comercial e financeira. O problema desta pesquisa é o desconhecimento da maioria dos clientes sobre o uso da ferramenta virtual, uma vez que é muito procurada durante transações em diferentes instituições financeiras. O objetivo é desenvolver e apresentar aos clientes um plano de treinamento sobre o uso adequado e eficaz que os bancos oferecem por meio de sua ferramenta tecnológica, que é o aplicativo virtual. A pesquisa é descritiva, com abordagem quantitativa, onde será aplicado o método dedutivo. Para isso, será realizado um levantamento dirigido a clientes em geral das diferentes entidades do sistema financeiro da cidade de Cuenca. O resultado desta pesquisa baseia-se no desconhecimento dos clientes sobre o aplicativo virtual e na aceitação do mesmo para ser treinado para o uso correto dessa ferramenta tecnológica oferecida pelas entidades do sistema financeiro. Com a contribuição desta pesquisa, tentaremos ter um cliente fiel e treinado no uso da ferramenta virtual, minimizando custos no nível de usuários e instituições financeiras e minimizando a aglomeração de pessoas na instituição, buscando gerar uma educação financeira para o uso bom e útil de suas ferramentas tecnológicas.

**Palavras-Chave:** Aplicativo virtual; plano de treinamento; Setor financeiro equatoriano.

## Introducción

Para fines de la década pasada y comienzos de la actual las entidades financieras comenzaron hacer presencia activa en Internet, en la actualidad la tecnología avanza de manera rápida por lo que ha influido mucho en el uso de la banca tradicional, a raíz de este avance los bancos y cooperativas de ahorro y crédito han puesto énfasis en brindar un mejor y ágil servicio al cliente utilizando una herramienta digital llamada aplicación virtual que permite al cliente tener un fácil acceso desde la comodidad de su casa u oficina y cualquier otro lugar sin necesidad de trasladarse

a la institución financiera. En la ciudad de Cuenca-Ecuador el sector financiero está concentrado en su mayor parte en el casco colonial, el cual es el centro histórico de la urbe, donde se maneja la mayor parte comercial y financiera, la cual brinda a las personas naturales y jurídicas facilidades para realizar las transacciones necesarias para el giro del negocio:

La posibilidad de realizar estas transacciones desde la comodidad de su hogar, oficina o cualquier otro lugar; tener acceso inmediato a servicios bancarios; consultar y analizar sus cuentas en línea; realizar pagos desde la tarjeta de crédito hasta los impuestos; y muchos otros, son los principales incentivos de los clientes para recurrir a la banca electrónica. (Cornejo, 2001, p.1)

El desconocimiento de los clientes del sistema financiero sobre la herramienta digital genera la problemática de esta investigación. El usuario tiene a su disposición todos los productos y servicios que brinda la institución financiera al alcance de su mano, es decir sin tener que ir a la entidad para solventar su necesidad, esto genera aglomeración de clientes en ventanilla, balcón de servicios y conlleva a la pérdida de tiempo y dinero por parte del usuario. La banca electrónica, o también llamada aplicación virtual es un servicio que proporciona la institución financiera a sus usuarios, su misión es permitir a sus clientes efectuar operaciones y transacciones con sus productos de forma individual, independiente, segura y ágil a través de Internet, como: apertura de cuenta, consulta de saldos, transferencias, solicitud y consulta de tarjetas de crédito, consulta de inversiones y créditos, pagos de servicios básicos, impuestos municipales, recaudaciones del SRI, entre otros.

La banca electrónica es aquel servicio que los bancos ofrecen a los clientes para efectuar las operaciones bancarias, actualmente llamada banca virtual, home banking entre otros. La banca electrónica hace referencia a través de la tecnología de la información y las comunicaciones. Existen muchas transacciones utilizando la banca electrónica como: verificar saldo y estado de cuentas, pago de servicios como luz, agua, teléfono y de más, transferencias de fondos, efectuar inversiones, depósitos de cheques, pagos de tarjetas entre otros. (Suriaga, Bonilla y Sánchez, 2016, p.2)

El objetivo del estudio, es diseñar un plan de capacitación sobre el uso de la aplicación virtual a todos los usuarios de las diferentes instituciones financieras de la ciudad de Cuenca, este plan se refiere al mejoramiento continuo de los individuos para alcanzar los objetivos propuestos o un nuevo conocimiento, esto supone una cultura financiera de beneficio entre la institución y el cliente.

La capacitación se convierte así, en la herramienta esencial para el alcance de estos objetivos institucionales y en la estrategia educativa y de cambio que permitiría fortalecer las competencias del personal, generando diversos espacios de aprendizaje individual y colectivo, dirigido a mejorar y optimizar las habilidades, actitudes, aptitudes y conocimientos asociadas al buen desempeño de las funciones que se les establecen. (Vergel, Parra y Martínez, 2013, p.206)

La presente investigación es de tipo descriptiva, se quiere caracterizar el evento estudiado indicando sus rasgos más peculiares, para esto recolectamos datos, mediante los cuales se podrá identificar y predecir las relaciones que existen entre dos o más variables. Para el autor, Hurtado: “La investigación descriptiva consiste en identificar las características del evento en estudio. Los perfiles, las taxonomías, los estudios historio-gráficos, los estudios anatómicos en medicina, los estudios topográficos, por ejemplo, son investigaciones descriptivas” (2000, p.48).

El enfoque de estudio es cuantitativo, pues por medio de la recopilación de datos se busca comprobar la teoría que se fundamenta en el cálculo numérico y el estudio estadístico. Hernández, Fernández y Baptista: “Utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin establecer pautas de comportamiento y probar teorías” (2014, p.4).

El método a aplicar será el deductivo, este se refiere a que parte de una conclusión general para llegar a una explicación particular, basándose en un postulado, teorema, ley o principio para aplicarlo y dar solución al evento presentado. Para el autor, Bernal:

Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares. (2010, p.59)

Se aplica la técnica de la encuesta dentro de la investigación, la cual se ejecuta por medio del empleo de un cuestionario a una muestra de la población. Las encuestas suministran datos acerca de los comportamientos, actitudes y opiniones de las personas, la misma se utiliza ante la necesidad de demostrar una teoría o encontrar una solución a un inconveniente, como también a determinar y explicar de la forma más ordenada posible un conjunto de afirmaciones que puedan cumplir con la finalidad establecida:

Es una técnica propia del diseño de investigación de campo. Generalmente la encuesta se utiliza para indagar, averiguar opiniones, mediante preguntas estructuradas en base a

un proceso metódico como es la operacionalización de las variables. Al formular estas interrogantes sobre tal o cual fenómeno investigado permite que las respuestas tengan objetividad (Cabezas, Andrade y Torres, 2018, p.81).

El instrumento que se aplicará es un cuestionario con preguntas dirigidos a los distintos clientes de las instituciones financieras descritos anteriormente, este instrumento consiste en simplificar todo el análisis previo del estudio, sintetiza todos los aportes de la introducción al escoger datos basados en las variables identificadas sobre el tema de estudio, Bernardo y Calderero (como se citó en López, 2011) consideran que los instrumentos es un recurso del que puede valerse el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información (p.2).

La investigación, articula como primera parte la introducción de la misma en donde se explica el problema, el objetivo y la metodología del estudio. Un segundo ítem es el estado del arte o marco teórico, en este se sustenta teóricamente la investigación. Se procede a desarrollar la metodología, se obtiene los resultados, en este se diseña el plan de capacitación descrito como objetivo de este artículo. Finalmente se estructura las conclusiones y las referencias bibliográficas. Con este manuscrito se tratará que los usuarios de las diferentes instituciones bancarias puedan realizar sus transacciones desde el bienestar de su hogar u oficina y cualquier otro lugar.

### **Estado del arte**

La ciudad de Cuenca, capital de la provincia del Azuay, en la actualidad cuenta con alrededor de cincuenta y dos entidades financieras entre bancos y cooperativas de ahorro y crédito, por ello es necesario estructurar un plan de capacitación para el uso de la aplicación virtual ya que la tecnología hoy en día ha generado un avance importante para el bienestar de la sociedad, por ello algunos autores han realizado investigaciones relacionadas al tema, y estas dan fuerza teóricamente a este estudio, entre ellos:

Lay, Suárez y Zamora (2005), proponen que al diseñar un plan de capacitación se tomen en cuenta estos pasos: fijar los objetivos de capacitación, establecer los tipos de capacitación, seguimiento e identificación de propuestas externas de capacitación, establecer las actividades de capacitación, estructurar el Plan de Capacitación y difusión de este.

Suarez y Valdunciel (2008), propone la sustitución de red de oficinas y contactos personales, adoptando el uso de la banca virtual siendo así que los clientes se verán beneficiados exitosamente al hacer uso de la misma, de igual manera esta herramienta permite beneficiar a la

entidad financiera, a cumplir sus objetivos que son minimizar los costos operativos cuando el número de usuarios llegue a un tamaño significativo en base al uso de la aplicación virtual.

Larran y Reyes (2007), proponen el comienzo de los bancos que intervienen especialmente por medio de la red, modalidad bancaria que aparece desde el descubrimiento relativamente nuevo del Internet. Pulido y Medina (2008), la propuesta es desarrollar un modelo para cuantificar y valorar la accesibilidad y el uso de la aplicación virtual.

El autor, Cornejo (2001), propone indicar los beneficios de la banca electrónica a partir de cómo se han transformado los diferentes medios de entrega y distribución de productos financieros, de esta forma facilitar datos a los clientes sobre los productos virtuales mas importantes que oferta el mercado bancario.

Los autores, Luna, Yanza, Miguitama y Plasencia (2019), proponen diseñar y presentar un plan estratégico, el cual se considera una herramienta que facilita adquirir un progreso a través de un conjunto de acciones dirigidas hacia eventos determinados.

Avendaño y Cárdenas (2014), propone informar al usuario un resumen de los criterios básicos de la aplicación virtual, como también de la tecnología que se ha instaurado durante el progreso de la misma, se aspira explicar y capacitar al cliente sobre el efecto que ha tenido esta nueva modalidad de servicio en la banca moderna.

Monparler (2008), propone un plan de capacitación basado en la investigación del progreso de la aplicación virtual y sus consecuencias actuales y futuras en el ambiente competitivo del sector financiero bancario, dirigido a las entidades y los clientes del sistema financiero. Maldonado (2010), su propuesta busca mencionar y probar los grandes beneficios y servicios que ofrece la banca electrónica, uno de los principales objetivos es lograr incentivar el uso de los servicios de la aplicación virtual y de esta forma evitar las filas en las diferentes instituciones financieras.

El autor, Badia (2002), propone dar a conocer que el Internet al incorporarse a la actividad financiera ha revolucionado la prestación de servicios bancarios financieros consiguiendo cambiar la ventaja competitiva entre las diferentes instituciones financieras ya que antes se medía según la existencia de una extensa red de oficinas. Endara (2017), propone implementar el uso de la plataforma financiera para realizar pagos y cobros de manera ágil y segura, siendo este el proceso correcto para mejorar la eficacia de cada uno de los servicios que ofrece la aplicación virtual.

León y Ovalle (2018), su propuesta es eliminar el pensamiento empírico del cliente indicando que las aplicaciones móviles se diferencian únicamente por sus diseños, logos, lenguaje para así marcar una diferencia entre ellas, pero tienen como finalidad efectuar un mismo objetivo que es cumplir con la mayor satisfacción y fácil accesibilidad de los clientes, así como el acceso a todos los servicios financieros ofrecidos por la entidad.

Los autores, Bustamante y Jiménez (2011), proponen evaluar el grado de uso que tiene el Internet por parte del cliente en los servicios bancarios, el aporte tecnológico que ha tenido cada entidad financiera es sumamente notorio ya que cada vez se suman más personas al uso de esta herramienta digital, la misma que puede permitir a las entidades financieras brindar un servicio diferente a los usuarios siendo de calidad y muy segura.

Suriaga, Bonilla y Sánchez (2016), proponen establecer la privacidad del cliente al usar la aplicación virtual, ya que posee controles de seguridad como los códigos de verificación y contraseñas, las cuales serán cambiadas cada dos o tres meses, a partir de esto capacitar a la institución financiera de tal forma que adopte un sistema operativo de alto nivel, y el antivirus cumpla con la detección y eliminación de cualquier error o filtración de información.

El aporte de los autores presentados es sustancial para la confección del plan de capacitación sobre la aplicación virtual, el análisis de los autores sobre el tema busca informar y guiar al cliente sobre los beneficios de los productos y servicios que las entidades financieras ofrecen, con la finalidad de desarrollar una cultura financiera activa.

## **Metodología**

Para esto se plantea realizar una encuesta a la mayoría de los clientes del sistema financiero para identificar lo que el cliente desconoce sobre la herramienta virtual y porque no hace uso de la misma, con esto aplicar un plan de capacitación dirigido a las instituciones financieras, con el objetivo de dar a conocer que la banca virtual es muy importante para maximizar ganancias y minimizar gastos en las empresas y micro empresas en general. Se considera una herramienta ágil y eficiente al momento de llevar la contabilidad de la misma, realizar pagos de nómina, entre otros que las instituciones financieras brindan.



**Tabla 1.** Segmentación a funcionarios y clientes del sistema financiero ecuatoriano

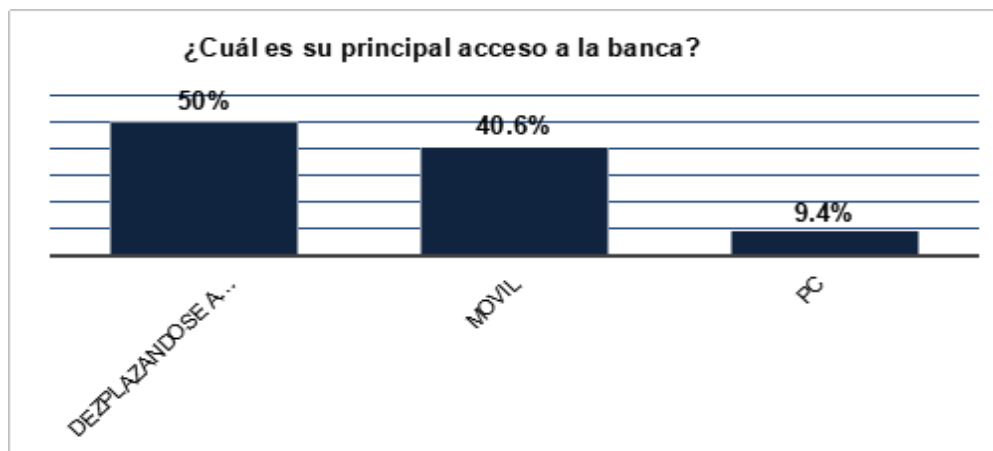
Usuarios	Número
Funcionarios del sistema financiero	110
Clientes del sistema financiero	270
Total de individuos	380

Fuente: Elaboración propia

## Resultados

Como se observa en la tabla 1, la muestra de individuos pertenecientes al sistema financiero de la ciudad Cuenca Ecuador, son de 380 personas, a quienes se levantó información mediante una encuesta online, una parte son funcionarios o empleados de algunas instituciones financieras y la otra fracción son clientes que ondean entre los 21-50 años, estas personas poseen cuentas y son conscientes del problema de la falta de capacitación del sector financiero sobre la aplicación virtual. La información más importante se muestra a continuación:

**Figura 1.** Principal acceso a la banca

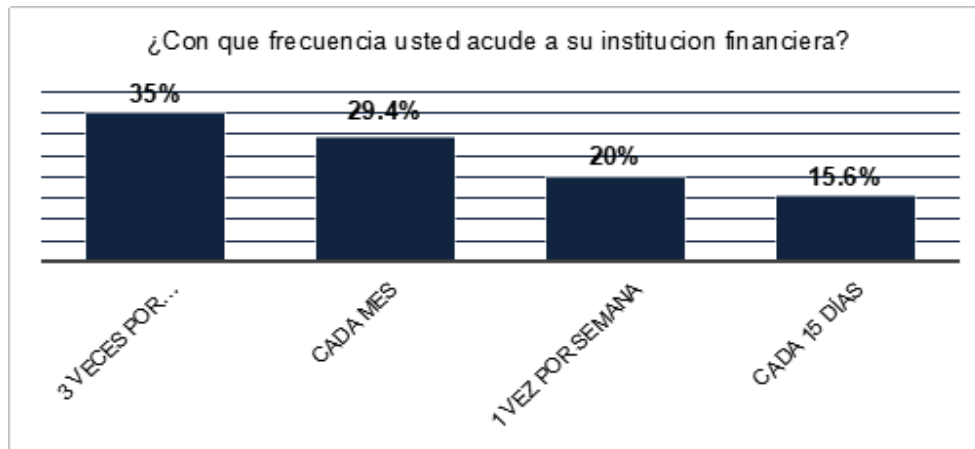


Fuente: Elaboración propia

Con relación a las respuestas obtenidas de los diferentes usuarios del sistema financiero, el 50% realiza sus transacciones de manera presencial en las diferentes instituciones financieras, en cambio el resto de personas realizan sus operaciones financieras a través de portátiles móviles como el celular y computadoras personales. se desplazan a la oficina generando la problemática que es el desconocimiento de la mayoría de los clientes sobre la aplicación virtual que brinda su institución financiera y por ende no hacen uso de los servicios y beneficios de la misma. La

autora Cornejo indica: “Como consecuencia de estos cambios, los bancos han tenido que mejorar sus canales de distribución de sus productos y servicios con el fin de buscar la rentabilidad y comodidad para sus clientes; desde las sucursales hasta la vanguardista banca virtual” (2001, p.3)

**Figura 2.** Frecuencia de visita a la institución financiera

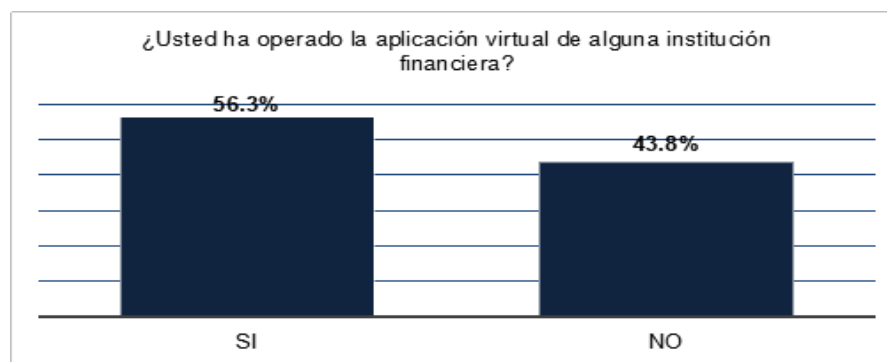


Fuente: Elaboración propia

El 35% de usuarios, realizan sus operaciones financieras tres veces por semana, de donde se observa que los mismos acuden con mayor frecuencia a realizar sus operaciones financieras de manera personal, generando largas filas dentro de las mismas, y con esto, pérdida de tiempo y dinero del cliente al trasladarse de su casa o lugar de trabajo hacia la entidad. Matamoros, (2014):

A través del acceso web se puede realizar diversas transacciones bancarias, desde emitir una sugerencia hasta transacciones de valores. Aun así, se puede observar diariamente que las personas acuden a agencias bancarias para realizar todas estas gestiones, ahí continúan haciendo uso de medios tradicionales, como ventanillas de atención de caja y de balcón de servicios; en muchos de los casos, tienen que hacer largas filas para llegar a su turno (p.1).

**Figura 3.** Uso de la aplicación virtual

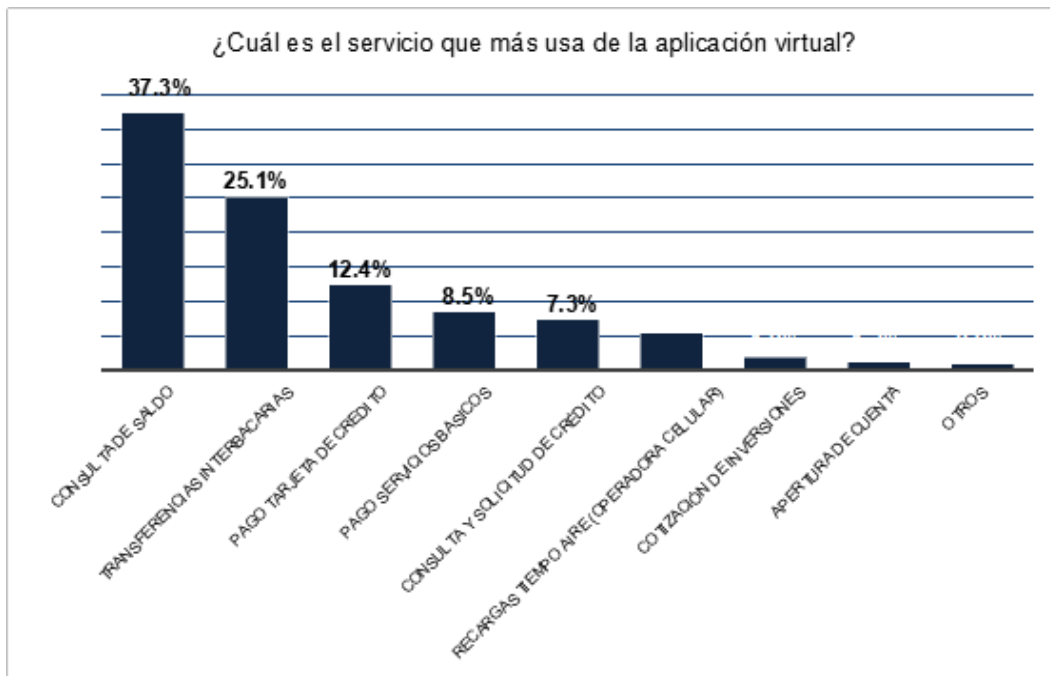


Fuente: Elaboración propia

Se puede observar un 56,3% de clientes que han usado la aplicación virtual de su institución financiera, esto no quiere decir que operan de manera eficiente la banca virtual. El 43,8% indica que no ha utilizado la aplicación. Suriaga, Bonilla y Sánchez afirman:

La banca en línea, es una herramienta que las instituciones bancarias ponen a disposición de los usuarios con el fin de facilitar transacciones cotidianas. Los servicios de banca en línea te ayudan a ponerte al frente de tus finanzas personales con agilidad y facilidad (2016, p.8).

Figura 4. Servicio financiero más usado



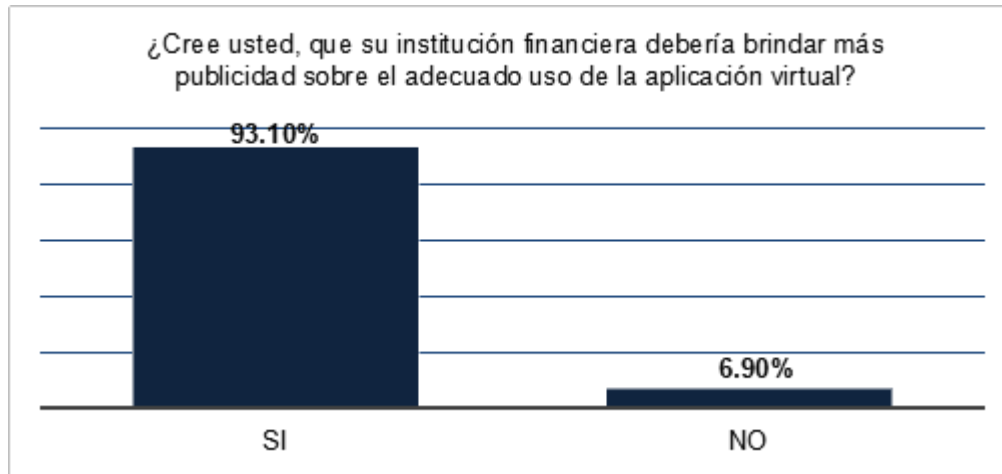
Fuente: Elaboración propia

Se evidencia que los servicios más frecuentados o usados corresponden el 70% entre estos están: consulta de saldos, transferencias interbancarias, el pago de tarjetas de crédito y pago de servicios básicos. En la figura 3 se observa que más de la mitad de clientes usan la herramienta digital sin conocer todos los productos y servicios de la aplicación. Suriaga, Bonilla y Sánchez sostienen:

Cuando se tiene una plataforma segura y con alta tecnología, los clientes pueden realizar operaciones como las siguientes: Verificar saldos y estados de cuenta, pagar servicios básicos, impuestos entre otros y realizar inversiones. Transferencias a diferentes cuentas tanto propias como a diferentes personas. Deposito en efectivo y cheques. Pagar tarjetas de crédito ... Los bancos ofrecen varios de los servicios incluso las 24 horas los 365

días del año, en formas nuevas y convenientes que elevan la productividad de personas y empresas. (2016, p.8)

**Figura 5.** Publicidad sobre la aplicación virtual

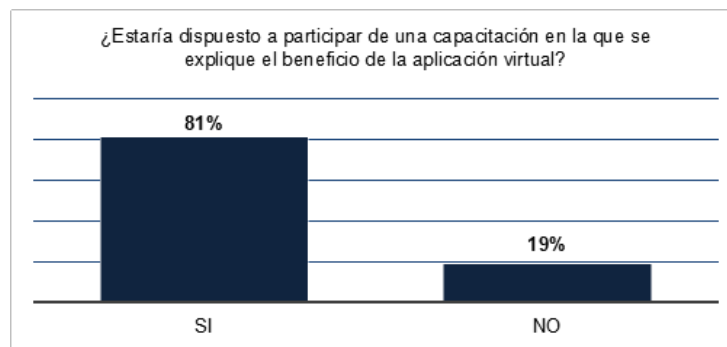


Fuente: Elaboración propia

Se observa en gran mayoría con un 93,10%, el cliente desconoce sobre la aplicación virtual financiera, esto se desprende por la limitada publicidad de esta herramienta tecnológica por parte de las instituciones financieras. Los autores Leal y Quero sostienen:

La publicidad va cambiando con los años. Surgen nuevas modas, nuevas formas de comunicar. Y en el siglo XXI con Internet como pilar fundamental de comunicación, nuevas soluciones van surgiendo ... Como ya conocemos, Internet se ha convertido en una poderosísima herramienta. Gracias a los blogs, las redes sociales, las páginas web que cada vez cuesta menos alojar y mantener y un largo etcétera, cualquiera puede, comunicarse con prácticamente el mundo entero sin moverse de su casa. (2011, p.243)

**Figura 6.** Plan de capacitación



Fuente: Elaboración propia

El 81%, la mayor parte de los clientes del sistema financiero, están dispuestos a recibir una capacitación sobre el uso adecuado y los beneficios que brinda la banca virtual, de esta forma

minimizamos el gasto del cliente y los gastos operativos de la institución, invirtiendo en un plan de capacitación el cual nos lleve a generar una cultura financiera más activa dentro de la banca mediante el Internet convirtiéndose en una herramienta vital para el crecimiento de las empresas, además de enseñar al cliente un mejor uso de la banca en beneficio de ellos. Para los autores Castro y Vidal:

Esta investigación es muy importante, pues es necesario capacitar a nuevas áreas dentro del programa, dar un seguimiento al programa actual de capacitación y puntualizar aquellas en las cuales no se consiguieron los objetivos deseados, con el fin de homogenizar la producción, mejorar la calidad y la productividad en general. (2006, p.6)

Para elaborar el plan de capacitación, es necesario describir las ventajas y desventajas de la banca virtual, este se estructuró tomando la información de la misma encuesta, la tabla 2 indica lo expuesto.

**Tabla 2.** Ventajas y desventajas de utilizar la aplicación banca virtual

Ventajas	Desventajas
-Facilidad de realizar transacciones financieras desde cualquier lugar.	-Conexión a internet necesariamente.
-Comisiones más bajas.	-No existe interacción personal con el cliente.
-Ahorro de tiempo y costos de movilidad.	-Algunos trámites que no se pueden hacer por banca virtual.
-Servicio utilizable las 24 horas del día, los 365 días del año.	-Errores de transacción por tema de mantenimiento de red.
-Menos documentación, cero papel.	
-Recaudación de servicios básicos e impuestos.	
-Evita el aglomeramiento en las instituciones financieras.	
-Medio de comunicación de la entidad financiera.	
-Transparencia de la información financiera del usuario.	
-Son fáciles de usar y muy rápidos.	
-Disminuye el riesgo de atraco al no llevar dinero en efectivo para realizar transacciones.	
-Transferencias y traspasos de fondos entre diferentes instituciones financieras.	
-Pagos de tarjetas de crédito.	

Fuente: Elaboración propia.

Las ventajas de utilizar la aplicación virtual, hace necesario estructurar un plan de capacitación dirigido a los clientes del sistema financiero de la ciudad de Cuenca Ecuador, este se realiza con

el apoyo de las encuestas aplicadas a los usuarios de las instituciones financieras, con el propósito de crear habilidades y destrezas en el uso de esta herramienta virtual, generando ahorros a sus clientes tanto en traslados y comisiones financieras. Esta propuesta se presenta en la tabla 3.

**Tabla 3.** Plan de Capacitación

<b>Datos informativos</b>	<b>Introducción</b>
<p>Institución financiera: Banco “A”                      Dirección: Cuenca Ecuador                      Dirección web: banca@financiero.com.ec                      Numero de agencias: 23                      Teléfono: 07-2884455</p> <p style="text-align: center;"><b>Objetivos</b></p> <p>General</p> <p>Presentar un plan de capacitación a los usuarios sobre el uso de la aplicación virtual que ofrecen las instituciones financieras a través de su página web.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Evaluar la aceptación de los clientes acerca de la capacitación virtual.</li> <li>-Proporcionar a los clientes la utilidad de la aplicación virtual.</li> <li>-Proveer conocimientos y desarrollar habilidades a los usuarios en el uso de la herramienta digital.</li> <li>-Ampliar los conocimientos sobre el uso de la aplicación virtual.</li> <li>-Apoyar la continuidad y desarrollo institucional.</li> <li>-Contribuir a elevar y mantener un buen nivel de uso de la aplicación virtual.</li> </ul>	<p>La aplicación virtual es una herramienta digital, la cual facilita el acceso a los productos y servicios que ofertan las entidades financieras, por ello es necesario desarrollar un plan de capacitación a través de la página web en un apartado, donde se expondrán videos con una duración muy corta, explicando los diferentes servicios que ofrece la aplicación, el usuario ingresara a esta capacitación a través de su cédula de identidad con ello el banco podrá registrar el número total de clientes que acceden a capacitarse.</p> <p style="text-align: center;"><b>Metas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Implementar un sistema de capacitación sobre el uso de la aplicación virtual, basado en video tutoriales por la página web.</li> <li>-Fomentar la fidelización del cliente.</li> <li>-Lograr la ejecución del 100% de actividades programadas y el seguimiento al plan de capacitación establecido.</li> <li>-Crear mayor demanda de clientes al facilitar una capacitación de forma virtual.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Estrategias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Crear videos tutoriales de los diferentes servicios que maneja la aplicación virtual.</li> <li>-Difundir el plan de capacitación por los canales</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Recursos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Página web de la entidad.</li> <li>-Funcionarios capacitados.</li> </ul>

autorizados de la entidad.  -A cada cliente que transacciones dentro de la entidad se le brindará un usuario y contraseña para usar la aplicación virtual.  -Seguimiento a clientes evaluando el uso de la aplicación cada semana.	-Publicidad.  -Información a través de redes sociales.  -Computadora, celular.
<b>Resultados</b>	<b>Evaluación</b>
-Reducir el aglomeramiento en área de ventanillas, minimizando el gasto del cliente por movilización y comisiones bancarias.  -Brindar al cliente los conocimientos y habilidades para usar la aplicación virtual.	-Se elevará un informe final a la directiva.  -Se implementará un link para que el cliente evalúe el servicio de capacitación.  -Se dará seguimiento a los clientes que sean capacitados.

**Cronograma de Capacitación**

ACTIVIDADES A DESARROLLAR	SEMANA				
	1	2	3	4	5
Ingreso a la plataforma virtual y consulta de saldos (video)	X				
Consulta de tabla de pagos en Operaciones de Crédito (video)	X				
Transferencia a bancos locales y al exterior (video)	X				
Pago de tarjeta de crédito (video)		X			
Diferido de consumos tarjeta de crédito (video)		X			
Avances en efectivo (video)		X			
Pago de servicios básicos (video)			X		
Consulta y Solicitud de operaciones de crédito (video)			X		
Apertura de inversiones, ahorro programado (video)			X		
Apertura de cuenta de ahorros (video)				X	
Bloqueo de tarjetas de débito y crédito (video)				X	
Solicitud de tarjeta de débito y chequera (video)				X	
Evaluar el nivel de transaccionalidad en la aplicación virtual					X

**Fuente:** Elaboración propia

El aporte de esta investigación es un plan de capacitación en la página web de la institución financiera, ninguna institución financiera cuenta con este tipo de sistema de capacitación para sus clientes, el impacto a los usuarios es proveer conocimientos y desarrollar habilidades sobre el uso de los productos, servicios que ofrece la aplicación virtual y de esta forma reducir el aglomeramiento en área de ventanillas, minimizando la inseguridad, el gasto del cliente por movilización y comisiones por transacción financiera. Se realizará un informe final a la directiva sobre la cantidad de usuarios que han ingresado a la página web con el objetivo de propiciar

seguimiento a los clientes que han sido capacitados. Con la aplicación de este plan, los clientes de la institución financiera estarán en toda la capacidad de operar la aplicación virtual utilizando todos los productos y servicios a través de:

- Videos tutoriales en la página web de la entidad, con esto el cliente podrá capacitarse en cualquier momento dentro de la semana establecida por el cronograma.
- Una correcta comunicación al difundir el plan de capacitación por los canales autorizados por la entidad.
- La institución financiera deberá realizar el seguimiento a los clientes que se capacitaron por los videos de la página web, de esta forma medir el conocimiento adquirido.
- Familiarizar al cliente sobre la herramienta digital, generando el usuario y contraseña al momento de transaccionar en la entidad.
- Publicidad en radios, televisión y redes sociales sobre la campaña de capacitación que ofrece la institución financiera.
- Comunicación más efectiva entre el cliente y la entidad integrando un buzón de sugerencias sobre los productos y servicios.

## **Conclusiones**

Al diseñar el plan de capacitación, dirigido a los clientes de las instituciones financieras de la ciudad de Cuenca-Ecuador a través de estas entidades, es tratar de minimizar el aglomeramiento de usuarios dentro del área de ventanillas, disminuir el gasto por movilización y comisiones financieras, y lograr disminuir el riesgo de atracos al exterior de estas instituciones. El análisis presentado en esta investigación cumple con el objetivo propuesto y se proyecta a disminuir el gasto en el ámbito económico del cliente, por medio de la identificación de variables por cada elemento que forma el plan de capacitación, el sistema financiero cuencano apoyara a sus clientes a que se capaciten para realizar un correcto uso de la aplicación virtual.

El plan de capacitación, representa un aporte al sistema financiero ecuatoriano, ya que al momento no cuentan con este tipo de capacitación en sus páginas web, el impacto será trascendente en los usuarios ya que les facilita operar los servicios financieros virtuales que ofrecen las diferentes entidades financieras. Este plan se realiza partiendo de la demanda de usuarios que tiene una institución financiera, de esta forma se busca centrar la capacitación en lo que desconoce el usuario, el beneficio para el cliente es una mayor seguridad en relación al



manejo de efectivo del usuario en ventanilla, se tratará de reducir la inseguridad y los costos del cliente con relación a las actividades financieras dentro de la institución, esta inversión por parte de la entidad se verá reflejada en el aumento de usuarios aptos para el manejo de los productos y servicios de un banco o cooperativa por la implementación del sistema de capacitación virtual, generando un nuevo camino al momento de gestionar, instruir y comunicar los servicios que ofertan las diferentes entidades financieras de la ciudad.

## Referencias

1. Apunte, R. y Endara, D. (2017). Análisis de la plataforma de servicios financieros ambiente OCP para pagos y transferencias bancarias nacionales e internacionales y su impacto en el costo operativo de la Cooperativa COOPBEDE año 2016 [tesis de pregrado, Universidad Internacional SEK]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/2607>
2. Avendaño, G. y Cárdenas, C. (2014). Estudio sobre la banca móvil a nivel mundial y modelo aplicable para la implementación y desarrollo en el Ecuador [tesis de pregrado, Universidad de Cuenca]. Repositorio Institucional. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/20744>
3. Badía, F. (2002). Colección Estudios Económicos, (Nº 28), Internet: situación actual y perspectivas. Servicio de Estudios La Caixa.
4. Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales, (3ª ed.). Pearson Educación.
5. Bustamante, F., Jiménez, D. (2011). Evaluación del uso de internet en los servicios bancarios básicos por parte de las personas naturales. [tesis de postgrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1675>
6. Cabezas, E., Andrade, D., y Torres, J. (2018). Introducción a la metodología de la investigación científica [tesis de pregrado, Universidad de las Fuerzas Armadas]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/15424>
7. Castro, V. y Vidal, M. (2006). Plan de capacitación complementario para el cluster de cuero y calzado [tesis de pregrado, Universidad del Azuay]. Repositorio Institucional. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/1184>

8. Cornejo, I. (2001). El futuro de la banca: de la sucursal a la banca virtual [tesis de postgrado, Universidad Autónoma de Nuevo León]. Repositorio Institucional. <http://eprints.uanl.mx/7759/1/1020145306.PDF>
9. Hurtado, J. (2000). Metodología de la Investigación Holística, (3ª ed.). Fundación Sypal.
10. Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Metodología de la Investigación, (6ª ed.). McGraw Hill.
11. Lay, M., Suarez, J. y Zamora, M. (2005). Modelo para gestionar la capacitación de directivos y reservas en la empresa ganadera cubana. III. Diseño del Plan de Capacitación. Revista Pastos y Forrajes, 28(4), 349-363.
12. Larran, J. y Reyes, M. (2007). La banca por Internet como innovación tecnológica en el sector bancario. Revista Investigaciones Europeas de dirección y Economía de la empresa, 13(2), 145-153.
13. Leal, Antonio. y Quero, M. (2011). Manual de Marketing y Comunicación Cultural. Colección Observatorio cultural del proyecto Atalaya. [https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural\\_web.pdf?hash=a870435f9d4d96f2cbdbf556b541b300](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=a870435f9d4d96f2cbdbf556b541b300)
14. León, J. y Ovalle, K. (2018). Análisis de la implementación de la banca electrónica en el Ecuador. [tesis de posgrado, Universidad de Guayaquil Facultad de ciencias administrativas]. Repositorio Institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/30163>
15. López, O. (2011). Medición, técnicas e instrumentos de investigación. Razón Pública. <https://www.slideshare.net/oscarlopezregalado/instrumentos-de-investigacin-9217795>
16. Luna, K., Yanza, J., Miguitama, D. y Plasencia, G. (2019). Plan Estratégico para la contaminación ambiental en el sector del arenal de la ciudad de Cuenca-Ecuador. Visionario Digital, 4(1), 6-22. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i1.1064>
17. Maldonado, J. (2010). La banca electrónica [tesis de pregrado, Universidad de las Américas]. Repositorio Institucional. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/416>
18. Matamoros, R. (2017). Nivel de satisfacción de clientes de la banca privada de Guayaquil, respecto a los canales de atención de reclamos [tesis de pregrado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14885>
19. Monparler, A. (2008). El desarrollo de la banca electrónica en España, un análisis comparativo entre entidades online y tradicionales en España y en Estados Unidos [tesis

doctoral, Universidad Politécnica de Valencia]. Repositorio Institucional. <http://hdl.handle.net/10251/2187>

20. Pulido, E. y Medina, V. (2008). Modelo de medición y evaluación de la usabilidad en sitios web de la banca virtual en Colombia. *Revista Ingeniería y Universidad*, 12(1), 81-102.
21. Suarez, J., Valdunciel, L. (2008). Impacto de las nuevas tecnologías en el negocio bancario español, *Revista de Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 15(1), 81-93.
22. Suriaga, M., Bonilla, J., Sánchez, L. (2016). Banca electrónica. *Revista Académica Contribuciones a la economía*.
23. Vergel, M., Parra, H y Martínez, J. (2013). Metodología para elaborar planes de capacitación en instituciones de Educación superior. *Revista Logos Ciencia & Tecnología*, 5(1), 205-213.

## References

1. Apunte, R. and Endara, D. (2017). Analysis of the OCP environment financial services platform for national and international bank payments and transfers and its impact on the operating cost of the COOPBEDE Cooperative in 2016 [undergraduate thesis, SEK International University]. Institutional repository. <http://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/2607>
2. Avendaño, G. and Cárdenas, C. (2014). Study on mobile banking worldwide and applicable model for implementation and development in Ecuador [undergraduate thesis, University of Cuenca]. Institutional repository. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/20744>
3. Badia, F. (2002). *Economic Studies Collection*, (No. 28), Internet: current situation and prospects. La Caixa Studies Service.
4. Bernal, C. (2010). *Research methodology administration, economics, humanities and social sciences*, (3rd ed.). Pearson Education.
5. Bustamante, F., Jiménez, D. (2011). Evaluation of the use of the internet in basic banking services by natural persons. [postgraduate thesis, Catholic University of Santiago de Guayaquil]. Institutional repository. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1675>
6. Cabezas, E., Andrade, D., and Torres, J. (2018). Introduction to the methodology of scientific research [undergraduate thesis, University of the Armed Forces]. Institutional repository. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/15424>

7. Castro, V. and Vidal, M. (2006). Complementary training plan for the leather and footwear cluster [undergraduate thesis, Universidad del Azuay]. Institutional repository. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/1184>
8. Cornejo, I. (2001). The future of banking: from the branch to virtual banking [postgraduate thesis, Universidad Autónoma de Nuevo León]. Institutional repository. <http://eprints.uanl.mx/7759/1/1020145306.PDF>
9. Hurtado, J. (2000). Holistic Research Methodology, (3rd ed.). Sypal Foundation.
10. Hernández, R., Fernández, C., and Baptista, M. (2014). Research Methodology, (6th ed.). McGraw Hill.
11. Lay, M., Suarez, J. and Zamora, M. (2005). Model to manage the training of managers and reserves in the Cuban livestock company. III. Design of the Training Plan. Pastures and Forages Magazine, 28 (4), 349-363.
12. Larran, J. and Reyes, M. (2007). Internet banking as a technological innovation in the banking sector. Journal of European Research on Business Management and Economics, 13 (2), 145-153.
13. Loyal, Antonio. and Quero, M. (2011). Marketing and Cultural Communication Manual. Collection Cultural Observatory of the Atalaya project. [https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPT04/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural\\_web.pdf?hash=a870435f9d4d96f2cbdbf556b541b300](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPT04/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=a870435f9d4d96f2cbdbf556b541b300)
14. León, J. and Ovalle, K. (2018). Analysis of the implementation of electronic banking in Ecuador. [postgraduate thesis, University of Guayaquil Faculty of administrative sciences]. Institutional repository. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/30163>
15. López, O. (2011). Measurement, techniques and research instruments. Public Reason. <https://www.slideshare.net/oscarlopezregalado/instrumentos-de-investigacin-9217795>
16. Luna, K., Yanza, J., Miguitama, D. and Plasencia, G. (2019). Strategic Plan for environmental pollution in the sandy area of the city of Cuenca-Ecuador. Digital Visionary, 4 (1), 6-22. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i1.1064>
17. Maldonado, J. (2010). Electronic banking [undergraduate thesis, University of the Americas]. Institutional repository. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/416>

18. Matamoros, R. (2017). Level of satisfaction of clients of the private bank of Guayaquil, with respect to the channels of attention of claims [undergraduate thesis, Universidad Politécnica Salesiana]. Institutional repository. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14885>
19. Monparler, A. (2008). The development of electronic banking in Spain, a comparative analysis between online and traditional entities in Spain and in the United States [doctoral thesis, Polytechnic University of Valencia]. Institutional repository. <http://hdl.handle.net/10251/2187>
20. Pulido, E. and Medina, V. (2008). Model for measuring and evaluating the usability of virtual banking websites in Colombia. Engineering and University Magazine, 12 (1), 81-102.
21. Suarez, J., Valdunciel, L. (2008). Impact of new technologies in the Spanish banking business, Journal of European Research on Business Management and Economics, 15 (1), 81-93.
22. Suriaga, M., Bonilla, J., Sánchez, L. (2016). Electronic banking. Academic Magazine Contributions to the economy.
23. Vergel, M., Parra, H and Martínez, J. (2013). Methodology to develop training plans in higher education institutions. Logos Science & Technology Magazine, 5 (1), 205-213.

## Referências

1. Apunte, R. e Endara, D. (2017). Análise da plataforma de serviços financeiros ambientais da OCP para pagamentos e transferências bancárias nacionais e internacionais e seu impacto no custo operacional da Cooperativa COOPBEDE em 2016 [tese de graduação, Universidade Internacional SEK]. Repositório institucional. <http://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/2607>
2. Avendaño, G. e Cárdenas, C. (2014). Estudo sobre mobile banking em todo o mundo e modelo aplicável para implementação e desenvolvimento no Equador [tese de graduação, Universidade de Cuenca]. Repositório institucional. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/20744>
3. Badia, F. (2002). Coleção de Estudos Econômicos, (nº 28), Internet: situação atual e perspectivas. Serviço de Estudos La Caixa.

4. Bernal, C. (2010). *Administração de metodologia de pesquisa, economia, ciências humanas e sociais*, (3ª ed.). Pearson Education.
5. Bustamante, F., Jiménez, D. (2011). *Avaliação do uso da internet em serviços bancários básicos por pessoas físicas*. [tese de pós-graduação, Universidade Católica de Santiago de Guayaquil]. Repositório institucional. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/1675>
6. Cabezas, E., Andrade, D. e Torres, J. (2018). *Introdução à metodologia da pesquisa científica* [tese de graduação da Universidade das Forças Armadas]. Repositório institucional. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/15424>
7. Castro, V. e Vidal, M. (2006). *Plano de treinamento complementar para o cluster de couro e calçados* [tese de graduação, Universidad del Azuay]. Repositório institucional. <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/1184>
8. Cornejo, I. (2001). *O futuro da banca: da agência à banca virtual* [tese de pós-graduação, Universidade Autônoma de Nuevo León]. Repositório institucional. <http://eprints.uanl.mx/7759/1/1020145306.PDF>
9. Hurtado, J. (2000). *Metodologia de Pesquisa Holística*, (3ª ed.). Fundação Sypal.
10. Hernández, R., Fernández, C. e Baptista, M. (2014). *Metodologia de Pesquisa*, (6ª ed.). McGraw Hill.
11. Lay, M., Suarez, J. e Zamora, M. (2005). *Modelo para gerenciar o treinamento de gerentes e reservas na pecuária cubana. III Desenho do plano de treinamento*. *Revista Pastagens e Forragens*, 28 (4), 349-363.
12. Larran, J. e Reyes, M. (2007). *Internet banking como uma inovação tecnológica no setor bancário*. *Journal of European Research on Business Management and Economics*, 13 (2), 145-153.
13. Leal, Antonio. e Quero, M. (2011). *Manual de Marketing e Comunicação Cultural*. Coleção Observatório Cultural do projeto Atalaya. [https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural\\_web.pdf?hash=a870435f9d4d96f2cbdbf556b541b300](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=a870435f9d4d96f2cbdbf556b541b300)
14. León, J. e Ovalle, K. (2018). *Análise da implementação do banco eletrônico no Equador*. [tese de pós-graduação, Faculdade de Ciências Administrativas da Universidade de Guayaquil]. Repositório institucional. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/30163>

15. López, O. (2011). Medição, técnicas e instrumentos de pesquisa. Razão pública. <https://www.slideshare.net/oscarlopezregalado/instrumentos-de-investigacin-9217795>
16. Luna, K., Yanza, J., Miguitama, D. e Plasencia, G. (2019). Plano estratégico de poluição ambiental na área arenosa da cidade de Cuenca-Ecuador. Digital Visionary, 4 (1), 6-22. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v4i1.1064>
17. Maldonado, J. (2010). Banco eletrônico [tese de graduação, Universidade das Américas]. Repositório institucional. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/416>
18. Matamoros, R. (2017). Nível de satisfação dos clientes do banco privado de Guayaquil, em relação aos canais de atenção de sinistros [tese de graduação, Universidade Politécnica Salesiana]. Repositório institucional. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14885>
19. Monparler, A. (2008). O desenvolvimento do banco eletrônico na Espanha, uma análise comparativa entre entidades online e tradicionais na Espanha e nos Estados Unidos [tese de doutorado, Universidade Politécnica de Valência]. Repositório institucional. <http://hdl.handle.net/10251/2187>
20. Pulido, E. e Medina, V. (2008). Modelo para medir e avaliar a usabilidade em sites de bancos virtuais na Colômbia. Revista Engenharia e Universidade, 12 (1), 81-102.
21. Suarez, J., Valdunciel, L. (2008). Impacto de novas tecnologias no negócio bancário espanhol, Journal of European Research on Business Management and Economics, 15 (1), 81-93.
22. Suriaga, M., Bonilla, J., Sánchez, L. (2016). Caixa eletrônico. Revista Acadêmica Contribuições para a economia.
23. Vergel, M., Parra, H e Martínez, J. (2013). Metodologia para desenvolver planos de treinamento em instituições de ensino superior. Revista Logos Science & Technology, 5 (1), 205-213.

©2020 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).