



Vicerrectoría de Estudios de Posgrado

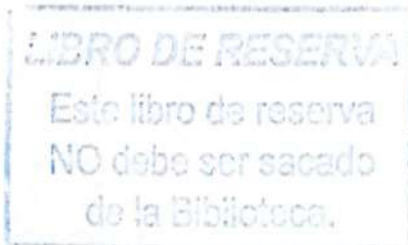
Trabajo final para optar por el título de:
Maestría en Administración Financiera

Título:

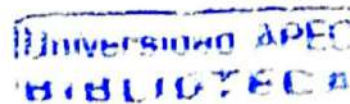
Creación de valor para las empresas dado el uso de la
Banca Electrónica con relación a la Banca Tradicional.

Postulante:

Lic. Claudia Aimeé Javier Ramírez
Mat.2013-2214



Tutor:



Dr. Sterling Jiménez

Santo Domingo, Distrito Nacional
República Dominicana
Agosto, 2015

Índice general

Resumen.....	ii
Capítulo I	1
Introducción	1
Problemática Principal	3
Objetivos Específicos	3
Revisión de la literatura	3
Medición de valor	9
Capítulo II	19
Método.....	19
Población.....	20
Muestra.....	21
Capítulo III.....	25
Presentación de Resultados.....	25
Tamaño de la empresa	25
Uso de la Banca Electrónica	27
Rapidez del servicio	31
Simplicidad de la tarea	35
Riesgo	41
Costos asociados al servicio	46
Conclusión	50
Bibliografía	56
Anexos	

Índice de gráficos

Gráfico 1	25
Gráfico 2	27
Gráfico 3	28
Gráfico 4	29
Gráfico 5	30
Gráfico 6	31
Gráfico 7	32
Gráfico 8	33
Gráfico 9	34
Gráfico 10	35
Gráfico 11	36
Gráfico 12	37
Gráfico 13	38
Gráfico 14	39
Gráfico 15	41
Gráfico 16	42
Gráfico 17	43
Gráfico 18	44
Gráfico 19	45
Gráfico 20	46
Gráfico 21	47
Gráfico 22	52
Gráfico 23	53
Gráfico 24	54
Gráfico 25	54

Índice de figuras

Figura 1.....	8
Figura 2.....	8
Figura 3.....	9
Figura 4.....	17

Índice de tablas

Tabla 1 <i>Operacionalización de las variables</i>	22
Tabla 2 <i>Frecuencia cruzada</i>	26
Tabla 3 <i>Frecuencia cruzada</i>	40
Tabla 4 <i>Frecuencia cruzada</i>	48
Tabla 5 <i>Correlación de las variables</i>	49
Tabla 6 <i>Modelo</i>	50

Resumen

A través de los tiempo los administradores han utilizado un sin número de metodologías para medir la creación de valor de las empresas y procesos. Entre los más utilizados podemos destacar dos grandes clasificaciones, la medición de valor en función a datos cuantitativos y la creación de valor dado factores cualitativos, entre los métodos más conocidos se encuentran los patrimoniales y los de rentabilidad futura. Por lo general el método empleado por el investigador o administrador es seleccionado dado el objetivo principal de la medición, entre estos fines se encuentran la venta de un activo, la terminación de la actividad financiera, valoración con objetivos de fusión o adquisición, entre otras.

Para fines prácticos y administrativos en definitiva las empresas crean valor cuando pueden disminuir costos, reducir o eliminar gastos y ser más eficientes. A su vez todas estas acciones se traducen en valor, ya sea para la firma o para los accionistas. En función de estos pilares fundamentales, la presente investigación se fundamenta en determinar si existe un valor real medible para las empresas dominicanas al utilizar los servicios de la banca electrónica frente a la banca tradicional. Para realizar esta medición fueron seleccionadas las variables rapidez, costo del servicio, riesgo y simplicidad de la tarea, esto así debido a que representan de manera significativa el uso de la banca electrónica.

El estudio fue aplicado en una muestra representativa de empresas del Distrito Nacional, en las cuales luego de aplicado el modelo se comprueba que dado el uso de la Banca Electrónica estas han creado valor ya sea en sus procesos, en costos o en eficiencia de las tareas.

Capítulo I

Introducción

¿Crea valor para la empresa el uso de la Banca Electrónica con relación a la Banca Tradicional?

A través de los tiempos la creación de valor y el valor como tal, han sido tema de debate en el mundo empresarial. Hasta el momento algunos autores se han enfocado en medir la rentabilidad, la eficiencia y en cuantificar los beneficios de implementar la Banca Electrónica o E-Banking en el sector financiero (Heinonen, 2007).

Diariamente somos bombardeados de publicidad por parte de los distintos bancos, asociaciones de ahorro y crédito y demás participantes en el sector financiero acerca de las facilidades y avances tecnológicos que realizan en sus plataformas y canales alternos (Friedman, 2007). Es evidente que a raíz de este bombardeo de publicidad nos cuestionemos sobre si existe un beneficio real para el sector empresarial como cliente de estas entidades al utilizar la banca electrónica con respecto a los servicios tradicionales de la banca.

Para intentar conocer un poco más el origen de esta inquietud debemos trasladarnos al sector empresarial, colocarnos en el lugar de las empresas como clientes de las entidades bancarias y del sector financiero en general. Diariamente las empresas deben tomar decisiones de manera estratégica (Porter, 2008). Explica Michael Porter como incluso factores externos e internos convergen para demostrar la importancia de estas fuerzas en la toma de decisiones de una empresa. Los bancos son intermediarios financieros y en ocasiones son utilizados como acreedores de una empresa (Radić, 2015), ya sea mediante líneas de crédito, préstamos,

etc. De ser cierto que exista un valor agregado para aquellas entidades que utilizan los recursos disponibles en el mercado financiero, entonces, se hace necesario también empezar a evaluar cuales bancos ayudan a hacer más eficientes las operaciones de una empresa.

En términos financieros es posible comparar tasas de interés, plazos otorgados, tasa de cambio y aspectos relacionados al riesgo. Sin embargo, cuando estos factores convergen ¿cuáles otros elementos empiezan a sesgar la elección de una entidad financiera con respecto a otra?

En el preámbulo de la toma de decisiones, antes de implementar cualquier proyecto o al descartar alternativas, los ejecutivos miden también distintos factores o características que influyen en el mercado (Nguyen, Hagendorff, & Eshraghi, 2014), a estos podríamos llamarle la parte cualitativa del trabajo. Dentro del sector empresarial podemos destacar dos grandes grupos dedicados en su mayoría a identificar aquellas actividades que agregan valor a los procesos que al final y por lo general se traducen en beneficios para la firma o para los accionistas. Entre ellos los administradores, para la toma de decisiones y por otro lado los auditores, con la finalidad de determinar actividades más rentables y eficientes (Nguyen et al., 2014). Habiendo establecido que los ejecutivos miden factores cualitativos y cuantitativos antes de tomar decisiones, nos vemos tentados a pensar que el sector bancario actúa en el mejor de sus beneficios identificando aquellas funciones que agregan valor a las empresas al momento de diseñar servicios e invertir en proyectos. Pero, ¿qué tan cierta es esta afirmación? A raíz de esta disyuntiva se fundamenta esta investigación.

Problemática Principal

¿Crea valor para la empresa el uso de la Banca Electrónica con relación a la Banca Tradicional?

Objetivos Específicos

- Conocer el impacto en la cadena de valor de los procesos de las empresas dominicanas al incorporar los servicios de banca electrónica con respecto a la banca tradicional.
- Cuantificar los beneficios reales para las empresas dominicanas al incorporar procesos de nóminas y pagos automáticos.
- Conocer si el valor de los beneficios adquiridos para la empresa sobrepasan los costos asociados a estos servicios.

Revisión de la literatura

A través de los tiempos vemos como distintos autores han tratado de explicar el tema del valor, específicamente referenciado a empresas o proyectos (Evans, Hodder, & Hopkins, 2014; Nandi, 2011). Determinar en términos financieros el valor real basándose en los activos e intangibles es lo generalmente aceptado cuando se toca el tema de valoración (Nandi, 2011).

Los métodos actuales de valoración funcionan de manera excelente cuando se conoce el historial de la empresa, sus estados financieros, sus estatutos, su política de remuneración, sus recursos humanos y los factores económicos que afectan directa o indirectamente el desempeño de una entidad o el desarrollo de un proyecto. Sin embargo, cuando intentamos determinar el valor de optar por utilizar los servicios de una entidad respecto a otra es un poco más complicado (Evans et al., 2014). La mayoría de los factores anteriormente mencionados son requeridos cuando intentamos realizar una valoración, no importa el método que utilicemos según explican Evans, Hodder y Hopkins en su investigación publicada en el 2014.

Hasta el momento distintos autores han centrado sus esfuerzos en determinar si existe un valor agregado al implementar tecnología a los procesos de la banca (Casey & Simon-Kerr, 2015), si es rentable o no para el banco y sus beneficios a corto o largo plazo. Existen otros investigadores que han estudiado la perspectiva de la calidad del servicio y el uso real de la banca electrónica en la población (DeYoung, 2005). El objetivo de esta investigación es cambiar el punto de vista de estas investigaciones hacia el punto de vista de las empresas y conocer si crea valor el uso de la banca electrónica con relación a la tradicional ya no desde la entidad bancaria, sino desde la perspectiva de las empresas como usuarios de estos servicios.

Debido a esto nace la necesidad de conocer cuáles son las diferencias y en que consiste la Banca Electrónica y la Banca Tradicional. Dentro del mundo financiero la Banca Electrónica ha sido uno de los proyectos que más auge ha tenido durante los últimos años (Mandle, Park, Orenbuch, & Zimmerman, 1996), incrementando la atención de los bancos y otras entidades financieras alrededor del mundo a realizar inversiones en desarrollo y tecnología (Friedman, 2007; Nandi, 2011). La Banca Electrónica ha revolucionado el mundo de las finanzas, siendo considerada más que un canal, sino parte integral de la estructura del negocio bancario (DeYoung, 2005).

La implementación de proyectos relacionados a la banca electrónica han surgido con la finalidad principal de poder ofrecer a los clientes medios disponibles para acceder a los servicios bancarios de manera fácil y rápida a través de cualquiera de los medios disponibles, teléfono, internet, localidades aledañas, entre otras. Esto, en resumen, se evidencia en distintas investigaciones realizadas por autores que buscaban en su momento explicar la importancia para los bancos de invertir en este tipo de tecnología (Ciciretti, Hasan, & Zazzara, 2009; Fiordelisi, 2007; Fiordelisi & Molyneux, 2010).

Las entidades financieras tratan de explicar el impacto de la banca electrónica en los clientes mediante el uso de estos medios (Radić, 2015), a modo general se debe poseer al menos uno de los productos financieros de la entidad y de acuerdo al medio que desee utilizar el cliente, ya sea empresarial o personal, debe agotar un proceso de enrolamiento donde se crean los accesos requeridos o se proporciona un plástico con credenciales para acceder a los servicios de autoservicio por medio de cajeros automáticos, respuesta de voz interactiva (mejor conocido como IVR por sus siglas en inglés, Interactive Voice Response), mediante la página web de la entidad, aplicaciones disponibles para teléfonos y tabletas o a través de redes de subagentes bancarios. Una vez dentro de cualquiera de los medios disponibles, el cliente ya sea personal o empresarial, tendrá acceso a distintos servicios ofrecidos por su entidad bancaria (Angelakopoulos & Mihiotis, 2011). Dentro de los servicios que se ofrecen mediante la banca electrónica a los clientes se encuentran la visualización de balances, retiro de efectivo, depósitos a terceros, visualización de estados de cuenta, transferencias entre cuentas, pagos a terceros, pagos a préstamos, tarjetas, proceso de nóminas automáticas, pagos a suplidores, pagos interbancarios, transferencias internacionales, pre confirmación de cheques, pagos a servicios y recaudadoras estatales. Los productos a visualizar y los servicios disponibles dentro de estos medios dependerán de la entidad bancaria y del desarrollo en tecnología que se hayan realizado a sus canales (Radić, 2015).

La tecnología que soporta estos medios, llamados electrónicos, permiten ajustes o personalización de acuerdo a la categoría que pertenece el cliente, empresarial o personal, y al segmento (Institucional, Corporativo, Empresas Personales, Pyme, etc.) (Han, 2008). Esto con la finalidad de permitir personalizar la experiencia de cada uno en función de los objetivos mercadológicos y de servicio que haya definido la entidad bancaria.

Conociendo ya de que se trata la banca electrónica tenemos entonces por otro lado los servicios de la banca tradicional. La banca tradicional es la que se conoce como todos aquellos servicios que se ofrecen en los bancos de la manera acostumbrada desde los inicios de las entidades financieras (Ciciretti et al., 2009). Es decir, toda aquella experiencia de servicio que obtiene un cliente durante la visita a sucursales, cuando es asistido directamente por el personal de servicio en plataforma, la asignación de un gerente u oficial de cuentas para el seguimiento de sus productos y asesoría personalizada por parte de sus ejecutivos. En fin, todos aquellos servicios relacionados tradicionalmente a los bancos, cooperativas, asociaciones de ahorros y préstamos, entre otras.

Para las finanzas personales, pero más en específico para todos los clientes empresariales, la banca tradicional ofrece a su disposición innumerables beneficios de asesoría de un personal experto en el área financiera quien funge de asesor al momento de la empresa o persona física desee o requiera optar por los servicios y productos que ofrece una entidad (Han, 2008).

Ciciretti et al (2009), explican como la relación banco-cliente que se forma entre los gerentes de cuentas, con respecto a la asesoría de los productos financieros apropiados, los mecanismos de inversión, el manejo de efectivo, el escalamiento de casos estimulan a que los bancos protejan sus clientes y estimulen una estrecha relación para contar con la lealtad de esta segunda parte.

El sector empresarial es un objetivo importante para las entidades financiera (Friedman, 2007), lo demuestra así Friedman al comparar el incremento de espacios pagos en revistas durante inicios del 2000 y finales del 2006, muchos de estos espacios destinados a publicidad enfocada en este sector.

Las entidades financieras poseen entre sus funciones principales dos grandes vertientes, la captación de recursos y la colocación de los mismos (Kirschenmann & Norden, 2012). En el artículo publicado en 2012 se menciona la captación de recursos enfocada al riesgo y también se hace mención específicamente a la razón por la cual durante el ejercicio de la captación de recursos se hace interesante incorporar empresas a las entidades bancarias, en resumen, esto debido a que las empresas por lo general son muchos menos riesgosas que las personas físicas al momento de otorgar préstamos y otros documentos financieros. Según explican Kirschenmann & Norden, esto se fundamenta basicamente en que las empresas manejan flujos de efectivo diariamente y operan estos flujos en cuentas a la vista, donde la tasa de interés pasiva por estos fondos es casi inexistente frente al uso que puede realizar un banco en mecanismos de colocación.

Partiendo de la explicación de Kirschenmann & Norden en 2012, debemos destacar a que nos referimos con empresas. En estudios realizados anteriormente se han clasificado las empresas de acuerdo a un sin número de factores con la finalidad de determinar el tamaño o tipo de entidad bajo la premisa que existe alguna similitud llamada medida comparable (Saavedra & Hernández, 2008). Estas características resultan convenientes cuando se intenta explicar algún fenómeno o aplicar un estudio a la realidad. Para llevar a cabo esta diferenciación, distintas organizaciones han elaborado cuadros comparativos de cada una de las entidades con factores que las relacionan, como la cantidad de empleados, el nivel de ventas o la capitalización bursátil. Entre los organismos que han realizado estos estudios poseemos a la Organización para la Cooperación y Desarrollo Tecnológico, mejor conocida como OCDE, la Comunidad Europea, el Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos en Francia (INSEE)

y la Comisión Económica para América Latina (CEPAL). Estas clasificaciones se ilustran a continuación.

Figura 1

Clasificación de empresas de acuerdo con la OCDE

Criterio/Clasificación	Muy Pequeñas	Pequeñas	Medianas	Grandes
No. de Trabajadores	0-19	20-99	100-499	500 a +

Fuente: Garza Castaño Ricardo (2000)

Figura 2

Clasificación oficial de la Comunidad Europea (CE)

	Empleados	Ventas	Activo
Microempresa	Hasta 9	Hasta 2 millones de €	Hasta 2 millones de €
Pequeña	Hasta 49	Hasta 10 millones de €	Hasta 10 millones de €
Mediana	Hasta 249	Hasta 50 millones de €	Hasta 43 millones de €

Fuente: Comisión de las Comunidades Europeas. Recomendación 2003/361/CE, del 6 de mayo.

Figura 3

Clasificación de PYMES

Institución	Tamaño de la empresa	Número de trabajadores
INSEE²	Pequeña	De 50 a 250
	Mediana	De 250 a 1000
SBA³	Pequeña	Hasta 250
	Mediana	De 250 a 500
CEPAL⁴	Pequeña	Entre 5 y 49
	Mediana	De 50 a 250

Fuente: Garza Castaño Ricardo (2000)

Medición de valor

Conociendo las diferencias entre los medios utilizados por la banca para asistir a sus clientes, tradicionales y electrónicos, e identificando los clientes estrictamente empresariales de acuerdo a los factores en común que las mismas comparten, nos hace cuestionar sobre cómo podríamos medir la creación de valor de la banca electrónica con relación a la banca tradicional. Aun cuando a primera instancia se entendería que al utilizar la banca electrónica y los canales alternativos estamos haciendo más eficientes nuestros procesos a ciencia cierta no conocemos la realidad.

Para dar respuesta a nuestra inquietud nos remontamos a estudios anteriores sobre la creación de valor y algunas teorías financieras que a groso modo intentan de una u otra manera explicar el comportamiento de

algún fenómeno en las empresas, proyectos y como se relaciona a la creación de valor.

El valor ha sido definido o contextualizado de distintas maneras, por un lado se conoce como todas aquellas cualidades, tangibles e intangibles, por las que un proyecto, empresa o cosa es apreciada (Edvinsson & Malone, 1999). Ha sido definido también como aquellas características propias de un ente por lo cual se estima o se aprecia, estas características pueden de alguna u otra forma ser cuantificables y medibles (Jorion, 1999). En otras disciplinas, específicamente en los estudios de informática, se explica el termino valor fuera del contexto económico como las cualidades identificables propias de algo o alguien (Erosa & Arroyo, 2007). Por otro lado, los ingenieros industriales poseen el termino valor del servicio, que ha sido definido como el resultado percibido de la compensación entre el set de dimensiones técnico, funcional, temporal y espacial (Heinonen, 2007). En seguimiento con la idea de Heinonen en su artículo de 2007, las dimensiones entrelazadas de valor de servicio representan el valor de una oferta de servicio específica, creada de manera funcional y relevante en un momento específico o locación. Si intentáramos explicar a modo general todas estas investigaciones, no importa el campo de estudio, convergen en explicar el concepto del valor como cualidades o características propias, ya sean tangibles o intangibles, de un ente y que pueden ser identificables, cuantificables y medibles.

Conociendo ya el concepto de valor desde distintos puntos de vista podríamos entonces cuestionarnos sobre cómo estos investigadores u otros en su defecto han podido explicar ese proceso de identificar o medir el valor. Para esto, y como preámbulo debemos remontarnos a la función de administración, esto con la finalidad única de conocer como dentro del mundo empresarial se manejan los procesos y se entiende el concepto de valor agregado o creación de valor.

como los que de realizar uno debo rechazar otro, esto así debido a que existe algún activo compartido entre ambas alternativas y que solamente puede dedicarse a uno de estos (Durán-Vézquez et al., 2014).

Ahora bien, luego de conocer la naturaleza podríamos enumerar los métodos más utilizados para aceptar o rechazar proyectos hasta el momento, esto será de utilidad para poder definir los métodos de medición de valor más adelante. Empecemos por el Payback, este cálculo a modo general explica, en unidad de tiempo, cuanto se tarda en recuperar la inversión de un proyecto y para esto se debe definir un corte o periodo final en que se desea realizar dicha recuperación bajo una serie de asunciones (Casey & Simon-Kerr, 2015). Para proyectos independientes se considera aceptable si el tiempo es menor al periodo de corte utilizado, mientras que en proyectos excluyentes el criterio sería elegir el proyecto con menor tiempo de recuperación estimado para recuperar la inversión. El Payback posee críticas que hacen cuestionarnos porque utilizaríamos esta metodología para la toma de decisiones (van de Schootbrugge & Wong, 2013), esto porque no considera el valor del dinero en el tiempo y no considera los flujos de efectivo luego del periodo definido como corte. Se realizaron modificaciones a la fórmula original para considerar el valor en el tiempo, a este nuevo método se le conoce como Discounted Payback, esta nueva fórmula descuenta cada uno de los flujos estimados hasta el periodo de corte bajo una tasa supuesta, aun cuando se mejora la formula la desventaja de este método radica en que se podrían rechazar proyectos con flujos considerablemente buenos luego del periodo de corte.

Valor presente neto, se conoce con este nombre al método de descontar los flujos de efectivo estimados para la vida de un proyecto bajo una tasa requerida o el valor del costo porcentual del dinero en el tiempo (van de Schootbrugge & Wong, 2013). Este método posee la desventaja que no puede ser utilizado para comparar proyectos de periodos diferentes

estimados de vida útil. Para proyectos independientes se entiende aceptable siempre que el resultado final sea mayor o igual a cero, utilizando una tasa requerida o mayor a cero siempre que se utilice una tasa representativa del costo del dinero. Para el caso de proyectos mutuamente excluyentes el valor presente neto de mayor resultado se considera aceptable, siempre y cuando la vida útil y los montos de inversión inicial sean iguales (van de Schootbrugge & Wong, 2013).

Tasa Interna de Retorno, se conoce con este nombre o sus siglas en ingles IRR a la tasa máxima exigible de un proyecto (Durán-Vézquez et al., 2014). Esta metodología posee una serie de supuestos, sin embargo a modo general explica como su resultado siempre debe ser mayor a la tasa que se exige como ganancia mínima de un proyecto o superar con creces el costo del capital invertido. El IRR posee algunos inconvenientes al ser utilizado para aceptar o rechazar proyectos y es que debido a como es calculado matemáticamente el resultado siempre será un valor absoluto (tasa), por lo cual y en consecuencia no sabríamos a ciencia cierta si estamos ganando o perdiendo (Durán-Vézquez et al., 2014; van de Schootbrugge & Wong, 2013). Todos los autores consultados recomiendan utilizar el método en conjunto con algún otro, en su mayoría con el valor presente neto.

Conociendo ya algunas de las herramientas para aceptar o rechazar proyectos podemos entonces empezar a hablar sobre valoración. Entre las metodologías generalmente utilizadas para medir valor o en otras palabras realizar una valoración, en las empresas por consultores, auditores y administradores se distingue el Flujo de Efectivo Libre, (FCF) por sus siglas en inglés (Durán-Vézquez et al., 2014; van de Schootbrugge & Wong, 2013). El flujo de efectivo libre se define como aquellos flujos disponibles para los accionistas luego de saldar deudas con los acreedores, las operaciones de la firma, y de cubrir con todos aquellos proyectos e inversiones en las cuales

incurre la empresa (Durán-Vézquez et al., 2014). Estos cálculos pueden ser ajustados a conocer el flujo de efectivo libre para la firma o para los accionistas. Este método es realizado con rubros tomados de los estados financieros, por lo cual se deben poseer todos estos datos antes de intentar adoptar el método para realizar una valoración.

Otro de los métodos utilizados para medir o valorar proyectos es el ratio o índice de beneficios, mejor conocido como Profitability Index. Este índice es utilizado para medir el valor presente neto de los flujos de efectivo entre el valor de la inversión inicial (Durán-Vézquez et al., 2014). Este ratio explica que tantas veces se supera la inversión realizada y es uno de los tantos métodos utilizados para valorizar y comparar matemáticamente proyectos sobre su inversión.

Balance Scorecard, otras de las metodologías utilizadas para medir los procesos de las empresas y poder cuantificar el valor que agregan cada una de las actividades en los procesos se conoce como Balance Scorecard (Kaplan & Norton, 1995). Aun cuando el artículo inicial fue publicado en 1995 no fue hasta el 1996 cuando Kaplan y Norton lograron explicar que la esencia de esta actividad radica en utilizar no tan solo los indicadores financieros para medir los beneficios de una empresa, sino más bien cuantificar todos aquellos aspectos o actividades que agregan valor en la cadena de producción y asignarle puntajes, esto así crearía una nueva serie de indicadores que pueden ser utilizables para la toma de decisiones, medición del desempeño y valoración de una empresa (Kaplan & Norton, 1996).

Otras de las metodologías utilizadas se conoce por Valor Económico Agregado, esta es la explicación matemática de cómo se relaciona la utilidad operativa, los impuestos, la ponderación promedio del capital y la inversión inicial (Jinliang, 2013). Esta metodología busca la

relación de los factores de deuda, el costo del dinero para los accionistas, las inversiones y otros factores externos, como los impuestos, para determinar y otorgar un valor o resultado final más allá de las utilidades.

Existen otro grupo de administradores menos ortodoxos que se enfocan en medir la creación de valor en términos meramente financieros y enfocados en las razones financieras palpables en los estados financieros (van de Schootbrugge & Wong, 2013). Entre estas razones se pueden identificar las de liquidez, endeudamiento, rentabilidad y cobertura. Para la elaboración de dichas razones se requiere el balance general y el estado de resultados, de estos se toman las partidas a explicar sobre la partida explicativa.

Todos estos métodos matemáticos explicados anteriormente serán utilizados de acuerdo al tipo o naturaleza de proyecto que estemos evaluando, esto en conjunto del cálculo de las herramientas expuestas (Payback, VPN, IRR, y demás) ya que precisa el resultado y ofrece mayor visibilidad a los administradores (van de Schootbrugge & Wong, 2013).

La creación de valor a largo plazo está relacionada con el enfoque en los mejores negocios, que se traduce a carteras de productos más reducidas (Mandle et al., 1996). Esto, si bien es cierto, es más que todo la perspectiva de la entidad financiera. Si intentáramos aplicar la perspectiva de Mandle en 1996 al tema en cuestión podríamos concluir en que utilizando procesos afinados e implementando metodologías simplificadas a la cadena de producción de cualquier empresa estaríamos creando valor a corto o largo plazo tanto para la firma como para los accionistas.

Todos los métodos de valoración mencionados (FCF, Balanced Scorecard, EVA, entre otros) de una forma u otra buscan conocer lo que se posee y lo que se puede generar con ello, en otras palabras la rentabilidad futura, pero poseen la particularidad de que se deben conocer datos de los

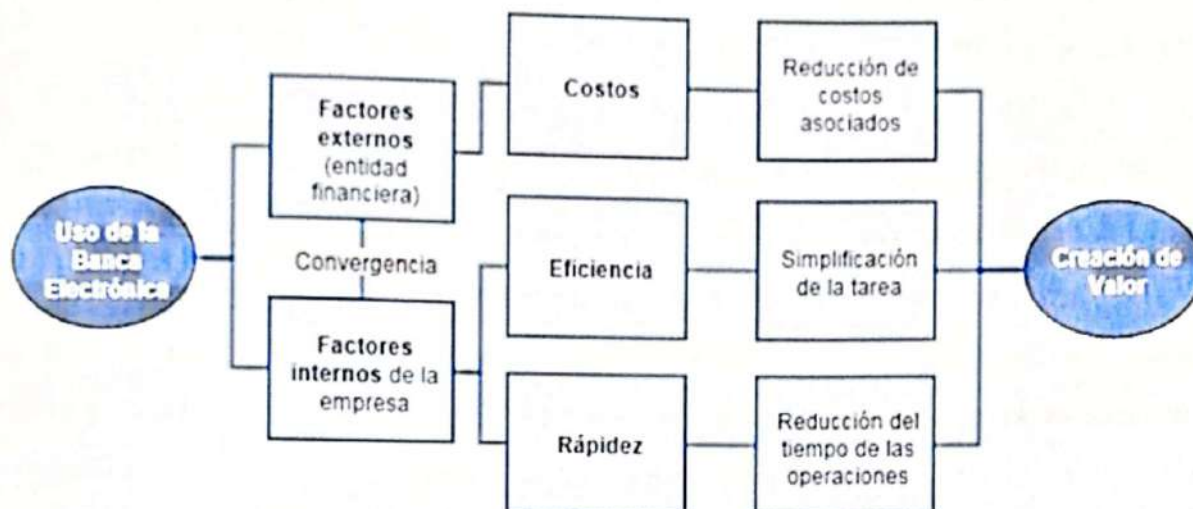
estados financieros para su ejecución y al final estaríamos calculando el valor de la empresa en general.

Entonces, a raíz de esto existen otros investigadores, que si bien no intentaban valorizar una empresa, su objetivo era conocer si una actividad beneficiaba o no a sus clientes y a esto le llamaron satisfacción (Hayes, 1995; Martínez, 2008). Estas investigaciones están fundamentadas en identificar aquellas características que agregan valor y se definen como beneficiosas para los usuarios. Las herramientas a utilizar para medir la satisfacción vienen dadas de lo que considera una empresa importante y la naturaleza del servicio brindado (empresas comerciales, turísticas, financieras, manufactura, etc.) (Martínez, 2008). Dichas características luego de identificadas deben ser clasificadas de acuerdo a la actividad y traducidas a lenguaje llano comprendido por el cliente para poder aplicar mecanismos de medición basados en dichas características sobre nuestros clientes (Hayes, 1995). Para llevar a cabo esto Hayes elaboró una serie de indicaciones sobre elaboración de cuestionarios y entrevistas para la correcta aplicación en cualquier materia, dentro de estas indicaciones el objetivo general es traducir lo que esperamos de nuestros clientes basado en lo que poseemos (rapidez de respuesta, cortesía, amabilidad, resolución de casos, eficiencia, confortabilidad en la locación, etc.) (Hayes, 1995).

Conociendo ya los métodos con los cuales se ha podido medir la creación de valor y sus implicaciones se hace evidente que la manera idónea de identificar si los servicios de la banca electrónica crean valor en respecto a la banca tradicional para las empresas es mediante la identificación de características asociadas a los servicios bancarios dentro de las empresas. Esto así debido a que la mayoría de los métodos expuestos para medir valor utilizan los estados y rubros financieros de las empresas, por lo cual de utilizarlos estaríamos asumiendo que todo lo que genera valor en la empresa es debido al uso de los servicios financieros lo cual de antemano sabemos

no es así, la mayoría del valor que crea una empresa debería estar fundamentado en su actividad comercial. En función a lo expuesto se ha elaborado un modelo a partir del cual se puede identificar y medir las características que agregan valor, tanto externas como internas, para poder llevar a cabo la investigación.

Figura 4



Fuente: Elaboración propia

El modelo planteado explica como la creación de valor viene dada debido a la convergencia de factores externos, provenientes estos de la entidad financiera, y de los factores internos de la empresa a raíz del uso de la banca electrónica. Los factores externos asociados al banco se traducen en costos de los servicios, asociados a la banca electrónica o tradicional, los cuales deben reflejar una reducción o eliminación para crear valor. Mientras que dentro de los factores internos se traduce como creación de valor la eficiencia y la rapidez, que a su vez pueden ser medidos mediante la simplificación de las tareas asociadas al uso de los servicios de la banca y la reducción del tiempo de las operaciones en la empresa debido al uso de estos servicios.

Para llevar a cabo el modelo y crear los indicadores se utilizarán variables cuantificables y medibles con la finalidad de comparar los procesos de empresas que utilizan ambos métodos para realizar sus operaciones contables y financieras, es decir utilizan la banca tradicional y o la banca electrónica. Para medir los indicadores se utilizarán un conjunto de variables generales para medir la rapidez con la cual se efectúan los procesos y el costo que representan los servicios tradicionales frente a los electrónicos. Entre ellos se encuentran el costo asociado a pagos mediante cheque en relación al costo asociado a pagos electrónicos, rapidez de aplicación de pagos realizados mediante cheques físicos frente a los pagos automáticos, la recepción de respuesta de las solicitudes realizadas en línea frente a las solicitudes realizadas presencialmente en sucursales, tiempo de preparación de la conciliación bancaria mediante la visualización de estados en línea frente a la conciliación bancaria preparada mediante el uso de la recepción física de estados e imágenes de cheques emitidos.

Capítulo II

Método

La presente investigación será realizada en función a la lógica deductiva con enfoque cuantitativo. Para llevarla a cabo se emplearán encuestas como métodos de recolección y levantamiento de datos. A raíz de los datos recolectados se definirá el valor como el resultado de los indicadores utilizados para medir la rapidez y la efectividad de las operaciones. Se utilizarán también indicadores señalados para reflejar los costos asociados a los servicios financieros utilizados por la entidad. El instrumento utilizado para la captura de datos y levantamiento de información se aplicará a personal del área de contabilidad y finanzas de empresas que utilizan ambos servicios, banca tradicional y electrónica, con bancos dominicanos.

Para la recolección de datos uno de los métodos más utilizados para la realización de encuestas es la escala Likert (Hitczenko, 2013). Este método se fundamenta en el uso de escalas psicométricas para realizar la recolección de datos. La escala Likert es usada principalmente en cuestionarios. Mediante este método se obtienen las preferencias, mediante el nombramiento de grados de acuerdos con las afirmaciones o enunciados (Weijters, Geuens, & Baumgartner, 2013).

De manera general los investigadores acostumbran a utilizar la escala Likert con un modelo de 5 puntos utilizando los rangos desde "Totalmente en desacuerdo" a "Totalmente de acuerdo" con "Ni de acuerdo ni en desacuerdo" como puntuación media. Por nivel de escala se les asignan valores numéricos, comúnmente iniciando en 1 e incrementando la puntuación en cada nivel (Lantz, 2013). Esto permite darle valor cuantitativo a data cualitativa, lo que permite hacer la data más fácil para el análisis estadístico. Debido a la facilidad con la cual se obtienen los puntajes de la

percepción de los encuestados el método fundamental para la recolección de datos será empleando encuestas en las cuales para alguno de los indicadores serán medidos a través escalas Likert, y para las demás se ofrecerá escalas binarias.

Para las preguntas formuladas por escalas se muestran tres modelos de opciones para la respuesta. El primer tipo de pregunta utiliza escala Likert donde 1. Totalmente en desacuerdo; 2. En desacuerdo; 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo; 4. De acuerdo; 5. Totalmente de acuerdo. El segundo modelo ofrece las siguientes alternativas 0. No; 1. Sí. Y un tercer modelo con tres posibles resultados donde 0. No; 1. Permanece igual y 2. Sí.

Cada uno de los modelos posee en la tabla de operacionalización un valor por el cual se mide la ausencia o presencia del constructo en cada opción. Finalizada la recolección de datos se empleará la valoración de cada opción mediante la puntuación previamente acordada para verificar el grado de aceptación o falta de aceptación de la variable.

Finalmente con el valor obtenido para cada constructo se utilizará un método de regresión lineal para evaluar el grado de significancia de los constructos en función al uso de la banca electrónica. De igual manera será empleado el análisis de la estadística descriptiva para validar la opinión de los encuestados en función a los datos previamente recolectados.

Población

La población objetivo de la investigación son empresas dominicanas que utilizan los servicios de la banca electrónica y están ubicadas en el polígono central del Distrito Nacional durante el periodo de Mayo-Agosto 2015.

Muestra

A la fecha el último censo de empresas realizado por el Registro Nacional de Establecimiento amparado por la Oficina Nacional de Estadísticas de la Republica Dominicana muestra un universo de 89,353 empresas en el Distrito Nacional. Utilizando un nivel de confianza de un 95% y un intervalo de confianza de 10 se calcula el tamaño de la muestra de 96.

Tabla 1 Operacionalización de las variables

Constructos	Indicadores	Preguntas	Tipo	Valores	Racionalización	Puntuación	Resultado
Uso de la Banca Electrónica	utiliza el portal web	El medio más utilizado para realizar pagos en la empresa es el portal web del banco.	Float	Escalonado	1. Ausencia total 2. Ausencia parcial 3. Desconocimiento 4. Presencia parcial 5. presencia total	1= 0 2= 0.25 3= 0.5 4= 0.75 5= 1	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 2 y un máximo de 4.
	Tendencia al cambio	La empresa realiza cada vez menos pagos mediante cheques físicos con relación a los pagos electrónicos.	Float	Escalonado	1. Ausencia total 2. Ausencia parcial 3. Desconocimiento 4. Presencia parcial 5. presencia total	1= 0 2= 0.25 3= 0.5 4= 0.75 5= 1	
	Frecuencia del uso	La mayoría de las diligencias bancarias en la página web y cajeros automáticos frente a visitar sucursales.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	
	Recepción electrónica de Pagos	La empresa ofrece la opción de recibir pagos mediante transferencias electrónicas.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	
Rapidez del servicio	Rapidez de los pagos	Los pagos realizados mediante transferencias electrónicas son más rápidos que emitiendo cheques físicos.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 0 y un máximo de 5.
	Aplicación pagos cheques frente a transferencias	El tiempo de duración para emitir cheques físicos es mayor frente a una transferencia electrónica.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	
	Rapidez de los cobros	La cobranza es más rápida mediante transferencia electrónica frente a recibir cheques físicos.	Int	No=0 Igual=1 Sí=2	0= Ausencia 1=Indistinto 2=Presencia	0= 0 1= 1 2=2	
	Tiempo de realización de las quejas	El tiempo para atender una queja o solicitud es menor cuando se llama o escribe que visitando una sucursal del banco.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	

Constructos	Indicadores	Preguntas	Tipo	Valores	Racionalización	Puntuación	Resultado
Simplicidad de la tarea	Insumo preparación de la conciliación	La empresa prefiere utilizar las imágenes de cheques y estados disponibles en la web para ir preparando la conciliación bancaria que esperar a fin de mes el reporte físico suministrado por el banco.	Float	Escalonado	1. Ausencia total 2. Ausencia parcial 3. Desconocimiento 4. Presencia parcial 5. presencia total	1= 0 2= 0.25 3= 0.5 4= 0.75 5= 1	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 1 y un máximo de 11.
	Facilidad de pagos	Es más fácil pagar nómina utilizando la Página Web del Banco que utilizando efectivo y cheques físicos.	Int	No=0 Igual=1 Sí=2	0= Ausencia 1=Indistinto 2=Presencia	0= 0 1= 1 2=2	
	Pagos a servicios	La empresa utiliza la página web del banco para pagar Servicios y Facturas.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	
	Pagos a Impuestos	La empresa utiliza la página web del banco para realizar pagos de impuestos.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	
	Solicitudes y Quejas	Realizar una solicitud o queja al banco es más fácil por teléfono o la página que visitando una sucursal.	Int	No=0 Igual=1 Sí=2	0= Ausencia 1=Indistinto 2=Presencia	0= 0 1= 1 2=2	
Riesgo	Manejo de efectivo	Pagar a los empleados utilizando efectivo aumenta el riesgo de atracos durante fin de mes y quincena.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 0 y un máximo de 5.
	Fraudes electrónicos	La empresa ha sido víctima de fraudes electrónicos utilizando la Página del Banco.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	
	Recepción de transferencias frente a efectivo	La empresa prefiere recibir dinero mediante transferencias electrónicas que en efectivo.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	

Constructos	Indicadores	Preguntas	Tipo	Valores	Racionalización	Puntuación	Resultado
Riesgo	Recepción de transferencias frente a cheques	La empresa prefiere recibir transferencias electrónicas a cheques físicos.	Int	No=0 Igual=1 Sí=2	0= Ausencia 1=Indistinto 2=Presencia	0= 0 1= 1 2=2	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 0 y un máximo de 5.
	Cobro del servicio	Como consecuencia del uso, paga la empresa cargos o comisiones por los servicios bancarios (página web, cajeros, teléfono).	Int	No=0 Igual=1 Sí=2	0= Ausencia 1=Indistinto 2=Presencia	0= 0 1= 1 2=2	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 0 y un máximo de 5.
Costos	cantidad de mensajeros	Como consecuencia del uso de los servicios disponibles por el banco, ha disminuido la cantidad de mensajeros en la empresa.	Bool	No=0 Igual=1 Sí=2	0= Ausencia 1=Indistinto 2=Presencia	0= 0 1= 1 2=2	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 0 y un máximo de 5.
	Gastos incurridos en procesos tradicionales	Es el gasto de emitir cheques físicos (elaboración de chequera, cartas timbradas, etc.) mayor al de realizar pagos de manera electrónica.	Bool	No=0 Sí=1	0= Ausencia 1=Presencia	0= 0 1= 1	A más alto el valor obtenido se traduce como presencia de la variable. Se asume una puntuación mínima de 0 y un máximo de 5.

Fuente: Elaboración Propia

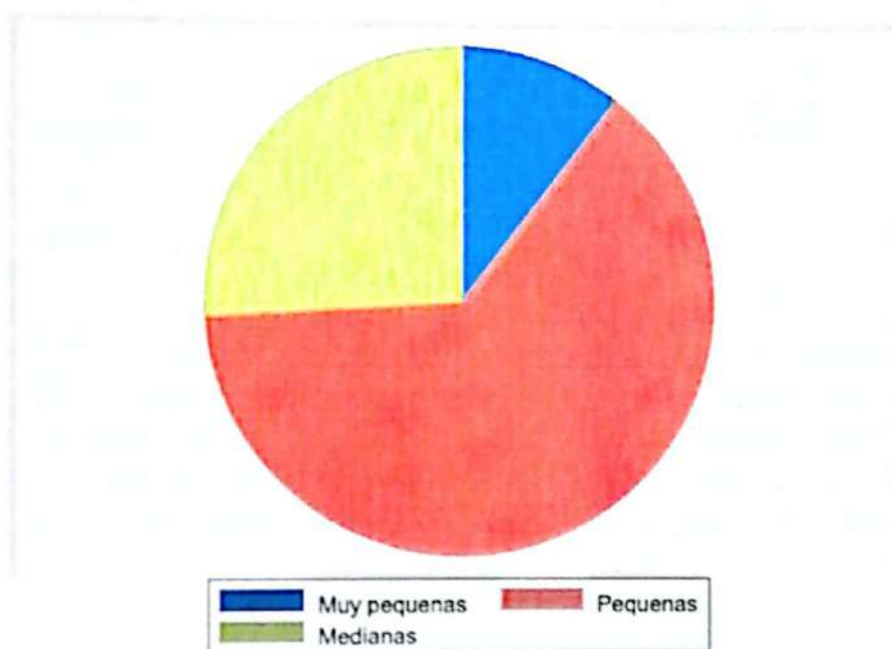
Capítulo III

Presentación de Resultados

Tamaño de la empresa

Rango promedio del número de empleados que laboran en la empresa.

Gráfico 1



Fuente: Elaboración Propia

Tamaño	Freq.	Percent	Cum.
Muy pequeñas	10	10.42	10.42
Pequeñas	61	63.54	73.96
Medianas	25	26.04	100.00
Total	96	100.00	

Tabla 2 Frecuencia cruzada

Tamaño	Uso de la Banca Electrónica					Total
	Nunca	Poco Frec	Frecuente	Muy Frecu	Siempre	
Muy pequeñas	10	0	0	0	0	10
	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	10.42
Pequeñas	0	3	11	34	13	61
	0.00	4.92	18.03	55.74	21.31	100.00
	0.00	100.00	100.00	100.00	34.21	63.54
Medianas	0	0	0	0	25	25
	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00	100.00
	0.00	0.00	0.00	0.00	65.79	26.04
Total	10	3	11	34	38	96
	10.42	3.13	11.46	35.42	39.58	100.00
	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

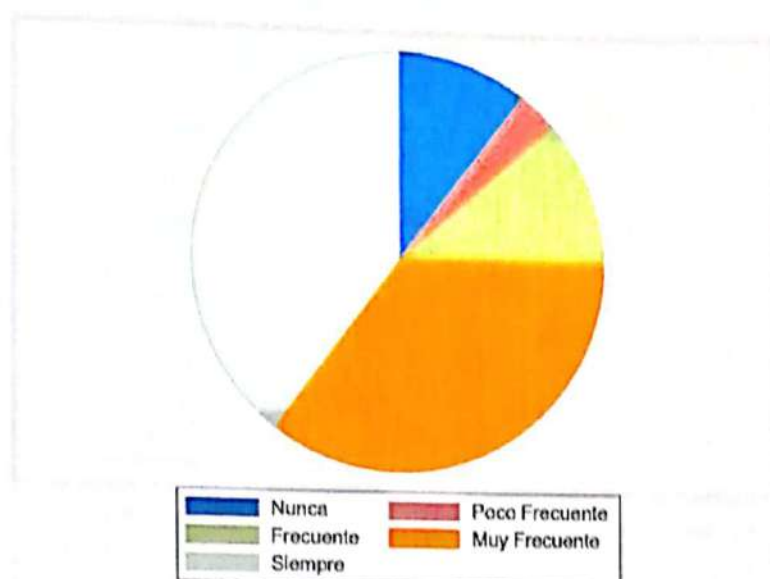
Fuente: Elaboración propia

El 61% de las empresas encuestadas son consideradas pequeñas de acuerdo a la OCDE, esto debido a que cuentan con una cantidad de empleados de entre 20 a 99. El 10% de los encuestados corresponden a empresas muy pequeñas con empleados desde 0 a 19. Un 25% de las empresas son medianas con 100 a 499. Ninguna de las empresas encuestadas señaló que por las características del número de empleados sean consideradas grandes.

Uso de la Banca Electrónica

El medio más utilizado para realizar pagos en la empresa es el portal web del banco.

Gráfico 2



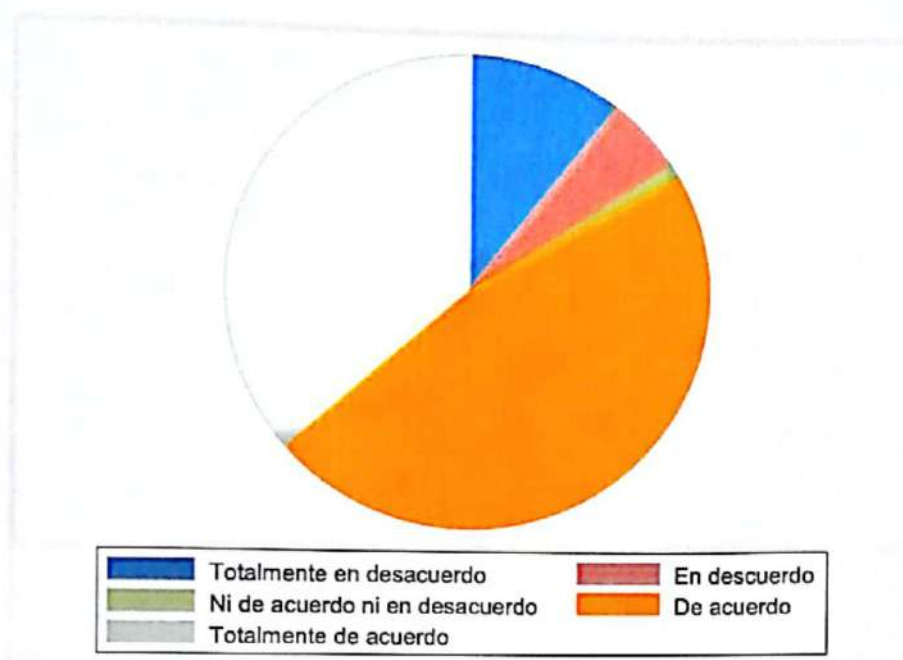
Fuente: Elaboración Propia

Uso de la Banca Electrónica	Freq.	Percent	Cum.
Nunca	10	10.42	10.42
Poco Frecuente	3	3.13	13.54
Frecuente	11	11.46	25.00
Muy Frecuente	34	35.42	60.42
Siempre	38	39.58	100.00
Total	96	100.00	

Del total de las empresas encuestadas solo un 10% dice no utilizar banca electrónica. Un 74% de las encuestadas utilizan Siempre o Muy frecuentemente los servicios de este tipo, dejando solo un 14% de empresas que dicen utilizar de forma frecuente el servicio. Solo un 3% de los encuestados dicen usar poco frecuente la plataforma de banca electrónica de su banco.

La empresa realiza cada vez menos pagos mediante cheques físicos con relación a los pagos electrónicos.

Gráfico 3



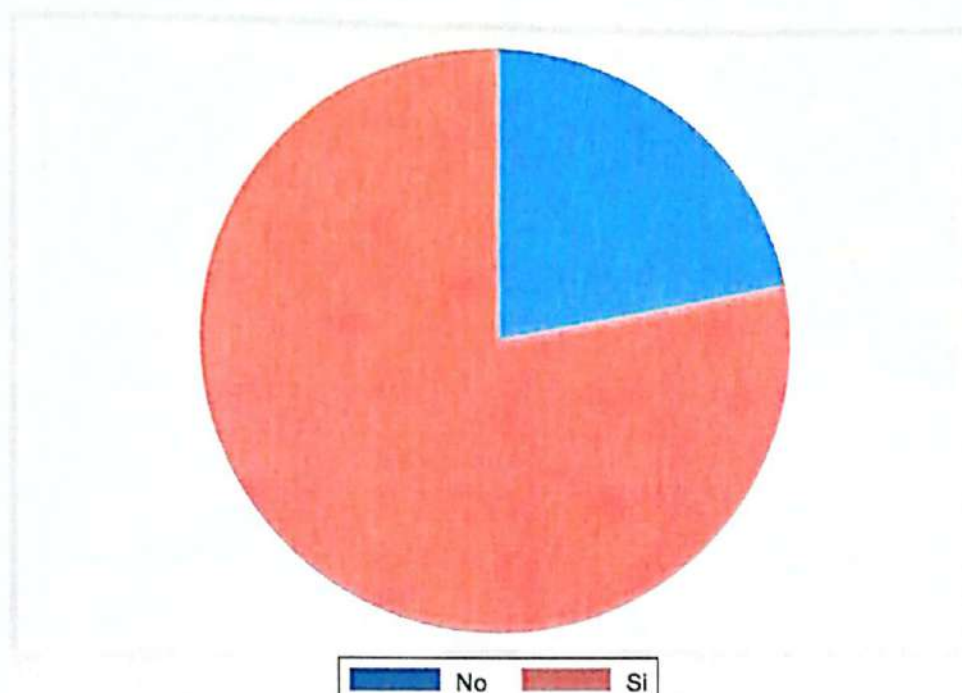
Fuente: Elaboración Propia

Paga con pocos cheques físicos	Freq.	Percent	Cum.
Totalmente en desacuerdo	10	10.42	10.42
En desacuerdo	5	5.21	15.63
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	1.04	16.67
De acuerdo	45	46.88	63.54
Totalmente de acuerdo	35	36.46	100.00
Total	96	100.00	

De las empresas encuestadas 82% están totalmente de acuerdo o de acuerdo con que cada vez más realizan menos pagos con cheques físicos. Un 15% dice estar totalmente en desacuerdo o en desacuerdo con esta tendencia. Solo un 1% se mostró indiferente a la tendencia.

La mayoría de las diligencias bancarias en la página web y cajeros automáticos frente a visitar sucursales.

Gráfico 4



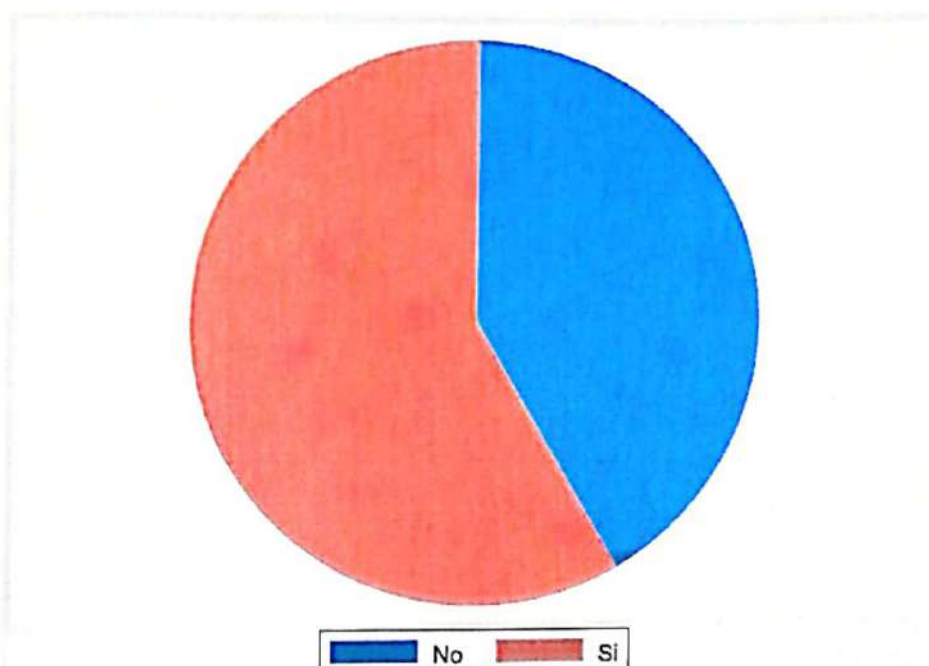
Fuente: Elaboración Propia

Visita a			
sucursales	Freq.	Percent	Cum.
No	21	21.88	21.88
Si	75	78.13	100.00
Total	96	100.00	

El 78% de las empresas encuestadas dicen realizar la mayoría de sus operaciones bancarias a través de los servicios de banca electrónica. Un 21% dice realizar la mayoría de sus operaciones haciendo uso de los servicios de la banca tradicional.

La empresa ofrece la opción de recibir pagos mediante transferencias electrónicas.

Gráfico 5



Fuente: Elaboración Propia

Cobranza |

Electrónica |

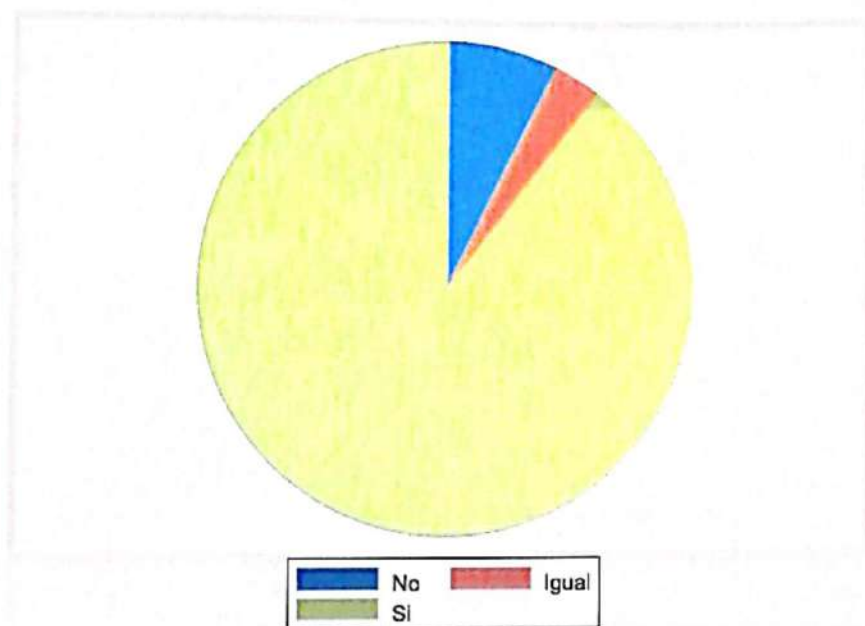
s	Freq.	Percent	Cum.
No	40	41.67	41.67
Si	56	58.33	100.00
Total	96	100.00	

El 58% de las empresas encuestadas dicen hacer cobros y aceptar pagos electrónicos. El 41% de estas no acepta pagos de sus clientes mediante transferencias electrónicas.

Rapidez del servicio

Los pagos realizados mediante transferencias electrónicas son más rápidos que emitiendo cheques físicos.

Gráfico 6



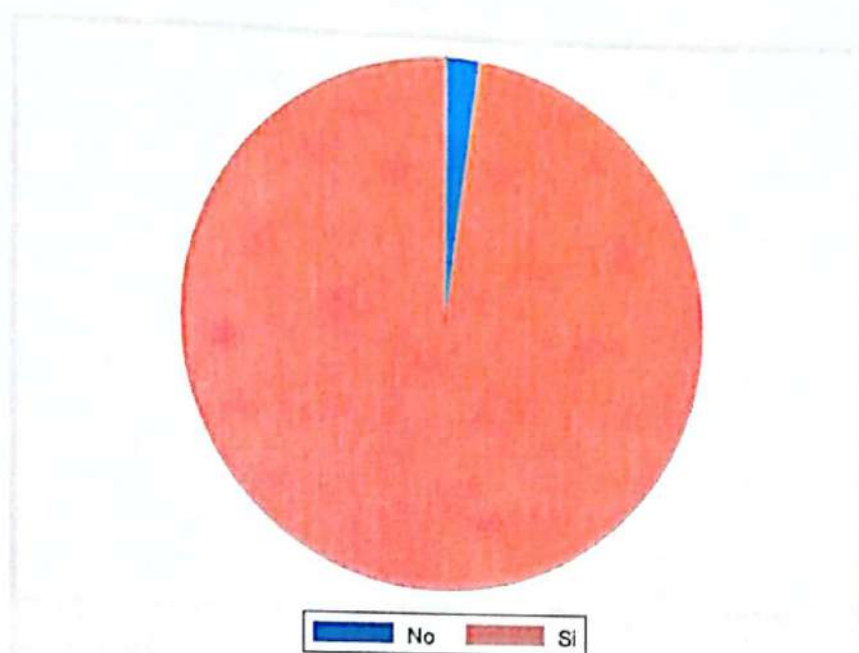
Fuente: Elaboración Propia

Pagos más rápidos	Freq.	Percent	Cum.
No	7	7.29	7.29
Igual	3	3.13	10.42
Si	86	89.58	100.00
Total	96	100.00	

El 89% de las empresas encuestadas dicen percibir que los pagos realizados mediante transferencias electrónicas son más rápidos. Un 3% de estas dicen no ver diferencias y un 7% dicen que no son más rápidos.

El tiempo de duración para emitir cheques físicos es mayor frente a una transferencia electrónica.

Gráfico 7



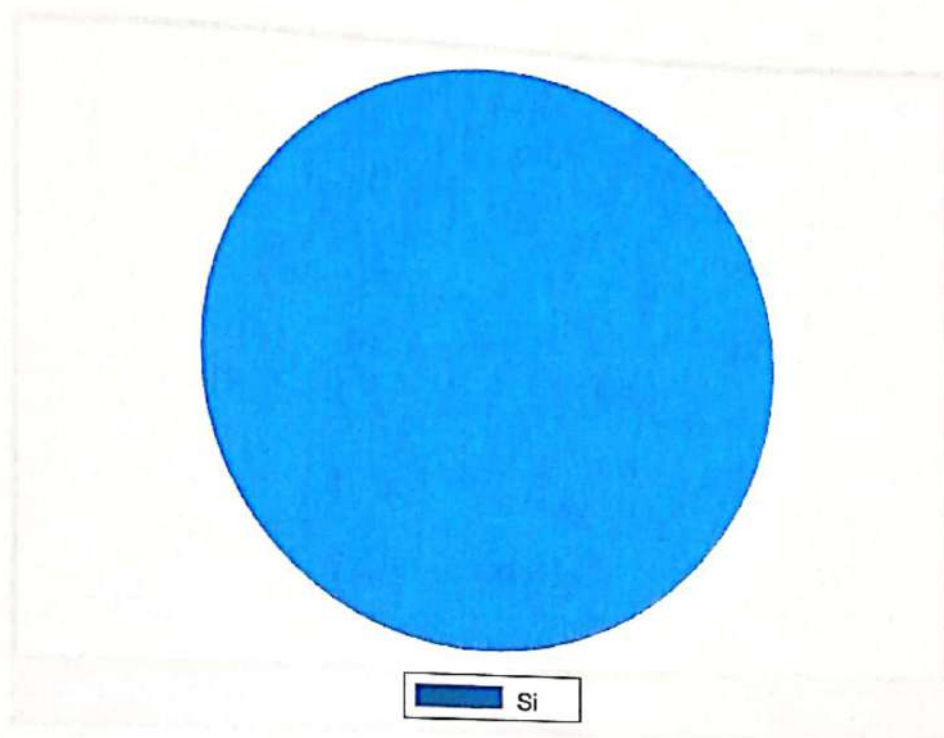
Fuente: Elaboración Propia

Duración				
Cheques es				
Mayor		Freq.	Percent	Cum.
No		2	2.08	2.08
Sí		94	97.92	100.00
Total		96	100.00	

El 97% de las empresas encuestadas afirman que la duración para emitir cheques físicos es mayor que el tiempo que se toma para realizar una transferencia electrónica. Solo el 2% no estuvo de acuerdo con esta idea.

La cobranza es más rápida mediante transferencia electrónica frente a recibir cheques físicos.

Gráfico 8



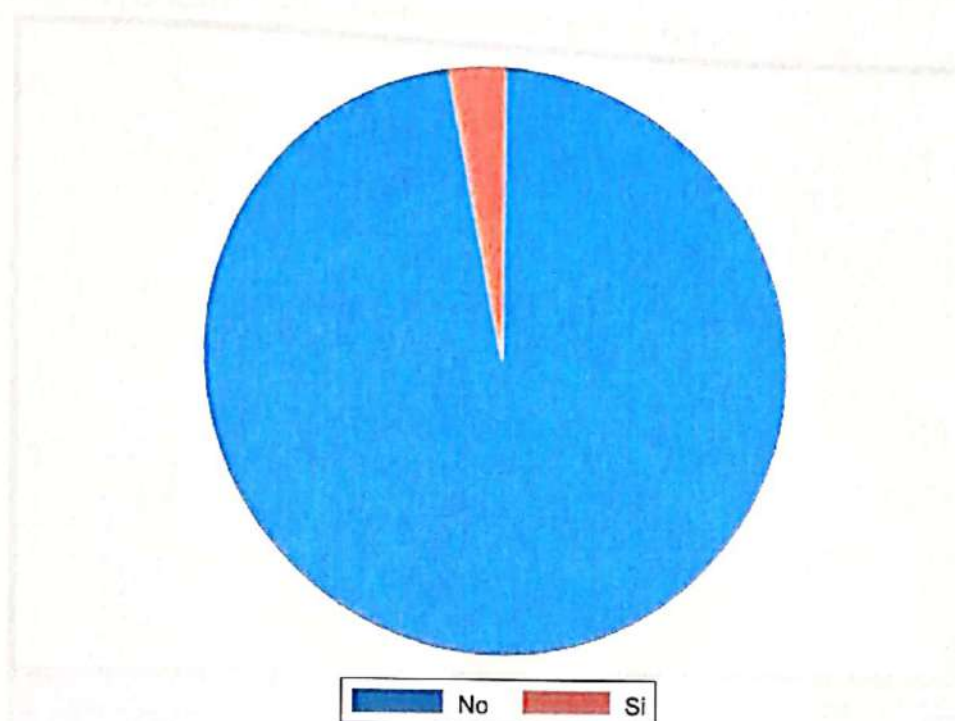
Fuente: Elaboración Propia

Cobros más			
rápidos	Freq.	Percent	Cum.
Si	96	100.00	100.00
Total	96	100.00	

El 100% de las empresas encuestadas admiten que la recepción de pagos por transferencia electrónica es más rápida que la recepción de cheques físicos.

El tiempo para atender una queja o solicitud es menor cuando se llama o escribe que visitando una sucursal del banco.

Gráfico 9



Fuente: Elaboración Propia

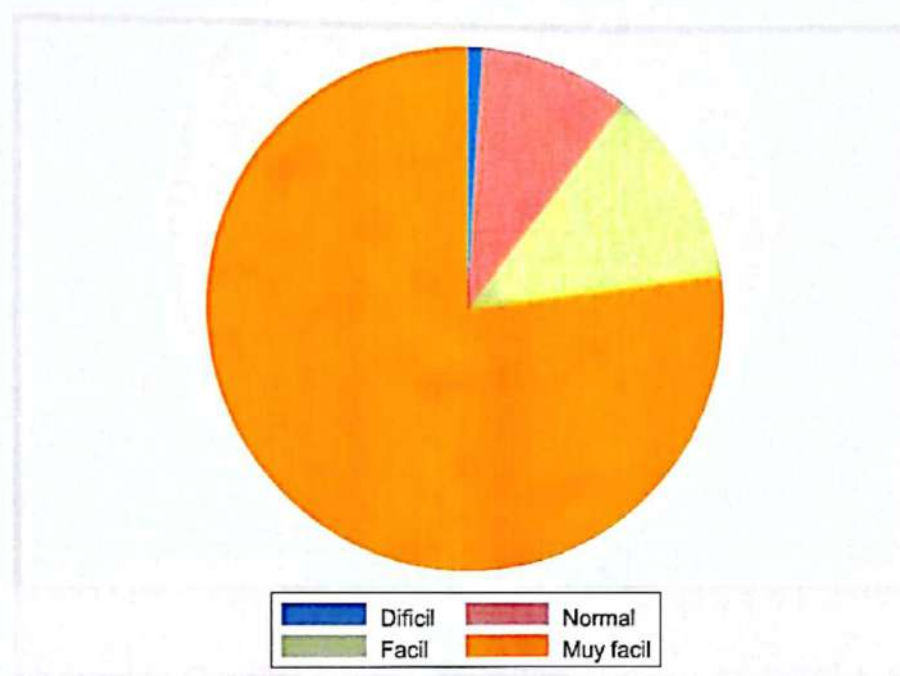
Tiempo			
Solicitudes			
y quejas	Freq.	Percent	Cum.
No	93	96.88	96.88
Si	3	3.13	100.00
Total	96	100.00	

El 96% de las empresas dicen que las quejas o solicitudes hechas por un servicio de banca electrónica son atendidas en menor tiempo que las hechas en una sucursal del banco. Solo un 3% de las empresas dicen que las sucursales atienden más rápido las quejas o solicitudes.

Simplicidad de la tarea

La empresa prefiere utilizar las imágenes de cheques y estados disponibles en la web para ir preparando la conciliación bancaria que esperar a fin de mes el reporte físico suministrado por el banco.

Gráfico 10



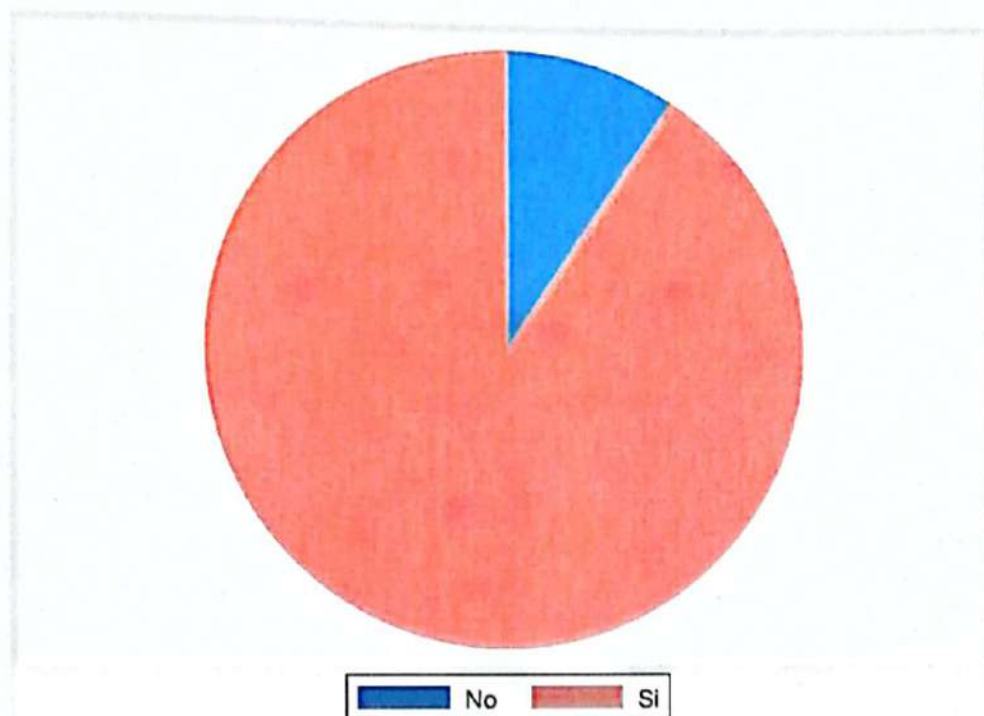
Fuente: Elaboración Propia

Conciliación bancaria	Freq.	Percent	Cum.
En desacuerdo	1	1.04	1.04
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	9.38	10.42
De acuerdo	12	12.50	22.92
Totalmente de acuerdo	74	77.08	100.00
Total	96	100.00	

El 89% de las empresas dice estar totalmente de acuerdo o de acuerdo con preferir utilizar imágenes de cheques y estados disponibles en la web para la preparación de su conciliación bancaria. Un 1% dice estar en desacuerdo y un 9% dice no estar ni en desacuerdo ni de acuerdo.

Es más fácil pagar nómina utilizando la Página Web del Banco que utilizando efectivo y cheques físicos.

Gráfico 11



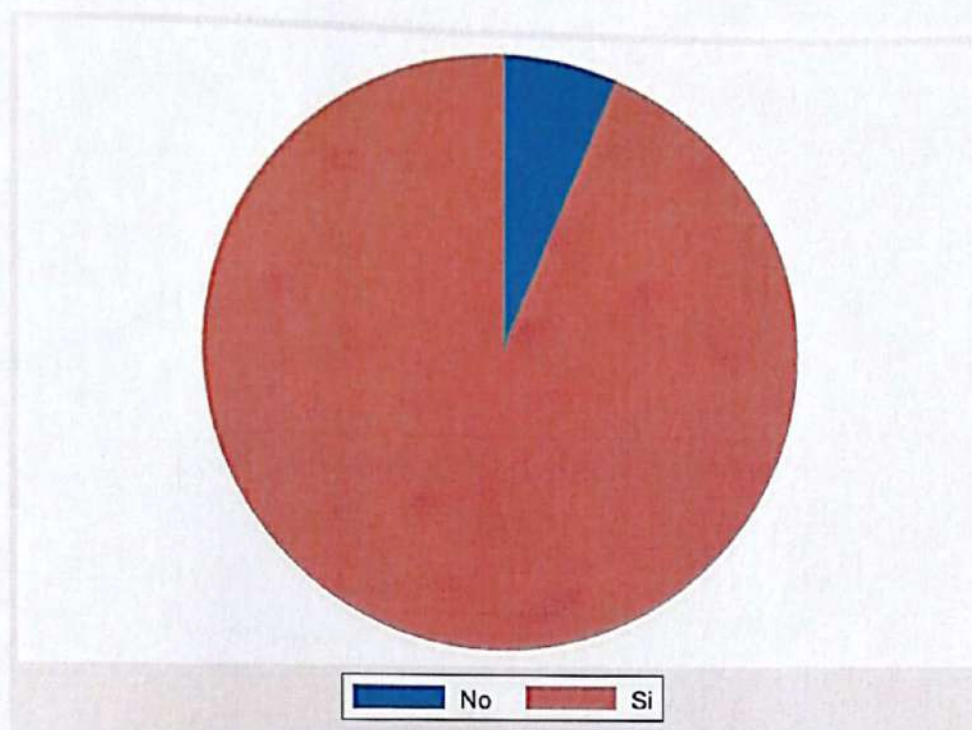
Fuente: Elaboración Propia

Pago a			
nómina	Freq.	Percent	Cum.
No	9	9.38	9.38
Si	87	90.63	100.00
Total	96	100.00	

El 90% de las empresas encuestadas dicen que es más fácil hacer los pagos de nómina utilizando la página web del banco. Un 9% de las empresas dicen que no es más fácil.

La empresa utiliza la página web del banco para pagar Servicios y Facturas.

Gráfico 12



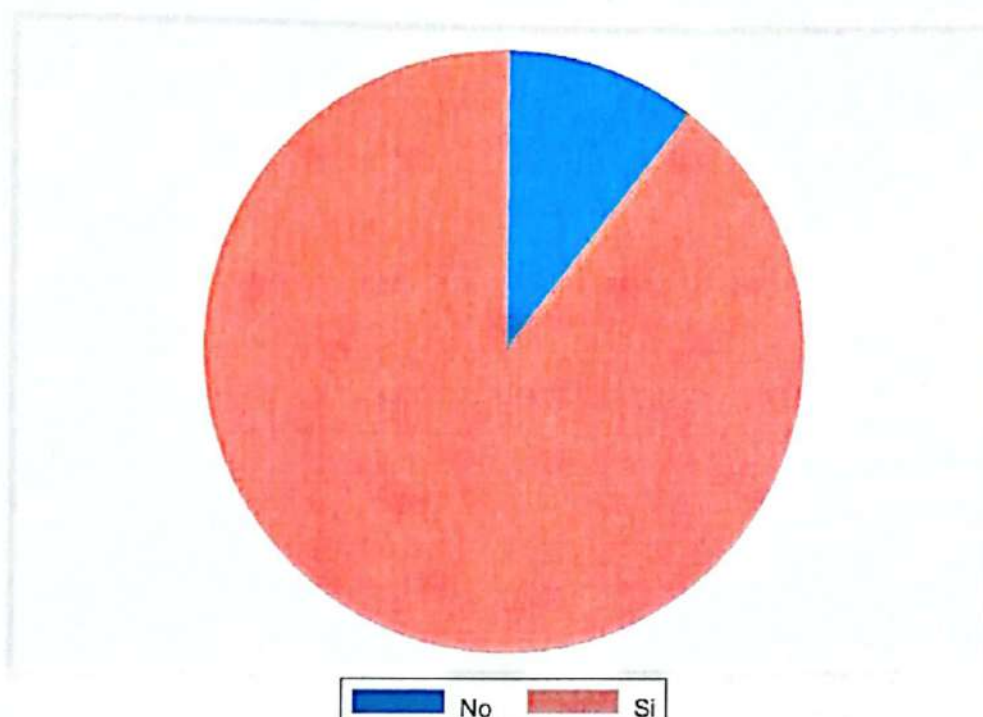
Fuente: Elaboración Propia

Servicios y			
Facturas	Freq.	Percent	Cum.
No	6	6.25	6.25
Si	90	93.75	100.00
Total	96	100.00	

El 93% de las empresas dice utilizar la página web del banco para pagar servicios y facturas. Solo un 6% dice no utilizar este medio para estos fines.

La empresa utiliza la página web del banco para realizar pagos de impuestos.

Gráfico 13



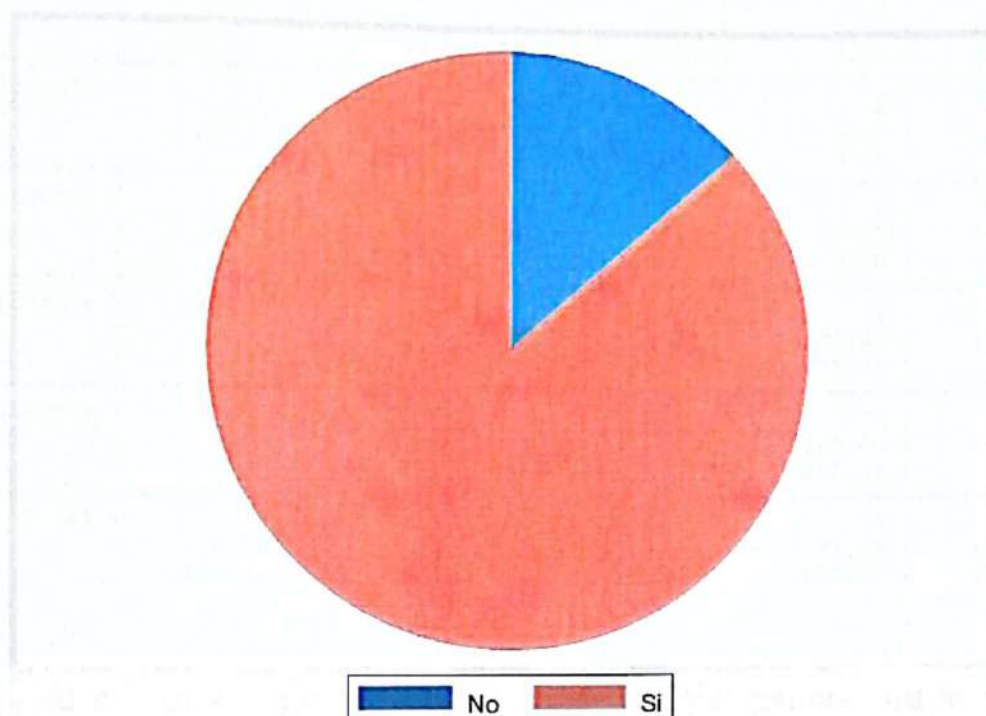
Fuente: Elaboración Propia

Pagos de			
Impuestos	Freq.	Percent	Cum.
No	10	10.42	10.42
Si	86	89.58	100.00
Total	96	100.00	

El 89% de las empresas encuestadas dicen que utilizan la página web del banco para realizar pagos de impuestos. Un 10% de estas dicen no utilizar la página para realizar este tipo de operación.

Realizar una solicitud o queja al banco es más fácil por teléfono o la página que visitando una sucursal.

Gráfico 14



Fuente: Elaboración Propia

Quejas y Solicitudes			
	Freq.	Percent	Cum.
No	13	13.54	13.54
Si	83	86.46	100.00
Total	96	100.00	

El 86% de las empresas dice que realizar solicitudes o quejas al banco por teléfono o por la página web es más fácil que visitando una sucursal. El 13% dice que no es más fácil hacer estos trámites por teléfono o la página.

Tabla 3 Frecuencia cruzada

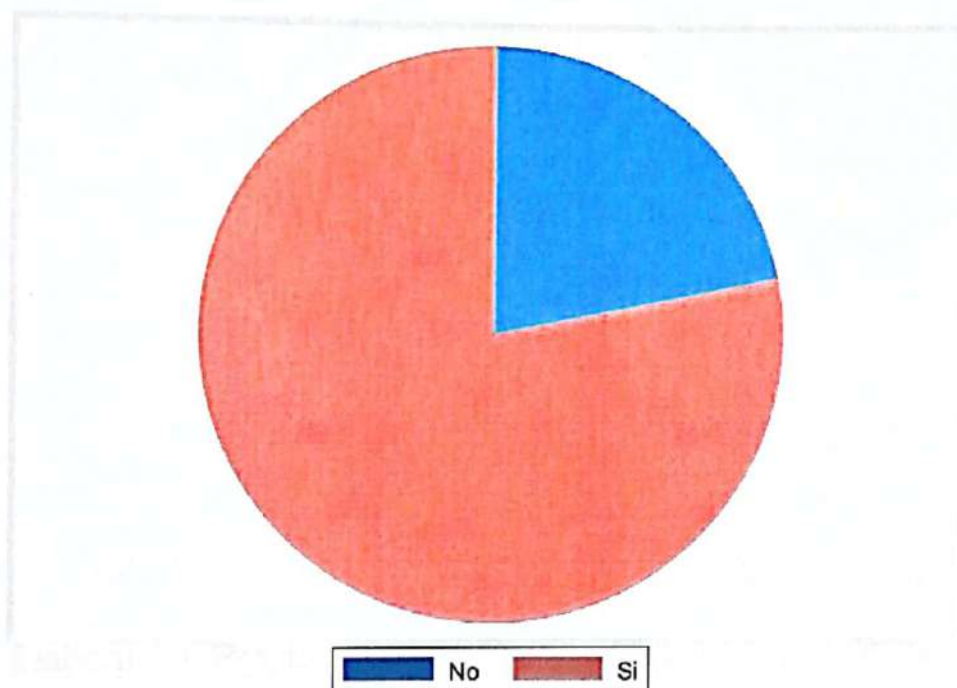
Uso de la Banca Electrónica	Simplicidad de la tarea					Total
	Muy difícil	Difícil	Normal	Fácil	Muy fácil	
Nunca	6 60.00 100.00	3 30.00 100.00	1 10.00 100.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	10 100.00 10.42
Poco Frecuente	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	3 100.00 25.00	0 0.00 0.00	3 100.00 3.13
Frecuente	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	9 81.82 75.00	2 18.18 2.70	11 100.00 11.46
Muy Frecuente	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	34 100.00 45.95	34 100.00 35.42
Siempre	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	38 100.00 51.35	38 100.00 39.58
Total	6 6.25 100.00	3 3.13 100.00	1 1.04 100.00	12 12.50 100.00	74 77.08 100.00	96 100.00 100.00

Al cruzar los datos obtenidos por el total general de la variable simplicidad de la tarea se visualiza que los usuarios que presentan dificultades para el uso son los que nunca la utilizan.

Riesgo

Pagar a los empleados utilizando efectivo aumenta el riesgo de atracos durante fin de mes y quincena.

Gráfico 15



Fuente: Elaboración Propia

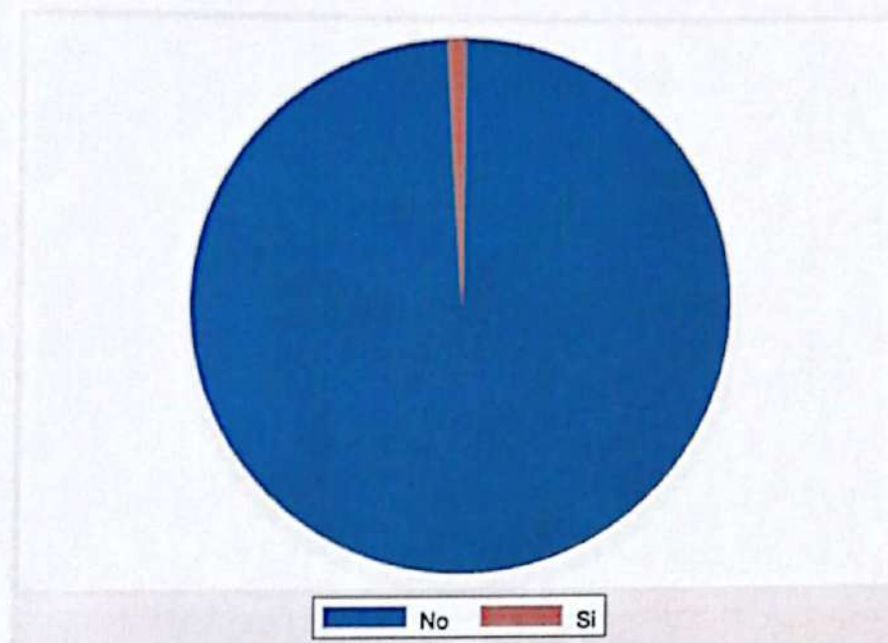
Riesgo uso |

efectivo	Freq.	Percent	Cum.
No	21	21.88	21.88
Si	75	78.13	100.00
Total	96	100.00	

El 78% de las empresas encuestadas dicen que pagar a los empleados usando efectivo incrementa el riesgo de atraco durante fines de mes y quincena. 20% de las empresas dicen que no aumenta el riesgo.

La empresa ha sido víctima de fraudes electrónicos utilizando la Página del Banco.

Gráfico 16



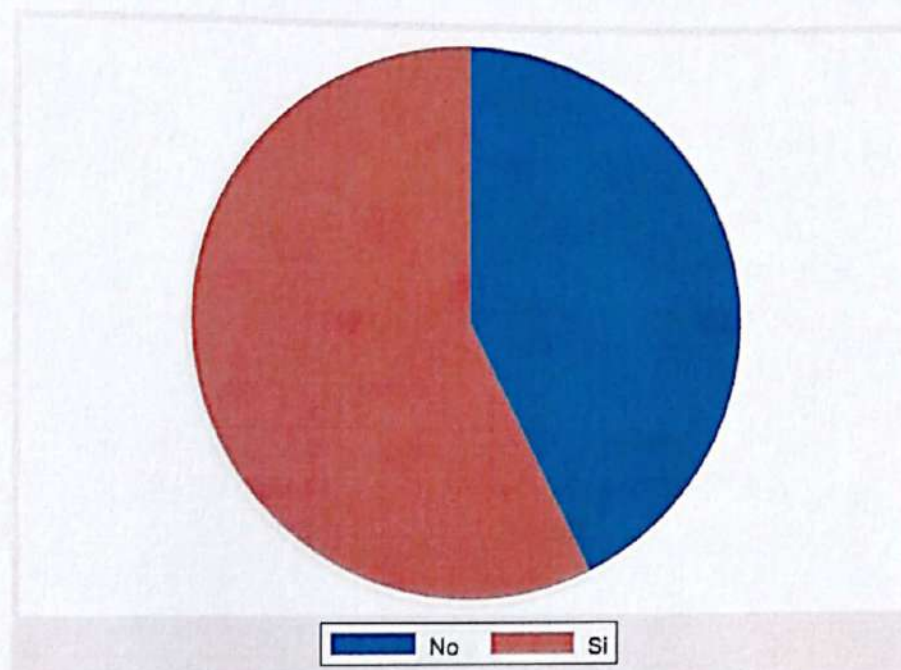
Fuente: Elaboración Propia

Víctima de			
Fraudes			
Electrónico			
s	Freq.	Percent	Cum.
-----+			
No	95	98.96	98.96
Si	1	1.04	100.00
-----+			
Total	96	100.00	

El 98% de las empresas dicen no haber sido víctimas de fraudes electrónicos usando la página web. El 1% de las mismas dice haber sido víctima de fraude.

La empresa prefiere recibir dinero mediante transferencias electrónicas que en efectivo.

Gráfico 17



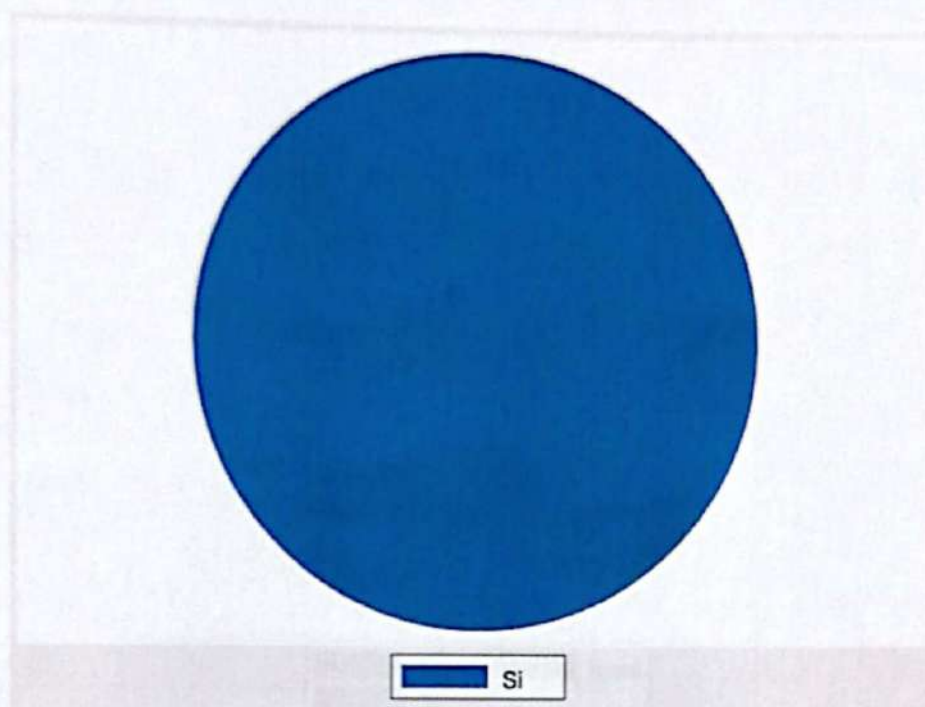
Fuente: Elaboración Propia

Recepción electrónica frente a efectivo	Freq.	Percent	Cum.
No	41	42.71	42.71
Si	55	57.29	100.00
Total	96	100.00	

El 57% de las empresas encuestadas prefiere recibir transferencias electrónicas a recibir efectivo. Un 41% de las empresas prefiere recibir pagos en efectivo a transferencias electrónicas.

La empresa prefiere recibir transferencias electrónicas a cheques físicos.

Gráfico 18



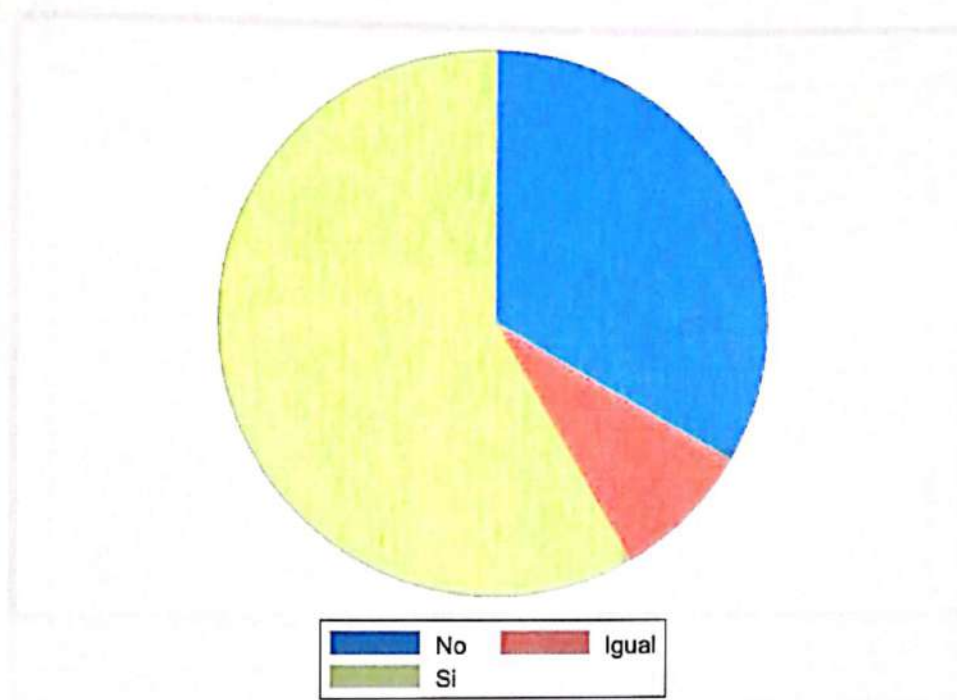
Fuente: Elaboración Propia

Recepción			
electrónica			
frente a			
cheques			
físicos			
	Freq.	Percent	Cum.
-----+-----			
Si	96	100.00	100.00
-----+-----			
Total	96	100.00	

El 100% de las empresas prefiere recibir transferencias electrónicas a recibir cheques.

Como consecuencia del uso, paga la empresa cargos o comisiones por los servicios bancarios (página web, cajeros, teléfono).

Gráfico 19



Fuente: Elaboración Propia

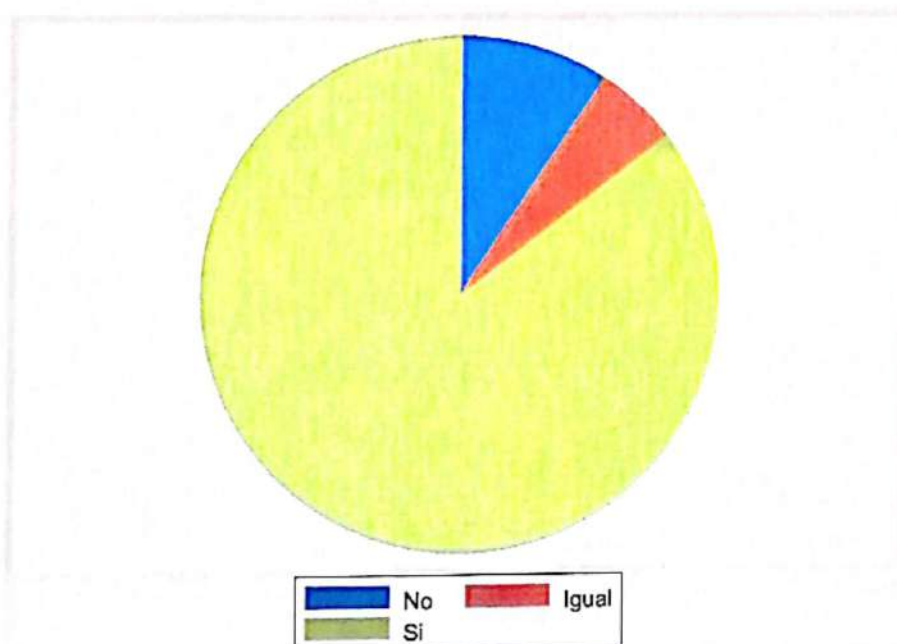
Cobro Servicio BE	Freq.	Percent	Cum.
No	32	33.33	33.33
Igual	8	8.33	41.67
Si	56	58.33	100.00
Total	96	100.00	

El 58% de las empresas encuestadas paga comisiones por el uso de servicios de banca electrónica. Un 33% dice no pagar comisiones y un 8% dice que paga iguales comisiones por el uso de estos servicios.

Costos asociados al servicio

Como consecuencia del uso de los servicios disponibles por el banco, ha disminuido la cantidad de mensajeros en la empresa.

Gráfico 20



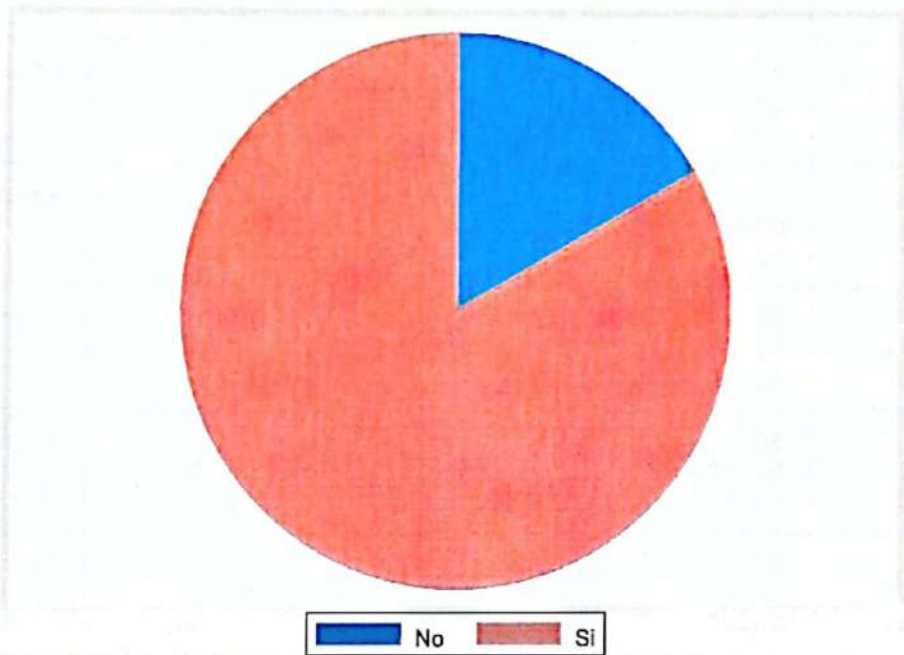
Fuente: Elaboración Propia

Menos			
Mensajeros	Freq.	Percent	Cum.
No	9	9.38	9.38
Igual	5	5.21	14.58
Si	82	85.42	100.00
Total	96	100.00	

El 85% de las empresas encuestadas dicen haber tenido una disminución en la cantidad de mensajeros en la empresa como consecuencia del uso de servicios de banca electrónica. Un 9% de las encuestadas dicen no haber tenido disminución y un 5% dicen mantener la misma cantidad de mensajeros.

Es el gasto de emitir cheques físicos (elaboración de chequera, cartas timbradas, etc.) mayor al de realizar pagos de manera electrónica.

Gráfico 21



Fuente: Elaboración Propia

Gastos			
Emisión de			
Chequera	Freq.	Percent	Cum.
No	16	16.67	16.67
Si	80	83.33	100.00
Total	96	100.00	

El 83% de las empresas dicen que el gasto de emitir cheques es mayor al de realizar pagos de manera electrónica. Un 16% dicen que el gasto de emitir cheques no es menor.

Tabla 4 Frecuencia cruzada

Uso de la Banca Electrónica	Costos				Total
	Sin costo	Bajo cost	Costo Int	Alto cost	
Nunca	9 90.00 100.00	1 10.00 14.29	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	10 100.00 10.42
Poco Frecuente	0 0.00 0.00	3 100.00 42.86	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	3 100.00 3.13
Frecuente	0 0.00 0.00	3 27.27 42.86	8 72.73 33.33	0 0.00 0.00	11 100.00 11.46
Muy Frecuente	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	16 47.06 66.67	18 52.94 32.14	34 100.00 35.42
Siempre	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	0 0.00 0.00	38 100.00 67.86	38 100.00 39.58
Total	9 9.38 100.00	7 7.29 100.00	24 25.00 100.00	56 58.33 100.00	96 100.00 100.00

Fuente: Elaboración Propia

Al relacionar el uso con el resultado general del constructo costo se evidencia que los que la utilizan se encuentran el servicio electrónico costoso. Sin embargo, estuvieron de acuerdo que son mayores los gastos relacionados a las emisiones de cheques físicos, cartas timbradas y demás requisitos necesarios para autorizar pagos en la banca tradicional frente a la electrónica.

Tabla 5 Correlación de las variables

	usobeInt	simplici~t	riesgo	costo	rapidez
usobeInt	1.0000				
simplicida~t	0.8759	1.0000			
Riesgo	0.8651	0.7203	1.0000		
Costo	0.9248	0.8778	0.9078	1.0000	
Rapidez	0.3322	0.3529	0.3100	0.3169	1.0000

Fuente: Elaboración Propia

La variable "uso de la banca electrónica", la cual será utilizada en el modelo como dependiente, posee una correlación alta al cruzarla con las variables de simplicidad de la tarea, riesgo y costo. Para la variable "rapidez" con "uso de la banca electrónica" posee una relación no tan marcada pero tampoco muy baja (0.33). La relación riesgo y rapidez poseen la menor correlación de todas las variables estudiadas, sin embargo este valor continua siendo significativo (0.31).

Conclusión

Utilizando los datos obtenidos mediante los mecanismos de recolección para medir las distintas variables explicativas de cada constructo se ha elaborado un modelo de regresión lineal en donde se busca medir el nivel de significancia de cada variable y poder determinar si crea valor para la empresa el uso de la Banca Electrónica con relación a la Banca Tradicional con el objetivo de dar respuesta a nuestra problemática principal.

Modelo explicativo

Para la regresión lineal fue utilizada por variable dependiente el "uso de la banca electrónica" y por variables independientes del modelo "la rapidez", "la simplificación de la tarea", "el riesgo", y los "costos asociados".

Tabla 6 Modelo

Source	SS	df	MS	Number of obs = 96		
Model	137.812809	5	27.5625619	F(5, 90)	=	200.97
Residual	12.3434406	90	.13714934	Prob > F	=	0.0000
				R-squared	=	0.9178
				Adj R-squared	=	0.9132
Total	150.15625	95	1.58059211	Root MSE	=	.37034

usobeInt	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
rapidez	-.1908025	.1825866	-1.04	0.299	-.5535427	.1719377
simplicidadInt	.3791089	.0798334	4.75	0.000	.2205059	.5377118
costo	.2372649	.1499551	1.58	0.117	-.0606471	.5351769
riesgo	.4504236	.1183923	3.80	0.000	.2152166	.6856306
tamao	.5583973	.0976046	5.72	0.000	.3644887	.7523058
_cons	-.0495486	.5158726	-0.10	0.924	-1.07442	.9753224

Fuente: Elaboración Propia

Al correr el modelo obtenemos altos valores de R cuadrada y R cuadrada ajustada por lo que determinamos que el mismo es aceptable. Fueron utilizadas todas las variables sin excluir ninguna, aun cuando rapidez y costo poseen valores en "P> |t|" que a primera instancia entenderíamos no contribuyen al modelo, sin embargo mejoran el valor de la R cuadrada ajustada por lo cual se convierten en significativas para la finalidad de la investigación.

Ahora bien, al analizar el modelo y los resultados de la regresión en conjunto con lo evidenciado durante el desglose de la estadística descriptiva obtenida mediante el estudio de campo, se evidencia que dado el uso de la banca electrónica las empresas estudiadas crean valor en función de los distintos constructos medidos.

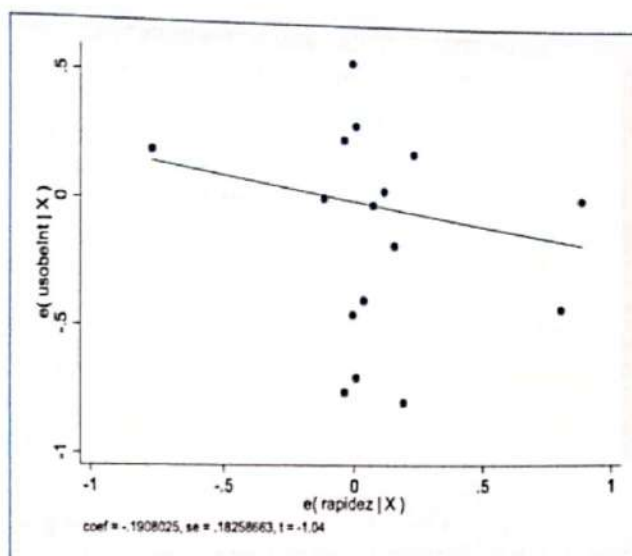
Clasificación de las empresas

El objetivo principal de medir la variable "Tamaño" durante el estudio fue comprender si existe relación o diversidad entre las respuestas obtenidas por distintos grupos de empresas encuestadas. Si bien es cierto que todas las empresas encuestadas se encuentran en el territorio especificado como delimitante, también es cierto que no todas cuentan con la misma realidad y por ello sus requerimientos financieros no necesariamente son los mismos.

La mayoría de las empresas encuestadas se encuentran clasificadas como pequeñas y mediana. Las mismas afirmaron utilizar los distintos servicios ofrecidos por las entidades financieras mediante la banca electrónica. Se visualizó un pequeño sesgo en las empresas muy pequeñas las cuales afirmaron utilizar con menor frecuencia estos medios o no utilizarlos en lo absoluto. Lo evidenciado nos puede llevar a las siguientes conclusiones incentivo para ellos utilizarlas.

Rapidez del servicio

Gráfico 22



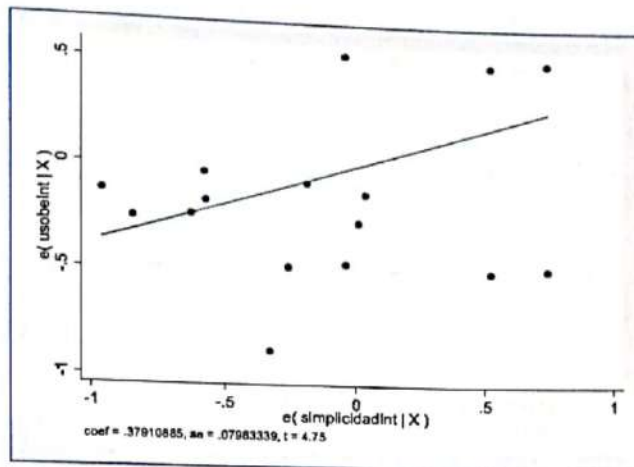
Fuente: Elaboración Propia

Al evaluar la variable rapidez, en seguimiento con lo evidenciado en la correlación de las variables se visualiza que para el uso de la banca electrónica, presentado como el eje Y de la gráfica, la variable rapidez, en el eje X, adopta un comportamiento con pendiente negativa en el modelo.

Al revisar los resultados de la estadística descriptiva podemos ver que los encuestados definieron los servicios de banca electrónica como más rápidos frente a las demás alternativas ofrecidas por la banca tradicional. Esto se evidencia en los reglones medidos en la encuesta donde la percepción de la rapidez para transacciones de pagos de nóminas, cobros, transferencias y atención de solicitudes y quejas es mayor que por vías de banca tradicional.

Simplicidad de la tarea

Gráfico 23



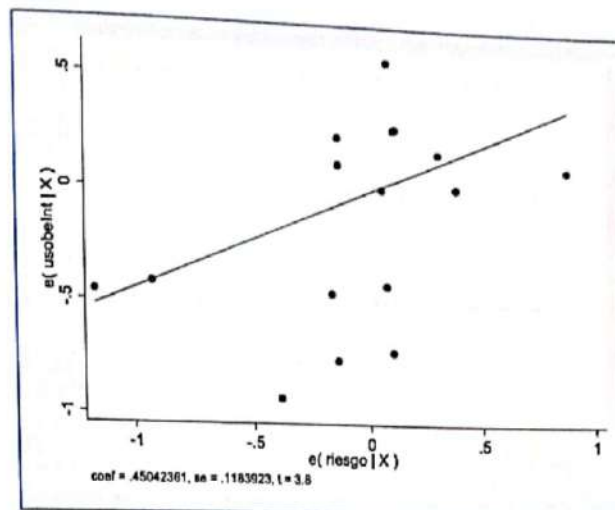
Fuente: Elaboración Propia

La simplicidad de la tarea posee un comportamiento positivo con respecto al uso. Los encuestados indicaron en su mayoría que las tareas de conciliación bancaria, pagos, pagos de servicios e impuestos y reporte de quejas o solicitudes por la banca electrónica es más simple que las mismas operaciones hechas por los medios de la banca tradicional.

Encontramos que los usuarios que dicen no utilizar la banca electrónica se encuentran la utilización de la misma difícil o muy difícil, esto pudiera darnos indicios de que la simplicidad de uso es un factor de mucho peso en la utilización de esta. Sin embargo, se requiere de un estudio más profundo ya que esto solo es una asunción dados los resultados evidenciados.

Riesgo

Gráfico 24

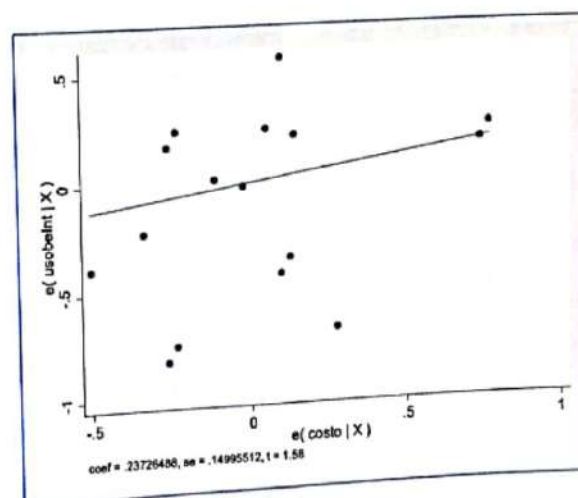


Fuente: Elaboración Propia

Determinamos que las operaciones de banca electrónica son de menor riesgo para las empresas ya que solo una de las empresas dijo ser víctima de fraudes electrónicos. Además, la mayoría desfavoreció las opciones de manejo de efectivo y cheques frente a las opciones de transferencia electrónica diciendo que estas eran más riesgosas.

Costo

Gráfico 25



Fuente: Elaboración Propia

Vemos que la mayoría de las empresas reportan que el costo de la banca electrónica es alto, pero reconocen que los gastos incurridos en procesos tradicionales son mayores que la manera electrónica de realizar los mismos. También reportaron que el uso de la banca electrónica en su mayoría género una menor necesidad de mensajeros en la empresa lo que se traduce en menor costo de nómina.

A raíz del estudio y análisis de los datos recolectados podemos afirmar que las empresas crean valor mediante los siguientes factores:

- La rapidez de los pagos realizados
- La rapidez de la cobranza
- La simplificación de la realización de conciliación bancaria
- La sencillez de la tarea de realizar pagos de nómina
- El riesgo de utilizar efectivo para realizar pagos
- Los gastos incurridos en emitir chequeras, cartas timbradas y selladas para la autorización de pagos.

Esto a su vez se traduce en ahorro de tiempo para visitar sucursales evitando desplazamiento de empleados, en su mayoría mensajeros y tiempo en filas. Conveniencia por la disponibilidad de información dado el acceso a servicios bancarios en cualquier momento y desde cualquier lugar, simplificación de tareas mediante el fácil acceso a informaciones y la comunicación directa con el Banco, seguridad traducido en minimización del manejo de efectivo, evitando fraudes de cheques y un mayor control.

Bibliografía

- Angelakopoulos, G., & Mihiotis, A. (2011). E-banking: challenges and opportunities in the Greek banking sector. *Electronic Commerce Research*, 11(3), 297-319.
- Casey, A. J., & Simon-Kerr, J. (2015). A SIMPLE THEORY OF COMPLEX VALUATION. *Michigan Law Review*, 113(7), 1175-1218.
- Ciciretti, R., Hasan, I., & Zazzara, C. (2009). Do Internet Activities Add Value? Evidence from the Traditional Banks. *Journal of Financial Services Research*, 35(1), 81-98. doi: 10.1007/s10693-008-0039-2
- DeYoung, R. (2005). The Performance of Internet-Based Business Models: Evidence from the Banking Industry*. *The Journal of Business*, 78(3), 893-948.
- Durán-Vézquez, R., Lorenzo-Valdés, A., & Castillo-Ramírez, C. E. (2014). Effectiveness of corporate finance valuation methods: Piotroski score in an Ohlson model: the case of Mexico. *Efectividad de los métodos de valuación en finanzas corporativas: calificación de Piotroski en un modelo de Ohlson: el caso de México.*, 19(37), 104-107. doi: 10.1016/j.jefas.2014.04.003
- Edvinsson, L., & Malone, M. (1999). El capital intelectual: cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa.
- Erosa, V. E., & Arroyo, P. E. (2007). *Administración de la tecnología: nueva fuente de creación de valor para las organizaciones*: Limusa.
- Evans, M. E., Hodder, L., & Hopkins, P. E. (2014). The Predictive Ability of Fair Values for Future Financial Performance of Commercial Banks and the Relation of Predictive Ability to Banks' Share Prices. *Contemporary Accounting Research*, 31(1), 13-44. doi: 10.1111/1911-3846.12028
- Fiordelisi, F. (2007). Shareholder value efficiency in European banking. *Journal of Banking & Finance*, 31(7), 2151-2171.
- Fiordelisi, F., & Molyneux, P. (2010). The determinants of shareholder value in European banking. *Journal of Banking & Finance*, 34(6), 1189-1200.
- Friedman, M. (2007). Exploiting the Power of Publicity. *ABA Bank Marketing*, 39(5), 34-37.

- Han, L. (2008). Bricks vs clicks: entrepreneurial online banking behaviour and relationship banking. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 14(1), 47-60. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/13552550810852820>
- Hayes, B. E. (1995). *Cómo medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios*: Gestión 2000.
- Heinonen, K. (2007). Conceptualising online banking service value. *Journal of Financial Services Marketing*, 12(1), 39-52. doi: 10.1057/palgrave.fsm.4760056
- Hitczenko, M. (2013). Modeling Anchoring Effects in Sequential Likert Scale Questions. *Research Review*(20), 51-53.
- Jinliang, X. (2013). Comparing Valuation Methods for Historic Properties in China and the United States. *Appraisal Journal*, 81(3), 206-211.
- Jorion, P. (1999). *Valor en riesgo*: Limusa.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1995). Putting the balanced scorecard to work. *Performance measurement, management, and appraisal sourcebook*, 66.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *The balanced scorecard: translating strategy into action*: Harvard Business Press.
- Kirschenmann, K., & Norden, L. (2012). The Relationship between Borrower Risk and Loan Maturity in Small Business Lending. *Journal of Business Finance & Accounting*, 39(5/6), 730-757. doi: 10.1111/j.1468-5957.2012.02285.x
- Lantz, B. (2013). Equidistance of Likert-Type Scales and Validation of Inferential Methods Using Experiments and Simulations. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 11(1), 16-28.
- Mandle, R. I., Park, H., Orenbuch, M. A., & Zimmerman, K. (1996). Creating Value in Banking: The Next Steps. *Black Book - Creating Value in Banking: The Next Steps*, 1-40.
- Martínez, J. H. (2008). LA CALIDAD EN EL SERVICIO PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE. *Revista Unisangil Empresarial*(2).
- Modigliani, F., & Miller, M. H. (2009). The Cost of Capital, Corporation Finance and the Theory of Investment. In H. R. Vane & C. Mulhearn (Eds.), *Harry M. Markowitz, Merton H. Miller, William F. Sharpe, Robert C. Merton and Myrin S. Scholes* (pp. 61-97): Elgar Reference Collection. Pioneering Papers of the

- Nobel Memorial Laureates in Economics, vol. 2. Cheltenham, U.K. and Northampton, Mass.: Elgar. (Reprinted from: [1958]).
- Nandi, K. C. (2011). Performance Measures: An Application of Value Added Statement. *IUP Journal of Operations Management*, 10(3), 39-61.
- Nguyen, D. D. L., Hagendorff, J., & Eshraghi, A. (2014). Which Executive Characteristics Create Value in Banking? Evidence from Appointment Announcements. *Corporate Governance: An International Review*.
- Porter, M. E. (2008). THE FIVE COMPETITIVE FORCES THAT SHAPE STRATEGY. *Harvard Business Review*, 86(1), 78-93.
- Radić, N. (2015). Shareholder value creation in Japanese banking. *Journal of Banking & Finance*, 52(0), 199-207. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.09.014>
- Saavedra, G., & Hernández, Y. (2008). Caracterización e importancia de las MIPYMES en Latinoamérica: Un estudio comparativo. *Actualidad contable faces*, 11(17), 122-134.
- van de Schootbrugge, E., & Wong, K. M. (2013). Multi-Stage Valuation for Start-Up High Tech Projects and Companies. *Journal of Accounting & Finance* (2158-3625), 13(2), 45-56.
- Weijters, B., Geuens, M., & Baumgartner, H. (2013). The Effect of Familiarity with the Response Category Labels on Item Response to Likert Scales. *Journal of Consumer Research*, 40(2), 368-381. doi: 10.1086/670394

Anexos

Encuesta aplicada

¿Crea valor para la empresa el uso de la Banca Electrónica con relación a la Banca Tradicional?

Indique el rango promedio de números de empleados que laboran en la empresa. *

- ☐ 0-19 empleados
- ☐ 20-99 empleados
- ☐ 100-499 empleados
- ☐ 500 a más empleados

Uso

El medio más utilizado para realizar pagos en la empresa es el portal web del banco. *

- ☐ Nunca
- ☐ Poco frecuente
- ☐ Frecuente
- ☐ Muy frecuente
- ☐ Siempre

La empresa realiza cada vez menos pagos mediante cheques físicos con relación a los pagos electrónicos. *

- ☐ Totalmente en desacuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- ☐ De acuerdo
- ☐ Totalmente de acuerdo

La mayoría de las diligencias bancarias se realizan en la página web y cajeros automáticos frente a visitar sucursales. *

- ☐ No
- ☐ Sí

La empresa ofrece la opción de recibir pagos mediante transferencias electrónicas. *

- ☐ No
- ☐ Sí

Rapidez del servicio

Los pagos realizados mediante transferencias electrónicas son más rápidos que emitiendo cheques físicos. *

☐ No

☐ Sí

El tiempo de duración para emitir cheques físicos es mayor frente a una transferencia electrónica. *

☐ No

☐ Sí

La cobranza es más rápida mediante transferencia electrónica frente a recibir cheques físicos. *

☐ No

☐ Permanece igual

☐ Sí

El tiempo para atender una queja o solicitud es menor cuando se llama o escribe que visitando una sucursal del banco. *

☐ No

☐ Sí

Simplicidad de la tarea

La empresa prefiere utilizar las imágenes de cheques y estados disponibles en la web para ir preparando la conciliación bancaria que esperar a fin de mes el reporte físico suministrado por el banco. *

☐ Totalmente en desacuerdo

☐ En desacuerdo

☐ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

☐ De acuerdo

☐ Totalmente de acuerdo

Es más fácil pagar nómina utilizando la Página Web del Banco que utilizando efectivo y cheques físicos. *

☐ No

☐ Permanece igual

☐ Sí

La empresa utiliza la página web del banco para pagar Servicios y Facturas. *

☐ No

☐ Sí

La empresa utiliza la página web del banco para realizar pagos de impuestos. *

☐ No

☐ Sí

Realizar una solicitud o queja al banco es más fácil por teléfono o la página que visitando una sucursal. *

☐ No

☐ Permanece igual

☐ Sí

Riesgo

Pagar a los empleados utilizando efectivo aumenta el riesgo de atracos durante fin de mes y quincena. *

☐ No

☐ Sí

La empresa ha sido víctima de fraudes electrónicos utilizando la Página del Banco. *

☐ No

☐ Sí

La empresa prefiere recibir dinero mediante transferencias electrónicas que en efectivo. *

☐ No

☐ Sí

La empresa prefiere recibir transferencias electrónicas a cheques físicos. *

☐ No

☐ Sí

Costos

Como consecuencia del uso, paga la empresa cargos o comisiones por los servicios bancarios (página web, cajeros, teléfono). *

- ☐ No
- ☐ Permanece igual
- ☐ Sí

Como consecuencia del uso de los servicios disponibles por el banco, ha disminuido la cantidad de mensajeros en la empresa. *

- ☐ No
- ☐ Permanece igual
- ☐ Sí

Es el gasto de emitir cheques físicos (elaboración de chequera, cartas timbradas, etc.) mayor al de realizar pagos de manera electrónica. *

- ☐ No
- ☐ Sí