

**FACTORES QUE IMPULSAN LA
DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR
BANCARIO. UNA REVISIÓN
SISTEMÁTICA ENTRE LOS AÑOS 2010-
2021¹⁴⁹**

**DRIVERS OF DIGITIZATION IN THE
BANKING SECTOR. A SYSTEMATIC
REVIEW BETWEEN THE YEARS 2010-2021**

Joselyn Aguirre Nieto¹⁵⁰

Luis Rudek Tapahuasco Pérez¹⁵¹

Gisela Analy Fernández Hurtado¹⁵²

Jorge Alberto Vargas-Merino¹⁵³

Pares evaluadores: Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad –REDIEES.¹⁵⁴

¹⁴⁹ Derivado del proyecto de investigación: Factores que impulsan la digitalización en el sector bancario. una revisión sistemática entre los años 2010-2021.

¹⁵⁰ Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte, Ocupación (administradora), n00042046@upn.pe

¹⁵¹ Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte, Ocupación (administrador), n00149340@upn.pe

¹⁵² Pregrado, Licenciada en Negocios Internacionales, Posgrado, ESAN, Ocupación (docente), Universidad Privada del Norte, correo electrónico: gisela.fernandez@upn.edu.pe

¹⁵³ Pregrado: Licenciado en Administración, Posgrado: Maestría en Ciencias Económicas con mención en Administración de Negocios, Universidad Nacional de Trujillo-Perú, Maestría en Economía por la Universidad de Barcelona-España, candidato a Doctor en Administración por la UNMSM-Perú. Ocupación: Docente investigador de la Universidad Privada del Norte, correo electrónico: jorge.merino@upn.pe

¹⁵⁴ Red de Investigación en Educación, Empresa y Sociedad – REDIEES. www.rediees.org

15. FACTORES QUE IMPULSAN LA DIGITALIZACIÓN EN EL SECTOR BANCARIO. UNA REVISIÓN SISTEMÁTICA ENTRE LOS AÑOS 2010-2021¹⁵⁵

Joselyn Aguirre Nieto¹⁵⁶, Luis Rudek Tapahuasco Pérez¹⁵⁷, Gisela Analy Fernández Hurtado¹⁵⁸, Jorge Alberto Vargas-Merino¹⁵⁹

RESUMEN

A lo largo de la última década, las organizaciones han visto la necesidad de implantar la digitalización como estrategia de negocio, pero no todos han logrado tener un alcance positivo debido a que desconocen aquellos factores que incidan en ello. Por tal motivo, la presente investigación tiene como objetivo identificar aquellos factores que impulsan la digitalización en el sector bancario. Mediante una revisión sistemática entre los años 2010-2021. Para el logro de este objetivo se ha realizado una búsqueda de literatura empírica en revistas tales como: ProQuest, Scopus, Dialnet, y otros; con un total de 40 artículos seleccionados de acuerdo a la asimetría de la información con nuestro tema. Así mismo, es necesario indicar que en su mayoría las investigaciones provienen de países que son líderes digitales en la banca, tales como España, Colombia, Perú y Brasil. En este tipo de investigaciones predomina el enfoque cualitativo, descriptivo y exploratorio; las cuales han determinado que durante estos últimos años la digitalización participe de manera significativa en torno a la eficiencia en los procesos internos de entidades financieras, así como en lo relacionado al servicio con el cliente. Por lo expuesto, los factores que envuelven su gran acogida en el sector son: la seguridad del sistema. La facilidad de uso, los nuevos competidores, el estilo de vida de los usuarios, la innovación tecnológica, la coyuntura del COVID 19 y la inclusión financiera.

¹⁵⁵ Derivado del proyecto de investigación: Factores que impulsan la digitalización en el sector bancario. una revisión sistemática entre los años 2010-2021.

¹⁵⁶ Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte, Ocupación (administradora), n00042046@upn.pe

¹⁵⁷ Licenciado en Administración, Universidad Privada del Norte, Ocupación (administrador), n00149340@upn.pe

¹⁵⁸ Pregrado, Licenciada en Negocios Internacionales, Posgrado, ESAN, Ocupación (docente), Universidad Privada del Norte, correo electrónico: gisela.fernandez@upn.edu.pe

¹⁵⁹ Pregrado: Licenciado en Administración, Posgrado: Maestría en Ciencias Económicas con mención en Administración de Negocios, Universidad Nacional de Trujillo-Perú, Maestría en Economía por la Universidad de Barcelona-España, candidato a Doctor en Administración por la UNMSM-Perú. Ocupación: Docente investigador de la Universidad Privada del Norte, correo electrónico: jorge.merino@upn.pe

ABSTRACT

Over the last decade, organizations have seen the need to implement digitization as a business strategy, but not all of them have achieved a positive impact because they are unaware of the factors that influence it. For this reason, the present research aims to identify those factors that drive digitization in the banking sector. Through a systematic review between the years 2010-2021. In order to achieve this objective, a search of empirical literature has been carried out in reviews such as: ProQuest, Scopus, Dialnet, and others; with a total of 40 articles selected according to the asymmetry of the information with our topic. Likewise, it is necessary to indicate that most of the research comes from countries that are digital leaders in banking, such as Spain, Colombia, Peru and Brazil. In this type of research predominates the descriptive and exploratory qualitative approach; which have determined that during these last years the digitalization participates significantly in the efficiency in the internal processes of financial institutions, as well as in what is related to customer service. Therefore, the factors that involve its great acceptance in the sector are: the security of the system, the ease of use, the new competitors, the lifestyle of users, technological innovation, the COVID 19 situation and financial inclusion.

PALABRAS CLAVE: Banca móvil, Banca tradicional e internet, Bancarización, Inclusión financiera.

Keywords: Mobile banking, Traditional and internet banking, Bankarization, Financial inclusion.

INTRODUCCIÓN

Durante muchos años las empresas del sector financiero han intentado impulsar la transformación digital de sus clientes como una estrategia de negocio “dado que estos se convierten en un activo estratégico fundamental para las entidades bancarias y marcan el camino hacia la calidad en la atención y una diferenciación” (Bermeo, Valencia, Bianeth, Garcés, & Luna, 2019, p. 93). Desde el punto de vista financiero, la transformación digital brinda muchas oportunidades para seguir desarrollando negocio, mucho más ahora con el avance tecnológico, donde casi todo está a un clic de distancia. Así mismo; Bernal, Espinoza, Ernesto, Quiñones, & Moscoso (2018) agregan que los servicios mediante los canales digitales permiten a las instituciones financieras incrementar su cartera de clientes a través de la accesibilidad de productos bancarios; e incluso pueden hacerlas más competitivas tal como mencionan Medina, Rey, Cazorro, & Parrondo (2019) la banca digital en las instituciones financieras, les permite ser más fuertes ante la llegada de nuevos competidores; se puede decir que, actualmente las empresas en el sistema financiero tienen la gran oportunidad de lograr un mayor avance en la lucha de transformación digital.

No obstante, se observa que no solo beneficia a las empresas, sino también a los clientes; ya que hoy en día, donde todo avanza de manera acelerada y las personas cuentan con menor tiempo para realizar sus actividades, es posible tener una solución inmediata y a la mano con base en la tecnología; tal como lo menciona Encalada, Ruiz, & Encarnacion, (2020) el dispositivo móvil deja de servir solo para contactarse con otra persona y pasa a ser un dispensador de efectivo. Considerar también, que aún existen ciertas limitantes que son difíciles de combatir, pero son sumamente necesarios identificarlos; ya que a pesar de que la transformación de la banca tradicional a la banca digital, trae consigo muchos avances tanto para empresas como para clientes; aún existen personas con cierto temor (Muñoz, Climent, & Liebana, 2017).

Con base en ello, uno de los factores más reconocidos, es la desconfianza; según Rodríguez, & Gonzalez (2010) indican que la confianza es un factor determinante en el uso de la banca electrónica al momento de realizar cualquier tipo de transacciones financieras. Esto debido a que el cliente valora mucho que los bancos adopten medidas para salvaguardar cualquier tipo de información que puedan manejar. Po & Yong-ji (2021) afirma:

Es más probable que los clientes acepten la banca por internet si los productos y servicios son más seguros, si puede proporcionar más ventajas, si el riesgo del cliente es bajo, si la información crediticia y el sistema de vigilancia están más desarrollados. (p. 50)

Es por ello que, las empresas del sistema financiero buscan fortalecer su sistema de seguridad para ganar terreno en el nivel de aceptación y confiabilidad para con el cliente, además de un vínculo a largo plazo.

Saravia (2018), la seguridad influye en el uso de la banca digital. Hoy en día se observa que los bancos empiezan adoptar algunas medidas como el uso del token digital, token físico, la implementación del reconocimiento facial y/o reconocimiento dactilar e incluso para aquellos clientes que son mucho más temerosos se están difundiendo mayor publicidad sobre las medidas de seguridad para evitar fraudes; tal como mencionan Arduino & Peñaloza (2017) el sector bancario debe redoblar esfuerzos técnicos y de marketing para minimizar la falta de confianza con sus clientes. Así mismo; para adoptar medidas es necesario considerar también el estilo de vida de los clientes; ya que como se menciona en un estudio realizado por Yamakawa, Guerrero, & Rees (2013) las personas valoran mucho el uso de la banca móvil, si es que este se adecua con su estilo de vida. En la actualidad muchos usuarios planifican sus gastos con el fin de fomentar el ahorro y va a depender mucho si un aplicativo móvil ofrece estas u otras características que favorezcan a su estilo de vida, tal como lo confirma Po & Yong-ji (2021) los cambios en los estilos de vida por la pandemia han generado mayor interacción entre bancos y clientes.

Ahora, esto no solo depende de las entidades bancarias y los clientes; sino también de las políticas regulatorias que imparten las entidades correspondientes en una economía y en especial atención al sistema financiero, tal como lo menciona Boitano & Abanto, (2020) el avance tecnológico tiene resultados positivos, pero puede verse contrarrestado por la falta de conocimiento sobre su uso. Esto está relacionado con el bajo índice de inclusión financiera, lo que debería ser un trabajo en conjunto para contrarrestar estas barreras que pueden ser grandes impulsores de la transformación digital, tal como lo remarca Carballo & Bartolini (2020) los pagos digitales son esenciales para fomentar la inclusión financiera. Por

ello debemos agregar que; identificar los factores que impulsan el desarrollo de la banca digital no solo beneficia a empresas y clientes, sino también a las economías en general.

Un punto que no se puede dejar de mencionar, es la actual crisis sanitaria por el COVID 19 que el mundo está atravesando, donde ha traído consigo muchos cambios muy importantes y uno de los más resaltantes sin duda alguna es la transformación digital. Tal como lo menciona Po & Yong-ji (2021) la actual coyuntura donde no estaba permitido salir de casa, ha hecho que muchos clientes recurran al uso de los productos financieros mediante los canales digitales. Hoy en día, en un contexto totalmente diferente, no hay duda que la pandemia ha provocado la aceleración de la transformación digital de muchos clientes en el sector financiero. Por ejemplo, en el Perú se ha visto que muchas personas han tenido que recurrir al internet para abrir sus cuentas bancarias con el fin de recibir el beneficio social de parte del estado y otros abonos correspondientes por la liberación de sus fondos de pensiones.

Existe un estudio muy importante donde también se menciona que el sistema financiero no hubiese podido seguir atendiendo a los clientes sin el acceso y el uso de los canales digitales; la pandemia ha permitido un acelerado crecimiento de la transformación digital Wójcik (2020) citado por (Polloni, Da Costa, Fernando, & Sacomano, 2021). A Pesar de que muchos países se han encontrado en confinamiento obligatorio donde las aglomeraciones están prohibidas y muchas personas evitan el mínimo contacto con otras, esta pandemia ha traído consigo un paso fundamental de transformación digital en los clientes del sector bancario.

Las entidades bancarias han tenido que facilitar el acceso a los canales digitales para motivar su uso; además, es muy necesario educar y orientar a los clientes con el manejo de los medios digitales para evitar que puedan tener una insatisfacción en la atención, viéndose en la necesidad de regresar a los canales tradicionales para hacer sus operaciones (Marulanda, Peñaranda, Cordero, & Solano, 2018).

Como resultado; la pregunta de investigación es, ¿Cuáles son los factores que impulsan la digitalización en el sector bancario, una revisión sistemática entre los años 2010-2021?

El presente estudio tiene como objetivo identificar los factores que impulsan la digitalización en el sector bancario.

DESARROLLO

Para la elaboración del presente estudio de investigación se ha empleado la metodología denominada BÚSQUEDA DE LITERATURA EMPÍRICA, cuyo concepto Según López (1995) "...Se basa en formación factual, esto es, en datos tomados de la realidad, básicamente, como oposición a la investigación que se deriva del conocimiento teórico. El primer paso en un proceso de investigación empírica consiste en definir claramente cuál es el objeto de la investigación..." (pág. 1039). Es muy importante reconocer el valor del presente estudio; ya que incorpora información relevante de fuentes debidamente validadas; además, se debe seleccionar y clasificar todo tipo de literatura que vaya a fortalecer el tema de investigación

Previamente y como punto de partida se ha evaluado y seleccionado el tema de interés a tratar; así mismo se ha planteado de manera clara y objetiva la pregunta que va a ser importante para el desarrollo de la presente revisión. Este estudio no debe ser tomado a la ligera y en todo momento debemos considerar el objetivo principal que permitirá identificar los factores que impulsan la digitalización en el sector bancario. Mediante una revisión sistemática entre los años 2010-2021.

Fuentes de Búsqueda: Con respecto a las fuentes de búsqueda, en primera instancia se seleccionaron palabras claves que engloban la idea general. Estas palabras fueron: "Impacto banca móvil", "Factores de la banca digital", "Banca digital en Pandemia", "Banca digital Covid", "Transformación digital", "Crecimiento banca móvil", "Bancarización" e "Inclusión financiera", teniendo como principales fuentes de artículos académicos a: Dialnet, Redib, ProQuest, ScienceDirect, Redalyc, Scopus y SpringerLink. Con este primer filtro se ha encontrado 2572 artículos.

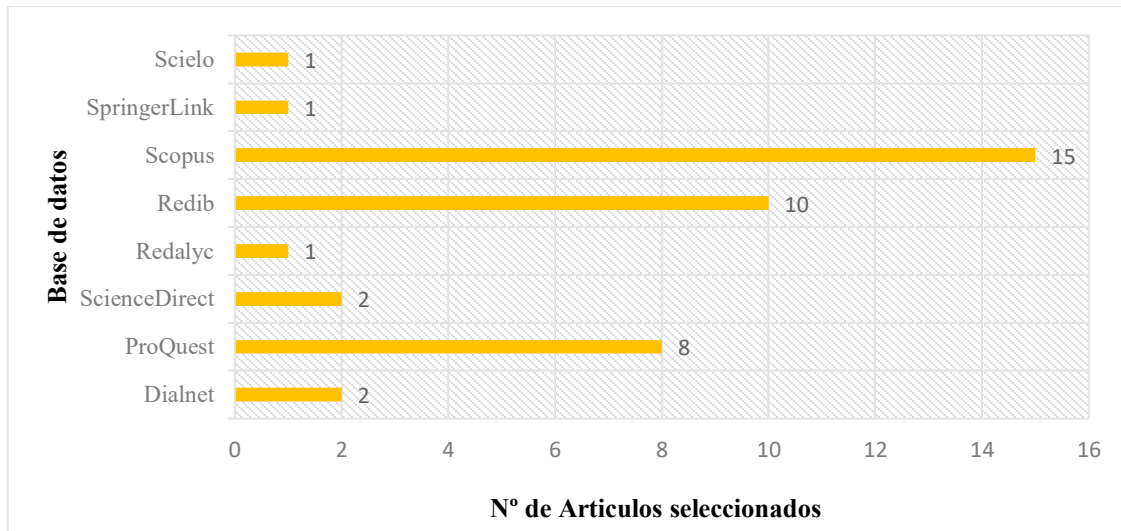
En las **Estrategias de Búsqueda**, como segundo paso, se incluye filtros que permitan orientar la búsqueda a lo que realmente se desea obtener y con el fin de excluir algunos artículos que no aportan al tema tratado, por ejemplo, algunos filtros aplicados fueron: "revistas científicas", "Últimos 10 años", y "áreas" del sector financiero. Así mismo, se ha realizado una lectura rápida del resumen para seleccionar estudios que cumplan con los criterios suficientes de ser considerados como fuentes de información confiables.

Finalmente, con base en algunos **criterios de exclusión e inclusión**, se ha seleccionado los artículos que buscan enriquecer al presente estudio. Se ha excluido artículos que no responden a la pregunta de investigación y que se alejan del tema de estudio; así también, se ha seleccionado y clasificado algunos estudios con base en criterios muy importantes que permitirán responder a la pregunta de investigación. En esta etapa también se ha realizado la lectura y análisis de los diferentes artículos seleccionados. Además, el total de artículos han sido clasificados de acuerdo a los temas de similitud y por tipo de investigación realizada; con el fin de reconocer aquellos factores que inciden de alguna manera al desarrollo de la banca digital. Es necesario precisar que para el presente estudio se están utilizando 40 artículos.

El análisis de los resultados permite verificar la fiabilidad del estudio realizado a través de una revisión exhaustiva de diversos documentos científicos que están relacionados con el tema de investigación. Previamente, es muy importante conocer algunos conceptos básicos que se encuentran vinculados al tema de investigación; ya que esto concentra todo esfuerzo e intención de búsqueda que se desea obtener, con el fin de fortalecer al informe.

Se han seleccionado 40 artículos entre 8 bases de datos, siendo Scopus el más empleado con 15 artículos seleccionados. Con respecto a este buscador, se puede mencionar que tiene una amplia capacidad de búsqueda que facilita a cualquier usuario e incluso a principiantes durante la navegación; además, te orienta en la búsqueda de información mostrando documentos relacionados con el artículo seleccionado; es importante mencionar su indiscutible reputación y trayectoria dentro de todas las bases de datos bibliográficas. Redib y ProQuest ocupan el segundo y tercer lugar en cuantía de artículos seleccionado para la presente investigación. Este último cuenta con más de 26,000 bibliotecas en más de 150 países y que el 98% de las 400 mejores universidades del mundo confían en sus investigaciones.

Figura 1. Clasificación por base de datos



A pesar de que SpringerLink es una editorial relacionada con la ciencia, tecnología y medicina, no se ha descartado para realizar la búsqueda y se ha encontrado y seleccionado el informe que más complementa a la investigación. Es importante resaltar el reconocimiento internacional que recibe cada una de estas bases de datos gracias a los recursos, materiales e informes de investigación que proporcionan.

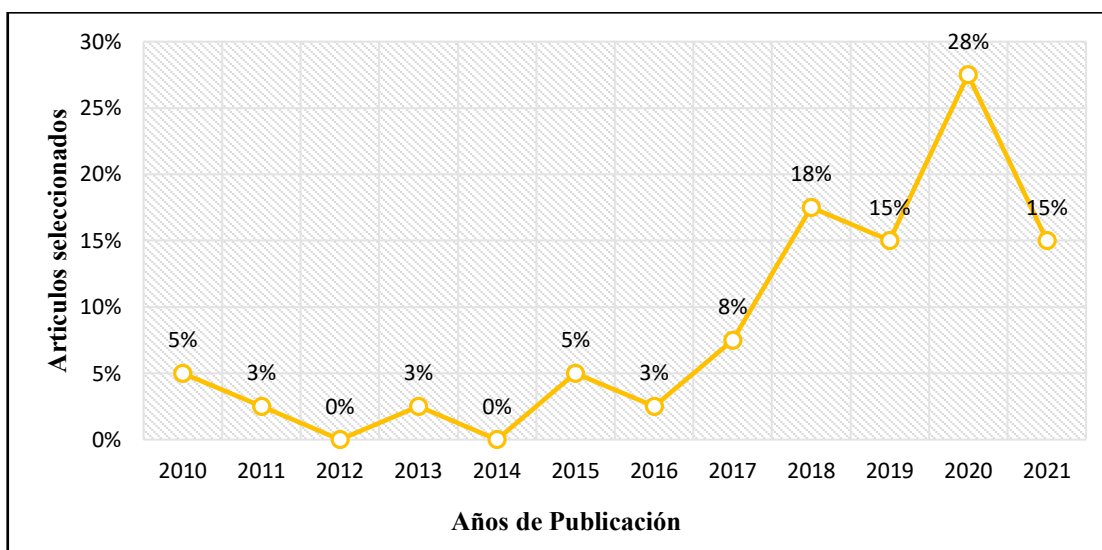
Una vez aplicado los filtros de búsqueda, se obtuvieron 57 artículos que tenían relación al tema, sin embargo; algunos no respondían a la estructura IMRD que corresponde a un artículo de investigación debido a la falta de Metodología, conclusiones o simplemente se alejaban del tema.

Con respecto a las revistas, “Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información” o conocida como RISTI, es la que se ha repetido hasta en 5 ocasiones. Podemos resaltar el gran alcance que presenta dicha revista formando parte de la AISTI (Asociación Ibérica de Sistemas y Tecnologías de la Información), cuyas investigaciones pasan por un proceso riguroso filtro de verificación y evaluación a cargo de un consejo científico. Muchas de las revistas que se han empleado para el presente informe, son reconocidas a nivel mundial por la gran dedicación y fiabilidad que ofrecen a través de sus informes.

Otro punto para considerar son los diferentes años cuando se realizaron las investigaciones seleccionadas, esto con el fin de analizar la tendencia y el comportamiento de la banca digital. Se debe mencionar que durante el año 2008 al 2010 muchos países a nivel

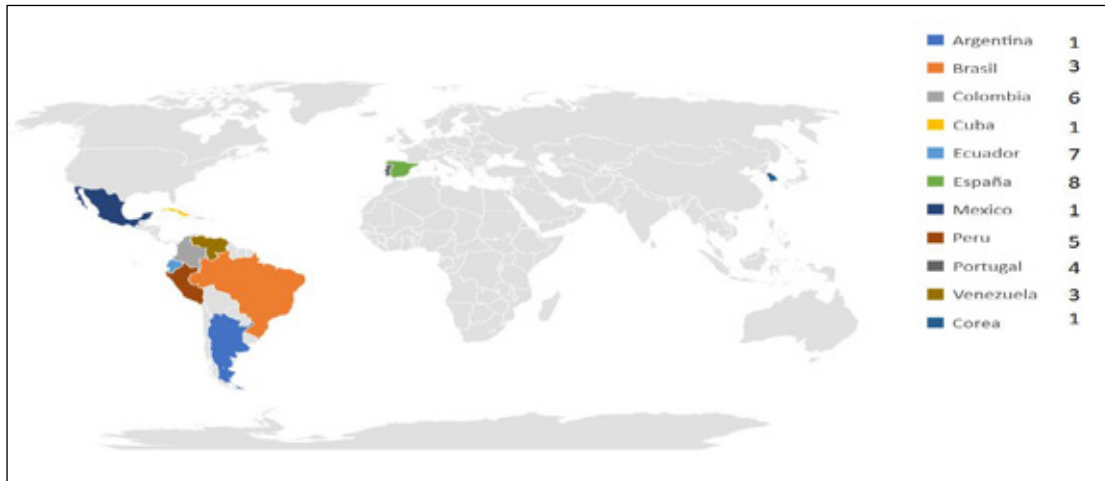
mundial atravesaron una crisis económica denominada la Gran Recesión; justamente relacionada con productos financieros, lo que es determinante saber, para que al momento de seleccionar los artículos estos puedan hablar sobre ello y de esa manera tener como referencia con la actual crisis sanitaria que está atravesando el mundo. Además; es preciso recalcar que los clientes y las empresas del sector financiero no tenían el mismo comportamiento de hace 10 años, lo que hace muy enriquecedor analizar en la presente investigación. Así mismo, mediante el análisis de los artículos elaborados durante estos años, se puede apreciar un amplio enfoque para determinar los factores que inciden en el desarrollo de la banca digital. Tomando especial atención en el año 2020 para tener información actualizada, es por ello que el 28% de artículos son de dicho año.

Figura 2. Clasificación por año



En el proceso de selección de artículos fue necesario acudir a literatura internacional, esto con el objetivo de tener una visión de manera global y que pueda fundamentar a la investigación. España, Ecuador, Colombia y Perú fueron los países con mayor cantidad de investigaciones relacionadas con nuestro tema.

Figura 3. Clasificación por Países



Gracias al siguiente cuadro podemos verificar que se han empleado artículos con enfoques Cualitativos, cuantitativos e incluso mixtos, de los cuales el enfoque cualitativo y mixta son los que han presentado mayor cantidad de investigaciones. Esto debido a que el tema de investigación involucra realizar una revisión y análisis de la literatura a lo largo del tiempo para aquellos factores que inciden sobre el desarrollo de la banca digital. Así mismo, el análisis cuantitativo sirve para medir el alcance y el nivel de aceptación que ha tenido la transformación digital.

Tabla 1. Enfoques de Investigación

Tipo de enfoque	Lista de Artículos
Cualitativa	[1],[2],[6],[11],[13],[17],[20],[21],[23], [24],[26],[31], [32], [33],[35],[36] y [37]
Cuantitativa	[7], [9],[18],[19], [28] y [38]
Mixta	[3], [4],[5],[8], [10], [12],[14], [15], [16],[22],[25], [27], [29],[30],[34], [39] y [40]

Fuente: Elaboración propia

Como se ha mencionado; el enfoque mixta, es el que más resalta dentro de todos los artículos seleccionados, con ello está relacionado el tipo de investigación que mayormente se ha empleado, como lo es la investigación descriptiva, cuya finalidad es la de analizar y describir las características de una población o fenómeno en estudio; seguida por el tipo exploratorio; ya que muchos autores se han adentrado en la revisión de literatura para ampliar

el conocimiento con respecto al tema de investigación. Muchos de los estudios describen, analizan y concluyen sobre los motivos que inciden en el desarrollo de la transformación digital.

Con respecto a la herramienta de investigación, los aplicados en los distintos estudios fueron los cuestionarios, principalmente relacionada en las investigaciones de enfoque cuantitativa; ya que muchos autores tenían la necesidad de validar información que habían encontrado después de haber realizado una revisión de la literatura. Principalmente, los cuestionarios estaban dirigidos para los clientes del sector bancario. Otra herramienta a considerar ha sido el “Modelo TAM (Modelo de Aceptación Tecnológica)”, que es totalmente necesario para este tipo de investigaciones; ya que la herramienta permite determinar las actitudes frente a nuevas tecnologías, considerando ciertos factores que influyen en su decisión. Muchos autores se apoyaban en este modelo para ampliar su tema de investigación.

Dentro de las entidades promotoras, se observa que, las universidades son las que mayores fuentes de información han proporcionado para la presente investigación, siendo un total de 22 universidades.

Finalmente, en los informes revisados se hallaron diferentes estudios que muestran cuál ha sido el progreso de la transformación digital por muchos años en los clientes del sector financiero y también los factores que han incidido en ello; por tal motivo, todos los artículos se han ordenado y agrupado en 7 categorías con el fin de emitir un informe coherente y con sustentos que acrediten la presente investigación; además de considerar la actual coyuntura que se está atravesando a nivel mundial.

Tabla 2. Clasificación por temas de similitud

Variable	Tema	Artículos con información
	La seguridad del sistema y su generación de confianza	[5], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [17], [21], [23], [24], [27], [28], [29], [30], [32], [36], [40]
	La facilidad de uso de los aplicativos	[7], [8], [9], [12], [14], [15], [27]
Transformación de la banca digital	Los nuevos competidores bancarios	[2], [3], [5], [6], [8], [9], [10], [11], [13], [14], [15], [16], [17], [18], [20], [21], [22], [25], [26], [27], [33], [34], [36], [37], [38], [39],
	La Inclusión financiera	[4], [16], [21], [23], [24], [29], [30], [31], [32]
	El estilo de vida de los usuarios	[5], [8], [15]
	La innovación tecnológica	[3], [5], [6], [8], [13], [16], [18], [21], [22], [23], [26], [29], [31], [33], [35], [36], [40]
	Transformación digital en tiempos COVID 19	[2], [5], [36]

Fuente: Elaboración propia

Los temas de similitud encontrados en diferentes artículos que han sido seleccionados han permitido consolidar y tener la información debidamente clasificada para lograr un mejor resultado en nuestra investigación.

Mediante el análisis de la literatura se ha identificado que desde los inicios del APP Banca móvil existían grandes barreras y limitaciones con el uso de los sitios web en la banca online que, a pesar de traer muchas facilidades a sus clientes, no tenían gran aceptación.

Partiendo de esta premisa y mediante los factores encontrados, se puede indicar que **la confianza y seguridad en el sistema** son base fundamental para impulsar los canales electrónicos. Para fundamentar este factor, se opta por revisar informes de hace 10 años y posteriormente, son contrastados con informes actuales. Un estudio realizado por Fiebig & De Freitas (2011) menciona que la banca por internet era el canal de menor preferencia por parte del público evaluado; donde además concluyeron que el factor confianza y seguridad están muy relacionados con el nivel de satisfacción. Las entidades bancarias empezaban a entender que construir confianza a través de la ciberseguridad debe ser uno de los principales

objetivos en las instituciones bancarias si es que realmente quieren ser competitivas y ganar mercado. Así como lo recalcan Lopez, Rodriguez, & Gonzales (2010) que el factor confianza es determinante en los medios electrónicos.

Hoy en día, se tiene investigaciones que confirman que la seguridad en el sistema motiva a los clientes a usar los canales digitales (Lévy, Bourgault, Calvo, & Trudel, 2020); No debemos olvidar que, cada vez, muchas más personas utilizan equipos celulares y esto exige mayor seguridad con su información lo que viene a ser importante para desarrollar confianza (Bermeo M. , Valencia, Bianeth, Garcés, & Luna, 2019). No es posible que las empresas sean 100% digitales si no llegan a reconocer la confianza y seguridad como principales impulsores para el desarrollo de la banca digital; Así como lo recalcan Kim & Kwon (2020) la seguridad que los clientes perciben tiene un efecto beneficioso para la innovación de la banca por internet. La confianza para los clientes sigue jugando un rol fundamental en la toma de decisiones, mucho más cuando se trata de utilizar medios digitales; no obstante, para muchos aun la banca digital sigue siendo un mundo totalmente desconocido; la cual está relacionada con el siguiente factor que ha sido identificado.

La **inclusión financiera**, factor que se trabaja a nivel macroeconómico; ya que de esto depende que gran parte de la población tenga conocimientos suficientes para decidir su libre acceso al sector bancario, ahora más que nunca en mundo globalizado y donde la mayoría de personas cuentan con un teléfono móvil es necesario reconocer que trabajar con la inclusión financiera es importante para impulsar el desarrollo de la banca digital; tal como lo menciona Bayona & Leyva (2020), debido al incremento del uso celular, esto favorece a que más personas tengan mayores facilidades en el acceso a productos financieros, lo que resulta beneficioso en la inclusión financiera. Por ello se considera que es realmente importante el trabajo en sinergia entre autoridades de un país y el sector bancario con el fin de seguir impulsando la digitalización, tal como lo menciona Romero (2019) el trabajo individual de las entidades no es suficiente para el acceso al mundo digital de las personas; ya que se requiere de la inclusión financiera mediante el apoyo de educación y equipos. No se toca mucho sobre este factor al momento de hablar de banca digital, pero observamos que es fundamental para impulsar su desarrollo; además existen varias formas de involucrarlo, tal como lo mencionan Boitano & Abanto (2020) En el sector educación es muy importante incluir la educación financiera, dotando de conocimiento tanto a profesores y alumnos con

temas relacionados con herramientas financieras básicas como la tasa de interés. Es necesario ponerse a pensar el futuro de un país donde los niños empiecen a conocer sobre herramientas bancarias desde las escuelas.

Otro factor determinante es la entrada de **nuevos competidores** y no solamente va relacionado con los propios bancos; sino como lo menciona Iñiguez (2021) al hablar de nuevas tecnologías en el sector financiero, es hablar de *Fintech*. Son empresas revolucionarias en el sector financiero que brindan oportunidades de negocio mediante la innovación de nuevas aplicaciones; no obstante, a pesar de que este segmento aún no se encuentra reguladas en muchos países, ya empiezan a ganar terreno. No obstante, esto resulta ser sumamente beneficioso para el desarrollo de la banca digital; tal como lo afirma Renteria, Velez, Giraldo, & Villa (2021) La mayor ventaja que trae este tipo de competencia al sector bancario tradicional es el desarrollo de productos totalmente digitales; lo que en su mayoría beneficia la relación cliente - banco; ya que, en muchos casos al cliente le resultaba un dolor de cabeza ir a una oficina para firmar documentos físicos por la contratación de un producto, cuando ahora todo puede estar a un clic de distancia.

Para lograr este proceso es necesario que las entidades bancarias puedan mantener la carrera sobre la **innovación tecnológica**, es por ello que este factor está incluido como impulsor de la digitalización; en una investigación realizada por Jimenez (2018) menciona que los directivos de diversos bancos logran reconocer la importancia que tiene la innovación de tecnología con especial atención en la banca digital para lograr mayores beneficios; no sería posible el crecimiento digital si las propias empresas no le dan la debida importancia a las herramientas tecnológicas que permiten el acceso a sus productos digitales, tal como remarca Bernal, Espinoza, Ernesto, Quiñones, & Moscoso (2018) prácticamente el avance tecnológico ha obligado a las instituciones financieras invertir en innovación para llegar a más clientes utilizando menos recursos. Lo cual ha facilitado e incentivado a muchos clientes la adopción de la banca digital.

No obstante; hablar de adopción de la banca digital, también es hablar de **la facilidad de uso de los aplicativos digitales**. Bayona & Leyva (2020) mencionan que el sistema intuitivo y fácil de uso está relacionado con el comportamiento en la intención de uso. Muchos estudios efectivamente relacionan la intención de uso de parte del usuario con la facilidad de uso de parte del medio digital; es por ello que se considera como un factor

determinante para impulsar la banca digital. Tal como se determinó en el estudio realizado por Lévy, Bourgault, Calvo, & Trudel (2020) donde concluyen que la confianza, la facilidad de uso y su atractivo permitirán que el cliente ingrese con mayor frecuencia a la banca digital. Hoy en día, se ve que los bancos cada cierto tiempo mejoran sus portales digitales con el fin de mejorar la calidad de atención en sus clientes al momento de utilizarlo; ya que como dice una frase: todo entra por la vista, por ello es importante que las entidades bancarias. Finalmente, Bermeo M. , Valencia, Bianeth, Garcés, & Luna (2019) concluyen que la experiencia en el uso es uno de los principales factores para emplear el medio digital.

Otro factor que se ha identificado es el **estilo de vida de los usuarios**; aunque parezca extravagante, muchas personas analizan la compatibilidad que pueda tener su estilo de vida con el aplicativo móvil; ya que esto determina la forma de uso y los beneficios que puedan recibir. Un estudio realizado por Bernal, Espinoza, Ernesto, Quiñones, & Moscoso (2018) revela que el 59% de encuestados consideran que su estilo de vida es compatible con el aplicativo.

Finalmente, el factor más determinante en estos últimos años, sin duda alguna ha sido la pandemia debido al COVID 19. Existen múltiples estudios e informes que han determinado que debido a la pandemia se ha logrado avances digitales nunca antes visto, ahora los clientes y usuarios ven lo digital como una necesidad más que una opción. Tal como lo menciona Ortiz & Carillo (2021) En esta coyuntura, donde se debe evitar salir de casa, es vital promover la banca digital. Hoy se ha creado la oportunidad más grande para que muchas economías logren objetivos en la búsqueda de inclusión financiera y transformación digital. Así mismo, Chirino, Salas, & Vilarity (2020) mencionan que hoy la banca digital juega un papel fundamental donde proporciona ciberseguridad no solo para los aplicativos; sino también para la salud debido al distanciamiento social, se debe realizar cambios interesantes en la oferta de sus productos. Así mismo, es importante resaltar la labor de todos los colaboradores del sector bancario cuyo trabajo ha sido incesable a pesar de la pandemia; lo que ha permitido el desarrollo de las funciones en este segmento. Tal como lo menciona Rodrigues, Alves, & Dai (2021) El desarrollo de tecnologías y el soporte de los trabajadores es fundamental para el logro de resultados en el proceso de transformación digital durante la pandemia.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación permite identificar los factores que impulsan la digitalización en el sector bancario; para ello se ha realizado una búsqueda de literatura empírica durante los años 2010-2021, lo que ha permitido recopilar y organizar todo tipo de información confiable para el sustento de la presente investigación. Así mismo, con el fin de conocer la estructura de cada investigación y proceder con su análisis, se ha revisado y clasificados los artículos mediante enfoques cualitativos, cuantitativos e incluso mixtos. De la misma manera, las herramientas de investigación empleadas ha sido determinantes para comprobar y contrastar los resultados obtenidos de cada artículo analizado. Antes de culminar con el informe de este artículo, es necesario mencionar que aún nos encontramos en la era pandémica; por lo que aún no podemos determinar el resultado definitivo para la presente investigación; por tal motivo, se recomienda que una vez declarada el fin de la pandemia se realice un análisis general y con resultados cuantitativos mediante muestras estadísticas para determinar la proporción en cifras del alcance de la transformación digital en los clientes del sector bancario, teniendo en consideración los factores que han incidido en ello.

Como parte de la respuesta a nuestra pregunta de investigación se concluye que, a pesar de existir muchas barreras y limitaciones, es sumamente importante identificar los factores que van a permitir contrarrestar todo tipo de crecimiento de la banca digital. Mediante la búsqueda de información en diversos artículos, se han determinado que los siguientes factores impulsan la digitalización en el sector bancario: La seguridad del sistema y su generación de confianza, la innovación tecnológica, la facilidad de uso de los aplicativos, el ingreso de nuevos competidores, el estilo de vida de los usuarios, la inclusión financiera y actualmente el COVID 19.

Las entidades bancarias se siguen enfrentando a diversas barreras que limitan el acceso a los canales digitales de parte de sus clientes, siendo los más resaltantes: la falta de confianza y seguridad que se les proveía; además de la gran problemática que asecha a muchos países, como es el bajo índice de inclusión financiera y la informalidad; lo que está relacionado con el desconocimiento general del sector bancario y sus herramientas digitales, debido a que gran parte de la población aún se mantiene firme por el uso de dinero físico.

Actualmente, los agentes económicos deben trabajar como equipo para impulsar el desarrollo de la banca digital; más aún cuando sabemos que trae una serie de beneficios tanto para clientes, empresas y entidades gubernamentales. No obstante, es necesario que los bancos sigan trabajando en la incorporación de nuevas tecnologías cuyo fin es facilitar y agilizar las diversas operaciones que se puedan realizar por estos canales, sin descuidar su seguridad. Por ejemplo, ya se puede apreciar que los aplicativos móviles cuentan con el sistema de reconocimiento dactilar y facial, lo que fortalece su capacidad de ciberseguridad y la confianza entre sus clientes; hoy en día los propios clientes pueden contratar productos sin la necesidad de firmar una serie de documentos físicos mediante la banca por internet. Además, es necesario que estos aplicativos digitales sean de fácil uso, sean intuitivos y amigables con el fin que las personas se mantengan firmes en su uso. Sobre todo, estas herramientas digitales deben adaptarse a sus clientes, considerando el estilo de vida que puedan llevar; ya que va a depender mucho cuan identificados se puedan sentir para seguir ejerciendo su manejo. Para ello, es necesario la inteligencia comercial que muchas empresas del sector bancario puedan emplear.

Otro punto para considerar es la propia competitividad que se ha generado; ya que empiezan a surgir las denominadas “Fintech” como revolucionarias dentro del sistema bancario; esto ha permitido que las empresas enfoquen toda su atención en la calidad de servicio que puedan ofrecer en estas plataformas, con el fin de entregar valor y mejorar la satisfacción de sus clientes. Así mismo, hoy ha surgido una oportunidad de oro para acelerar todo paso en búsqueda de la transformación digital; ya que esta pandemia está generando un efecto positivo con respecto a la transformación de la banca digital. En una realidad donde el distanciamiento social es vital para combatir la propagación del COVID 19; la banca digital se convierte en el aliado perfecto ante esta situación; ya que en algunos casos las personas tienen la necesidad de contar con una cuenta bancaria para recibir el beneficio social otorgada por la entidad afiliada. Así mismo, las autoridades de cada país deben analizar la reestructuración de sus políticas nacionales de inclusión financiera y considerar a los bancos como aliados estratégicos para mejorar sus resultados, manteniendo como centro de atención a las personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldás, J., Lassala, C., Ruiz, C., & Sanz, S. (2010). Análisis de los factores determinantes de la lealtad hacia los servicios bancarios en línea. *Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa, ACEDE*, 26-39.
- Arduino, A., & Peñaloza, M. (2017). Comportamiento de los clientes bancarios frente a los servicios electrónicos. *Actualidad Contable Faces*, 5-23.
- Bayona, S., & Leyva, L. (2020). Factores Críticos de Aceptación de la Intención de . *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*.
- Bermeo, M., Valencia, A., Bianeth, G., Garcés, L., & Luna, T. (2019). Factores de uso de los medios de pago móviles en millennials y centennials. *Semestre Económico*, 93.
- Bermeo, M., Valencia, A., Duque, B., Garces, L., & Luna, T. (2019). Factores de uso de los medios de pago móviles. *Semestre Económico*.
- Bernal, J., Espinoza, L., Ernesto, R., Quiñones, L., & Moscoso, G. (2018). Factores que influyen en el uso de aplicaciones móviles de instituciones financieras mediante Smartphone y su comparación entre las ciudades de Arica (Chile) y Tacna (Perú). *3C Tecnología*, 59.
- Boitano, G., & Abanto, D. (2020). Desafíos de la inclusión financiera. *Finanzas y Política Económica*.
- Boitano, G., & Abanto, D. (2020). Desafíos de las políticas de inclusión . *Revista Finanzas y Política Económica*, 89-117.
- Carballo, I., & Bartolini, M. (2020). PAGOS DIGITALES PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE POBLACIONES VULNERABLES EN ARGENTINA.: *Económica La Plata*.
- Chirino, R., Salas, M., & Vilardy, W. (2020). Metamorfosis Bancaria en tiempos de COVID-19: Reflexiones para la Gerencia del Siglo XXI. *Revista CIENCIAMATRIA*, 664-668.
- Encalada, V., Ruiz, S., & Encarnacion, O. (2020). Billetera electrónica móvil: una alternativa de pago del sistema . *Fondo Editorial PUCP*, 24-41.
- Espinoza, A., Romero, E., Florez, L., & Guerrero, C. (2020). DANDELION: Propuesta metodológica para recopilacion y analisis de informacion de articulos científicos. Un Enfoque desde la bibliometria y la revision de la lioteratura. *Revista Ibérica de*

Sistemas e Tecnologias de Informação, 110.

- Fiebig, E., & De Freitas, E. (2011). Canales de atención al cliente, satisfacción y rentabilidad en los servicios: un caso bancario. *Rev. Electrónica administración (Porto Alegre)* .
- Iñiguez, F. (2021). Regulación para las fintech. *Estudios de la Gestión; Quito*, 110-133.
- Jimenez, E. (2018). La aplicación de las nuevas tecnologías apps en el sistema financiero ecuatoriano. Un factor que contribuye a su desarrollo. *Ciencias económicas*, 57-71.
- Kim, D., & Kwon, J. (2020). Análisis de los factores determinantes de la lealtad hacia los servicios bancarios en línea. *REVISIÓN GLOBAL DE NEGOCIOS Y FINANZAS*, 50-59.
- Lévy, J., Bourgault, N., Calvo, C., & Trudel, M. (2020). La influencia de la confianza y satisfacción del cliente en la intención de uso de los servicios bancarios por internet: un modelo estructural. 1-23.
- López, J. (1995). Aspectos Metodológicos de la Investigación Empírica en Contabilidad. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 1059.
- Lopez, M., Rodriguez, L., & Gonzales, E. (2010). MPORTANCIA DEL SITIO WEB EN LA BANCA ONLINE: INFLUENCIA SOBRE LA CONFIANZA. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*.
- Lopez, M., Rodriguez, L., & Gonzalez, E. (2010). MPORTANCIA DEL SITIO WEB EN LA BANCA ONLINE:. *Investigaciones Europeas*, 101.
- Marulanda, C., Peñaranda, D., Cordero, M., & Solano, E. (2018). Estrategias comerciales para evitar la fuga de clientes del Banco Bilbao Vizcaya Argentaria BBVA de la sucursal Ocaña. *Mundo FESC*, 35-40.
- Medina, C., Rey, M., Cazurro, V., & Parrondo, S. (2019). La adopción de las aplicaciones de banca móvil desde una perspectiva dual. *Sociología y Tecnociencia*, 22.
- Muñoz, F., Climent, S., & Liebana, F. (2017). Determinantes de la intención de utilizar las aplicaciones de . *Spanish Journal of Marketing - ESIC* , 26-37.
- Ortiz, N., & Carillo, J. (2021). Factores socioculturales en la adopción de tecnologías de Dinero Digital. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 180-190.
- Po, L., & Yong-ji, G. (2021). Sin campo para la vieja banca: indicadores . *Estudios de la Gestión, No. 9* , 51.
- Polloni, E., Da Costa, N., Fernando, H., & Sacomano, M. (2021). ¿La inclusión financiera

- disminuye la pobreza y la desigualdad? Un análisis de datos de panel para los países de América Latina. *Social Indicators Research*, 32.
- Renteria, D., Velez, I., Giraldo, L., & Villa, L. (2021). Las fintech, una revolución para la banca tradicional. *Lousada*, 17-27.
- Rodrigues, A., Alves, T., & Dai, C. (2021). Impactos de la pandemia COVID-19 en el emprendimiento digital en las instituciones bancarias brasileñas: un análisis a la luz de fuerzas isomórficas. *Estudios Gerenciales vol. 37, N.º 1*, 113-125.
- Romero, Y. (2019). CONFIANZA EN LAS TRANSACCIONES FINANCIERAS VIRTUALES: LA BASE DE LAS FINTECH. *Revista Pensamiento Gerencial*, 51-56.
- Saravia, E. (2018). Adopción de Tecnología en Servicios de Banca Electrónica . *Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 24-48.
- Yamakawa, P., Guerrero, C., & Rees, G. (2013). Factores que influyen en la utilización de los servicios de banca móvil en el Perú. *RevUniversidad&Empresa*, 131-149.