

Relación entre el Uso de la Banca Electrónica y la Satisfacción del Consumidor Millennial en la Ciudad de Chihuahua

Erick Adrian Rivera Cabezas Radovich¹

ecabezas@uach.mx

<https://orcid.org/0000-0002-1259-1253>

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de Chihuahua
México

Orieta Iveth Flores Ahumada

oiflores@uach.mx

<https://orcid.org/0000-0001-7498-4792>

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de Chihuahua
México

Cristina Cabrera Ramos

ccabrera@uach.mx

<https://orcid.org/0000-0002-5789-8427>

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de Chihuahua
México

Eva Aide Torres Ortega

eadorres@uach.mx

<https://orcid.org/0000-0002-0170-446X>

Facultad de Contaduría y Administración
Universidad Autónoma de Chihuahua
México

RESUMEN

La satisfacción en la generación millennial es pieza clave para el uso de la banca electrónica, ya que para los usuarios nacidos entre los años 1980 y 2000 encontrarse satisfechos con los productos contratados y los servicios ofrecidos por esta, incide directamente en el uso frecuente de este tipo de herramientas que brindan las instituciones bancarias para comodidad de sus usuarios. El objetivo de la presente investigación fue analizar la relación entre el uso de la banca electrónica y la satisfacción que existe en el consumidor millennial en la ciudad de Chihuahua. La investigación fue de naturaleza cuantitativa, aplicada, de campo con apoyo bibliográfico, no experimental, transeccional. El trabajo se realizó en la ciudad de Chihuahua, entre los meses de marzo a julio del año 2022. La población de interés fueron los habitantes millennials de la ciudad de Chihuahua que usan la banca electrónica y se utilizó como instrumento de medición un cuestionario con 10 preguntas, el cual fue aplicado a una muestra de 385 millennials. El resultado obtenido en la presente investigación es que la generación millennial en la ciudad de Chihuahua se encuentra satisfecha con el uso de la banca electrónica en aspectos como la seguridad, la rapidez, la disponibilidad y la funcionalidad para hacer transacciones bancarias.

Palabras clave: *banca electrónica; millennial; satisfacción.*

¹ Autor principal.

Correspondencia: ecabezas@uach.mx

Relationship Between the Use of Electronic Banking and the Satisfaction of the Millennial Consumer in the City of Chihuahua

ABSTRACT

Satisfaction in the millennial generation is an important element for the use of electronic banking, since for users born between the years 1980 and 2000, being satisfied with the products contracted and the services offered by it directly affects the frequent use of this type of tools that banking institutions provide for the convenience of their users. The reason of this research was to analyze the relationship between the use of electronic banking and the satisfaction that exists in the millennial consumer in the city of Chihuahua. The research was of a quantitative, applied, field nature with bibliographic support, non-experimental, transactional. The work was carried out in the city of Chihuahua, between the months of March to July of the year 2022. The population of interest were the millennial inhabitants of the city of Chihuahua who use electronic banking and a questionnaire with 10 questions was used as a measurement instrument. questions, which was applied to a sample of 385 millennials. The result obtained in this research is that the millennial generation in the city of Chihuahua is satisfied with the use of electronic banking in aspects such as security, speed, availability and functionality to make banking transactions.

Keywords: electronic banking; millennial; satisfaction

Artículo recibido 19 agosto 2023

Aceptado para publicación: 24 setiembre 2023

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este estudio es analizar la relación entre el uso de la banca electrónica y el nivel de satisfacción del consumidor millennial en la ciudad de Chihuahua. Se realizó un análisis de la banca electrónica y de las exigencias de los usuarios millennials para encontrarse satisfechos al momento de hacer uso de algún producto o contratar algún servicio dentro de la misma.

Las diferentes generaciones que han existido, han crecido con diferentes visiones de la vida, con diferentes prioridades y maneras de pensar. Cuando se habla de la banca electrónica, factores como la desconfianza y el desconocimiento han ocasionado que generaciones como los "Baby Boomers" o la "Generación X" no avancen a la par que la generación millennial respecto al tema tecnológico y como resultado, no se puedan aprovechar al 100% las herramientas digitales (Mendieta, Estrada, & Pérez, 2019).

La generación millennial agrupa a los individuos que nacieron entre los años 1980 y los 2000. También son conocidos como la "generación Y". La generación del milenio se distingue de las generaciones pasadas gracias al factor tecnológico, ya que les ha permitido tener un acceso más rápido y sencillo a la información del mundo y ha ocasionado perspectivas diferentes en comparación con sus antecesores en términos laborales, sociales y culturales (Sánchez, 2016).

La banca electrónica es una herramienta que ha cambiado la manera en que los millennials contratan productos bancarios, servicios bancarios y hacen consultas en línea. Al mismo tiempo, el constante uso de la misma ha traído como resultado una mayor exigencia por parte de estos usuarios a las instituciones bancarias, las cuales, como proveedoras de estos servicios, deben cuidar, reforzar y mantener aspectos como la rapidez, seguridad y disponibilidad con la finalidad de satisfacer a sus clientes e incrementar el uso de estas herramientas. En lugar de acudir físicamente a una ventanilla bancaria a realizar algún trámite, o con un ejecutivo a una sucursal, el cliente puede realizar la operación mediante transacciones y funciones en una aplicación, página web, vía telefónica, cajero automático, desde la comodidad de su casa, oficina o un punto accesible; requiriendo únicamente conexión a internet, un usuario o número de cliente, tarjeta, un pin o una contraseña (Pérez, 2021).

El conocer la satisfacción de los clientes millennials en relación al uso de la banca electrónica de

los distintos bancos, permite a los mismos, atender áreas que son una necesidad para sus usuarios, haciendo que al corregir estos aspectos, las nuevas y no tan nuevas generaciones se sumen a esta modalidad electrónica de pagos y contrataciones en la banca (Magditis, 2016).

Aspectos como el uso de la banca electrónica, las ventajas y desventajas del uso de la banca electrónica, diferencia entre banca móvil y banca por internet, la adopción de la banca electrónica en México, la interacción de los millennials con la banca electrónica y la satisfacción de los usuarios de la banca electrónica son algunos de los temas que se abordaron en la presente investigación

Un factor que no se puede dejar de lado, es que la banca electrónica genera poco trato personal entre el cliente y la entidad bancaria, ya que el trato que recibe el usuario es mediante servidores y software que dan respuesta y se programan a manera de brindar soluciones a los usuarios creando así, un distanciamiento y un trato totalmente impersonal. La generación millennial está de acuerdo en no tener trato con personas, siempre que los programas y sistemas funcionen de manera fácil, amigable y sean capaces de atender las solicitudes y las tareas que los usuarios requieren (Galán, 2018).

METODOLOGÍA

La naturaleza de la investigación es cuantitativa ya que fueron cuantificadas las variables. La investigación es de tipo aplicada, abordando una situación existente, ya que el propósito fue identificar el nivel de satisfacción de los usuarios millennials y el uso que le dan a la banca electrónica, para posteriormente generar alternativas de solución. El diseño de la investigación fue no experimental, transeccional, ya que no se manipularon las variables y se trabajó sobre situaciones o hechos ya existentes durante un periodo de tiempo específico. El alcance fue correlacional porque pretende establecer una relación entre las variables consideradas en la investigación. El método fue analítico-sintético, ya que fueron analizados a profundidad los indicadores de las variables consideradas en la investigación y se llegó a una conclusión sintetizada. El modo del trabajo de investigación fue de campo con apoyo bibliográfico, ya que implicó el estudio de la relación entre la generación millennial en la ciudad de Chihuahua y su nivel de satisfacción con el uso de la banca electrónica. En cuanto a la delimitación el trabajo se

realizó en la ciudad de Chihuahua, entre los meses de marzo a julio del 2022. La población de interés fueron los habitantes millennials de la ciudad de Chihuahua que usan la banca electrónica. El marco muestral consistió en consultar la base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en donde están registrados el total de la población en la ciudad de Chihuahua y en donde se segmentó por edades con el fin de determinar la muestra que comprende la generación millennial.

DESARROLLO

Uso de la banca electrónica

Analizar el uso de la banca electrónica permite entender el funcionamiento y el fin que le están dando a estas distintas tecnologías digitales que ofrecen las diferentes instituciones financieras.

Los servicios que brinda en la actualidad la banca electrónica son de gran ayuda para sus usuarios, ya que les permite tener a su alcance diferentes productos y servicios a través de las diferentes plataformas seguras para realizar operaciones tales como (Finanzas Prácticas, 2022):

- Verificar saldos y estados de cuenta
- Recibir depósitos de nómina
- Pagar tarjetas de crédito
- Transferir fondos
- Realizar inversiones
- Depositar a diferentes cuentas, tanto propias como de terceras personas

Ventajas y desventajas del uso de la banca electrónica

La banca electrónica tiene grandes ventajas, pero también se encuentran algunas desventajas al momento de hacer uso de ella. De las ventajas que se pueden destacar se encuentran (Westreicher, 2018):

- Ahorro de tiempo y costos de traslado a las sucursales bancarias
- Hacer operaciones desde cualquier sitio
- Mayor seguridad, evitando el riesgo de uso de efectivo
- Mayor control de los usuarios sobre sus cuentas

Sin embargo, también es necesario mencionar de las desventajas, ya que son los propios usuarios los que externaron algunas deficiencias y fallas de las cuales destacan (Westreicher, 2018):

- El acceso a la banca electrónica presenta barreras altas, sobre todo para ciertos segmentos en específico, por mencionar un ejemplo, las personas de la tercera edad, o de bajos recursos que no cuentan con acceso a internet.
- La desconfianza por parte de los clientes de las instituciones bancarias sobre todo en el aspecto de seguridad de la información en línea.
- Aún no se puede brindar desde los medios electrónicos muchos servicios personalizados, por ejemplo, asesoría financiera.

Adopción de la banca electrónica en México

La tecnología avanza a pasos agigantados, y gracias a ello, de la mano con la digitalización de los procesos promovidos principalmente por la banca tradicional, es que surgen conceptos como el de Fintech por sus siglas en inglés. Las investigaciones en cuanto a las Fintech, señalan que los factores socioeconómicos se relacionan directamente con la adopción de la banca electrónica y que el conocer los aspectos que influyen en la adopción de la banca electrónica en México ayudan a los desarrolladores a crear nuevos modelos estratégicos para los usuarios de las distintas instituciones financieras (Quintero y Mejía, 2022). (Mejía & Quintero, 2016)

En ese sentido, se menciona que en México existen tres clases de personas, las cuales son clasificadas según el entorno y las diferentes condiciones que influyen en la baja o alta adopción al momento de hacer pagos electrónicos. La primera clase tiene por característica principal una inclusión financiera baja, lo que significa un reto para las propias instituciones bancarias, ya que no cuentan con información suficiente y desconfían de las mismas instituciones al momento de hacer uso de la banca electrónica para cualquier servicio. La segunda clase, corresponde a aquellas personas que no reconocen los pagos realizados de manera digital, es decir, pagos hechos mediante una plataforma electrónica, los cuales, para ellos, los ven como poco seguros y las plataformas poco funcionales, por lo que prefieren acudir de manera presencial a un establecimiento bancario a realizar dichos pagos. Y la tercera clase, comprende a quienes

requieren que existan mejoras en la implementación y en la confiabilidad de las transacciones de pago (Angel, 2016).

Interacción de los millennials con la banca electrónica.

La generación millennial se encuentra comprendida por todas aquellas personas que nacieron entre los años de 1980 a los 2000. Por la naturaleza de la generación, los millennials tienen una percepción menor sobre el riesgo en comparación con otras generaciones; lo anterior, es un beneficio para las instituciones bancarias, ya que estas tienen la ventaja de conocer sus gustos y necesidades de una manera más directa con el apoyo de las nuevas tecnologías, las cuales, les permiten elaborar estrategias para captar nuevos clientes, en particular, dentro de esta generación (Campos Gómez, 2019). Para el profesor del instituto de Estudios Bursátiles, Rodrigo García de la Cruz “Los millennials son nativos digitales y buscan sencillez absoluta con la tecnología, es una generación con ideas muy claras y consideran que las compañías tienen que generar valores, es por eso que exigen a los bancos responsabilidad social, máxima transparencia y una experiencia como usuarios muy buena”. Un factor importante que ha potenciado el acercamiento de las instituciones bancarias con los millennials ha sido la implementación de la banca por internet a través de medios móviles, ya que los celulares ocupan un lugar esencial en la vida de los jóvenes millennials, debido a que ellos han crecido de la mano con los smartphones, y estos últimos, son utilizados como piezas claves para establecer una relación sencilla con una entidad financiera (BBVA, 2018).

Los usuarios millennials de la banca por internet a través de medios móviles exigen a las instituciones bancarias más en temas de atención, servicio y disponibilidad. En general las empresas, pero en particular los bancos, se enfocan en desarrollar dentro de la banca electrónica experiencias satisfactorias para sus clientes, que les permitan crear una buena imagen y ser competitivos. La experiencia de un cliente involucra elementos emocionales, físicos, sensoriales, espirituales y sociales, es decir, resultado cognitivo de la interacción que se tenga con la empresa, sus procesos, tecnologías, productos, y servicio (Keyser, 2015).

La facilidad para poder realizar transacciones, hacer una contratación de un producto o servicio,

o hacer una consulta de saldos, es uno de los motivos por los cuales los millennials prefieren usar la banca electrónica. Debido precisamente a esa facilidad de uso, se hace posible que el cliente no utilice los canales tradicionales que ya conocemos para poder llevar a cabo un trámite. La facilidad que tienen los millennials para manejar las plataformas digitales ha hecho que los bancos constantemente se encuentren innovando e invirtiendo en mejorar y lograr mayor tecnología, ya que se han dado cuenta que lo único que va a marcar la diferencia entre una institución bancaria y otra, es el servicio que ofrecen a sus clientes, tanto en los canales tradicionales, como también, en el soporte y la eficacia con que funcionan sus plataformas (Caicedo, 2020).

Diferencia entre banca móvil y banca por internet a través de medios móviles

La banca móvil y la banca por internet a través de diferentes medios móviles son conceptos que aparentemente se escuchan y podrían parecer lo mismo, sin embargo, aunque ambos servicios se realizan a través de dispositivos móviles, éstos cuentan con características diferentes. Por un lado, la banca móvil es definida como el servicio de banca electrónica en el cual el dispositivo de acceso consiste en un teléfono móvil. No requiere del servicio de internet, ya que las operaciones en su mayoría se hacen a través de mensaje de texto o llamada. En cuanto a la Banca por internet a través de medios móviles es aquella en donde se proporciona el servicio de banca por internet, mediante una aplicación, o sitios de internet que estén diseñados específicamente para teléfonos o dispositivos móviles, es decir, a diferencia de la banca móvil, la banca por internet requiere indispensablemente contar con datos o internet en el dispositivo móvil. (CONDUSEF, 2020).

Generación Millennial

Cuando se habla de una generación, se hace referencia a un grupo de edad que comparte a lo largo de su historia experiencias formativas que los distinguen de las otras generaciones. Las vivencias históricas son otra característica muy particular usada para referirnos a una generación. Actualmente se puede distinguir 4 generaciones que se encuentran en convivencia en el mismo entorno, las cuales son (González, 2011):

Los Tradicionalistas: nacidos hasta 1945. Los Baby Boomers: nacidos entre 1946 y 1963. La generación X: nacidos entre 1964 y 1979. La generación Y: nacidos entre 1980 y 2000 y la generación Z: nacidos entre 2000 y 2010.

El papel del internet en la banca electrónica

El internet ha permitido que los usuarios puedan realizar algunas operaciones incluso las 24 horas del día, los 356 días del año, lo que eleva la productividad de personas físicas y morales de manera importante. Algunos de los beneficios más tangibles que brinda el uso del internet son (Finanzas Prácticas, 2022): Ahorro de tiempo, Rapidez en las operaciones, Evita hacer pagos en sucursales o en ventanilla, Comodidad en el traspaso entre cuentas, Consulta de saldos, Poco manejo de efectivo.

Confianza y calidad para la satisfacción del cliente

En años pasados, los clientes de la banca, eran tradicionalistas, es decir, buscaban la interacción con el personal bancario acudiendo a las sucursales, sin embargo, como ya se ha visto, la tecnología de la información sigue creciendo y con ello, cada vez son más los clientes bancarios que optan por utilizar la banca electrónica como una vía para realizar sus trámites, y con ello se crea la necesidad de que los bancos adapten sus modelos de negocios, sus procedimientos y sus tecnologías de la información para satisfacer a sus clientes, quienes son el factor principal de permanecer y progresar en su ambiente tan competitivo (George, 2018).

Cada vez son más las entidades financieras que entienden la importancia y relación entre la confianza, el servicio funcional, práctico, la rapidez y la seguridad para con sus clientes como piezas claves en la conservación, la presencia y permanencia en el mercado, las cuales enfocan y dirigen sus modelos para desarrollar mejoras en la experiencia que el usuario experimenta, tanto en el formato físico, también conocido como medio tradicional y en el espacio virtual (Fernando, Ríos, y Ortiz, 2022)

Regulación y seguridad

Para evitar posibles fraudes y robos por internet, los bancos han desarrollado herramientas de seguridad, como, por ejemplo: Las claves aleatorias de acceso, las cuales son dispositivos que generan claves de seguridad aleatorias reconocidas por el banco como seguras al momento de querer ingresar. Por generaciones más jóvenes como los millennials, estos pequeños dispositivos son conocidos como Token o clave de acceso móvil. Otro ejemplo para evitar fraudes es la

herramienta anti-phishing en donde los bancos periódicamente solicitan a sus clientes la renovación de sus contraseñas de acceso (Finanzas Prácticas, 2022).

Estado del Arte

Cada vez son más las entidades financieras que entienden la importancia y relación entre la confianza, el servicio funcional, práctico, la rapidez y la seguridad para con sus clientes como piezas claves en la conservación, la presencia y permanencia en el mercado, las cuales enfocan y dirigen sus modelos para desarrollar mejoras en la experiencia que el usuario experimenta, tanto en el formato físico, también conocido como medio tradicional y en el espacio virtual (Fernando, Ríos, & Ortiz, 2022).

Si en alguien deben centrar su atención las instituciones financieras de cara al futuro, es a los denominados “millennials” y “centennials”, sin perder de vista a las otras generaciones que forman parte de la cartera de clientes, que particularmente estas dos últimas, serán en un futuro las próximas generaciones de consumidores de la banca electrónica, es decir, el mayor grupo de clientes que puedan llegar a tener las entidades financieras. Por lo anterior, es importante dedicar mayores esfuerzos a mantener a ambas generaciones como líderes en el uso de la banca electrónica, generando confianza y demostrando empatía con sus necesidades, lo anterior como estrategias que se pudieran llegar a implementar en beneficio de los bancos y de los usuarios (Avendaño, 2018).

Diez (2022) nos menciona que actualizar y redefinir la tradicional ventaja relacionada con la banca en físico con el fin de llevarla a crear canales online que cumplan la misión de los servicios financieros ayudará en gran medida a la evolución de los bancos y a una mayor presencia en las nuevas generaciones. La autora menciona que es clave entender los servicios que demandan y demandarán las nuevas generaciones, para asegurar una presencia en la vida de sus usuarios y futuros clientes.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación, se presentan los resultados obtenidos a partir del instrumento de medición validado por Alfa de Cronbach con estadísticos de fiabilidad de .837 aplicado entre los meses de marzo a julio del año 2022.

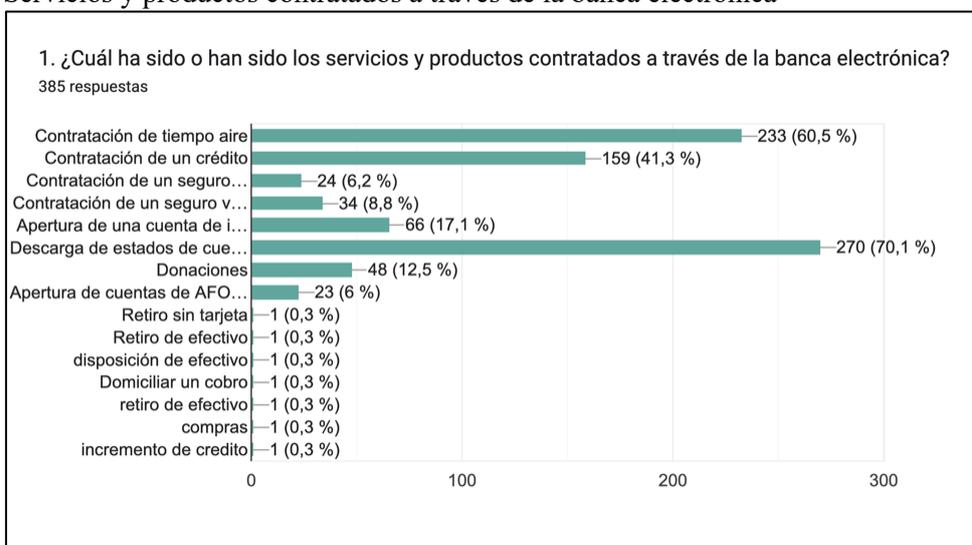
Uso de la banca electrónica en el consumidor millennial en la ciudad de chihuahua

Servicios y productos contratados

Los servicios y productos más contratados en la banca electrónica por los usuarios millennials como se observa en la Figura 3 son: en primer lugar, la descarga de estados de cuenta, seguido de la contratación de tiempo aire, y en tercer lugar la contratación de un crédito mediante la banca electrónica.

Figura 1

Servicios y productos contratados a través de la banca electrónica



Fuente: Elaboración Propia

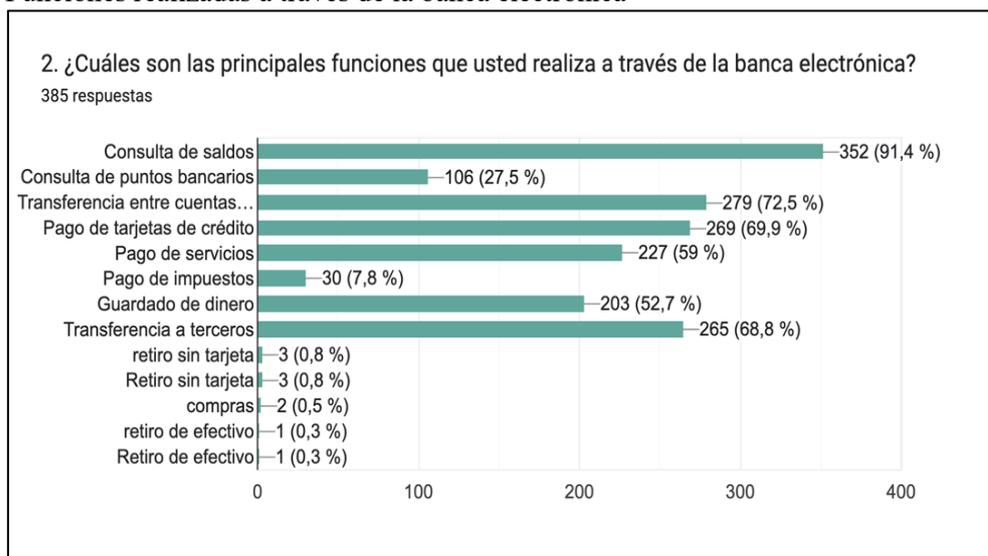
De igual manera, parte de los encuestados, respondieron que utilizaban la banca electrónica para aperturar cuentas de inversión, hacer donaciones, y llevar a cabo contrataciones de seguros médicos o vehiculares. 23 millennials de los 385 encuestados habían aperturado una cuenta de AFORE mediante la banca electrónica de alguna institución bancaria.

Principales funciones realizadas

En la Figura 4 se presentan las principales funciones realizadas por los usuarios millennials a través de la banca electrónica.

Figura 2

Funciones realizadas a través de la banca electrónica



Fuente: Elaboración Propia

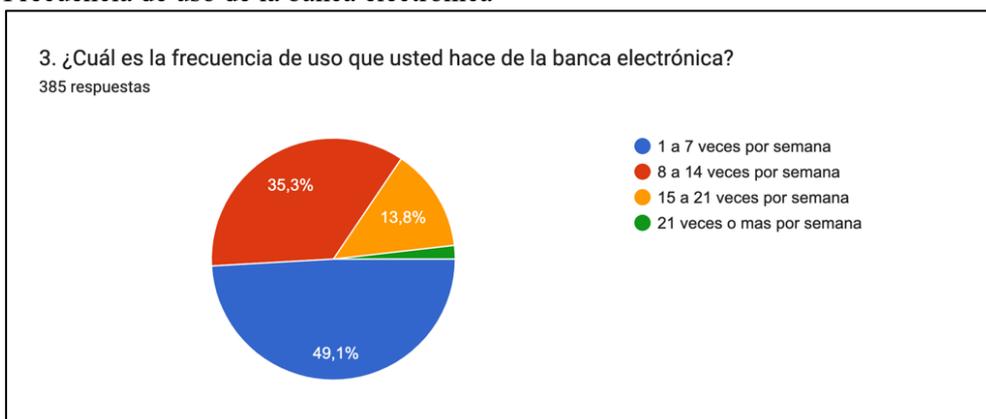
Del total de millennials encuestados, 352 posicionaron a la consulta de saldos en las cuentas bancarias como la principal función para la cual utilizan la banca electrónica. Seguido de la transferencia entre cuentas propias, lo que nos indica que la mayoría de la generación millennial cuenta con más de una cuenta bancaria. En tercer lugar, la banca electrónica es utilizada por 269 encuestados para pagar sus tarjetas de crédito, seguido por la realización de transferencias a terceros la cual se posiciona como la cuarta principal función con 265 millennials. El pago de servicios es una función recurrente en la banca electrónica, ya que 227 usuarios millennials pagan la luz, el agua, el teléfono, etc. a través de estas herramientas que nos brindan las instituciones bancarias. El guardado de dinero es una función que tiene relativamente poco de implementación en la banca móvil, pero que ha tomado relevancia y que se ha vuelto una función recurrente para fomentar el ahorro en la generación millennial, ya que el 203 encuestados nos afirman que utilizan la banca móvil en concreto para poder ahorrar.

Frecuencia de uso de la banca electrónica

De igual manera en la Figura 5 se puede observar la frecuencia de uso de la banca electrónica por los usuarios millennials en la ciudad de Chihuahua.

Figura 3

Frecuencia de uso de la banca electrónica



Fuente: Elaboración Propia

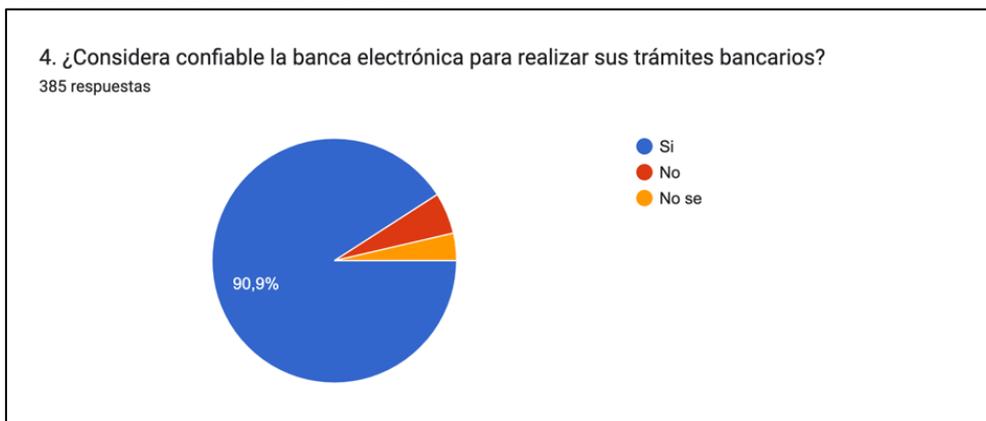
El 49.1% de los encuestados millennials, utilizan la banca electrónica de 1 a 7 veces por semana, lo que equivale en promedio a una vez al día. El 35.3% tienen una frecuencia de uso de 8 a 14 veces por semana, es decir, un promedio de uso de dos veces al día. Los usuarios que utilizan la banca electrónica de 15 a 21 veces a la semana resultaron un total de 53 encuestados, lo que representa un 13.8% del total de la muestra. Por último, en la frecuencia de uso más alta, con más de 21 veces a la semana en la banca electrónica, el 1.8% de los encuestados tienen esa frecuencia de uso.

Confiabilidad en la banca electrónica

En la Figura 6 se observa la confiabilidad en la banca electrónica por parte de los usuarios millennials.

Figura 4

Confiabilidad en la banca electrónica



Fuente: Elaboración Propia

Del 100% de los encuestados, un 90.9% consideran confiable la banca electrónica para contratar un servicio, producto, o hacer simplemente uso de ella, mientras que un 5.5%, es decir, 21 millennials no la consideran confiable al hacer uso de ella. El 3.6% de los encuestados no saben si es confiable o no, por lo que adoptan una posición neutral al emitir su respuesta, esto debido a que consideran que en algunos aspectos la banca electrónica es segura, pero que en otros, carece de seguridad y puede ser riesgosa.

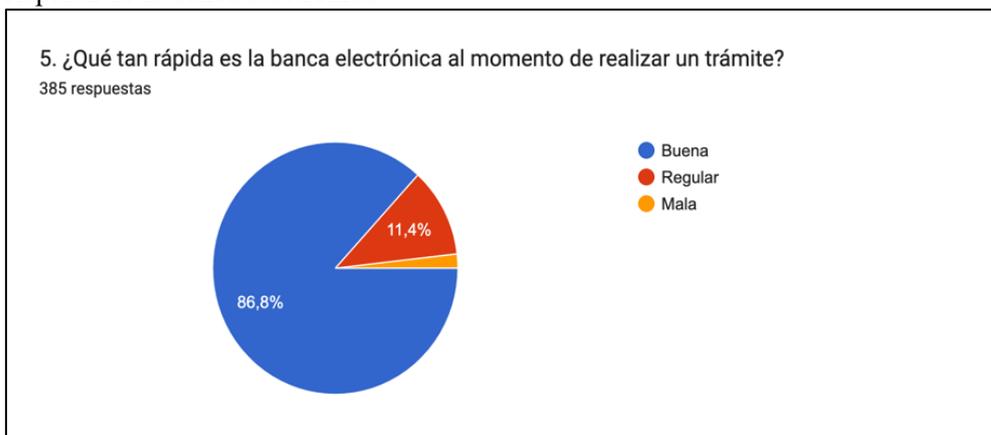
Nivel de satisfacción del consumidor millennial en la ciudad de chihuahua

Rápidez de la banca electrónica

En la Figura 7 se muestra la rapidez en el servicio brindado a través de la banca electrónica.

Figura 5

Rapidez de la banca electrónica



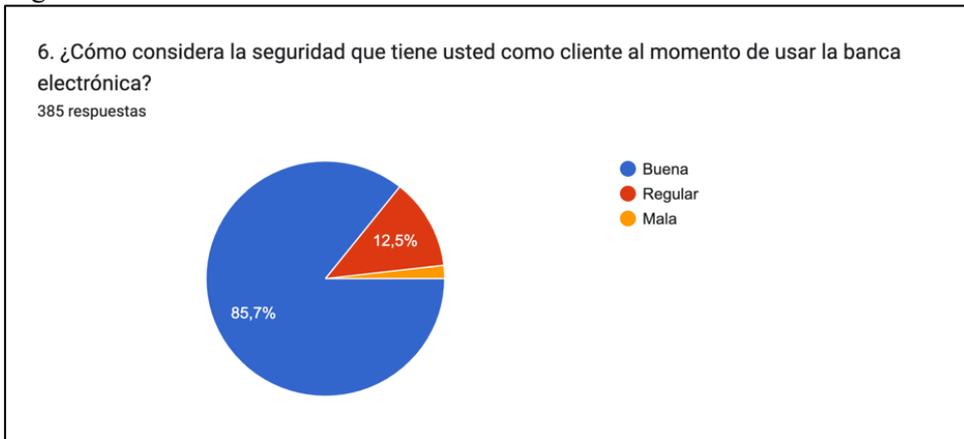
Fuente: Elaboración Propia

De los 385 encuestados, 334 millennials consideran rápida la banca electrónica al momento de realizar un trámite, lo que representa un 86.8% de aprobación y satisfacción por parte de los usuarios en relación a la rapidez. Un 11.4% representado por 44 millennials responde que la rapidez es regular, y solamente el 1.8% de los encuestados considera mala la rapidez con la que se brindan los servicios, productos y trámites a través de la banca electrónica.

Seguridad en la banca electrónica

La Figura 8 muestra la percepción de los usuarios millennials de la ciudad de Chihuahua respecto de la seguridad que existe en la banca electrónica.

Figura 6
Seguridad de la banca electrónica



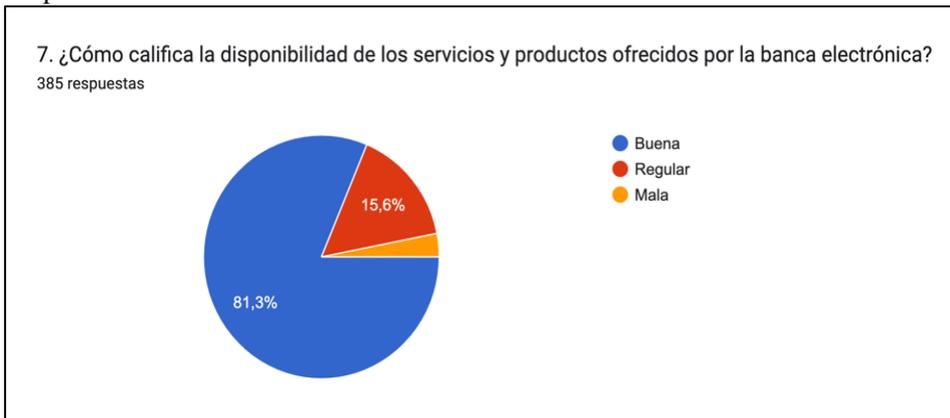
Fuente: Elaboración Propia

Dentro de los encuestados, se obtuvo que un 85.7% de los millennials consideran segura la banca electrónica, mientras que un 12.5% es decir, 48 encuestados, creen que la seguridad que brinda la banca electrónica es regular, y tiene aspectos a mejorar, y un 1.8% consideran la seguridad de la banca electrónica como mala.

Disponibilidad de la banca electrónica

De igual manera en la Figura 9 se observa la disponibilidad que existe en la banca electrónica para el usuario millennial.

Figura 7
Disponibilidad de la banca electrónica



Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSIONES

De la presente investigación se identificó a la consulta de saldos, las transferencias bancarias entre cuentas propias o terceros, el pago de tarjetas de crédito y pago de servicios como las principales funciones de las cuales hacen uso la generación millennial; demostrando que el factor tiempo predomina, ya que sin la facilidad de la banca electrónica, las actividades antes mencionadas, podrían requerir la visita física a una institución bancaria, implicando un gasto de tiempo y esfuerzo. En cuanto a identificar el nivel de satisfacción del consumidor millennial con la banca electrónica en la ciudad de Chihuahua se identificó como alto, abarcando aspectos importantes tales como; la confiabilidad, la rapidez, la seguridad, la disponibilidad y la funcionalidad. Los aspectos antes mencionados son considerados por los millennials como importantes al momento de hacer uso de la banca electrónica, y propician la satisfacción o insatisfacción de un usuario. Por lo tanto se cumple el objetivo general de la presente investigación al lograr analizar la relación entre uso de la banca electrónica y el nivel de satisfacción del consumidor millennial en la ciudad de Chihuahua. El usuario de la banca electrónica perteneciente a la generación millennial, se encuentra satisfecho con los productos y servicios ofrecidos, ya que son usuarios frecuentes y consideran el tiempo y la practicidad como un factor de suma importancia para su vida diaria. Se analizaron los factores asociados a la satisfacción del consumidor millennial con el uso de la banca electrónica en la ciudad de Chihuahua encontrando que, si un usuario no encuentra confiable la banca electrónica, difícilmente hará uso de ella. De igual manera la rapidez con que se lleven a cabo las transacciones y operaciones dentro de la banca electrónica, definirán la satisfacción y por lo tanto, el uso frecuente de la misma para las distintas funciones independiente de su complejidad. Si no se cuenta con la seguridad suficiente para el usuario al momento de utilizar algún servicio o contratar un producto dentro de la banca electrónica, el usuario millennial no hará uso de la misma, ya que es primordial el sentirse seguros y respaldados por la institución financiera de la cual sean clientes. En este sentido, las instituciones bancarias deben de poner especial atención en las medidas de seguridad que se contemplen para que el usuario se sienta realmente seguro y evitar algún fraude. Hablando de la disponibilidad, el usuario millennial, busca constantemente en la banca electrónica tener disponibilidad las 24 horas los 365 días del año; es

decir, sentirse con la libertad de consultar sus saldos, hacer una transferencia o pagar una tarjeta de crédito o servicio a la hora que lo requiera y en cualquier parte del mundo. Dicho lo anterior, si la banca electrónica sufre de poca disponibilidad impidiendo que los usuarios puedan acceder y hacer uso de ella, tendrá un efecto negativo tanto en el uso, como en la reputación y prestigio de la institución bancaria. La funcionalidad es una causa por la cual los usuarios utilizan o dejan de utilizar la banca electrónica. La implementación de nuevos servicios debe de ser acorde a las necesidades de los usuarios y al mismo tiempo cuidar que las nuevas implementaciones puedan funcionar y cumplan con los aspectos legales y procedimientos de la misma manera que si se acudiera de manera presencial a un banco. Si una banca electrónica ofrece servicios y productos funcionales, los usuarios la seguirán utilizando, pues cubre una o varias necesidades para ellos.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Caicedo, A. D. (2020). Análisis de los factores que influyen en el uso de las plataformas digitales en la banca ecuatoriana por los millennials. Guayaquil, Ecuador.
- Campos Gómez, J. G. (2019). BANCA ELECTRÓNICA. Orden Jurídico, 1-13.
- CONDUSEF. (2020). Calificador de información de Banca Electrónica a través de Medios Móviles. Obtenido de CONDUSEF:
<https://www.condusef.gob.mx/?p=contenido&idc=975&idcat=1>
- Angel, G. D. (2016). Límites a los Pagos sin Efectivo y la Persistencia del Efectivo. Hipótesis sobre México. En E. L. Batiz-Lazo B., El Libro de Pagos. Londres: Palgrave Macmillan.
- Avendaño, C. O. (2018). Los retos de la banca digital en México. US. Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C., 87-108.
- BBVA. (08 de septiembre de 2018). Los ‘millennials’: un desafío para la banca. Obtenido de BBVA: <https://www.bbva.com/es/millennials-desafio-banca/>
- Díez, S. M. (2022). Retos de la banca tradicional ante la digitalización. ADDI (Archivo Digital Docencia e Investigación), 1-60. Obtenido de <https://addi.ehu.es/handle/10810/55340>
- Fernando, M. J., Ríos, E. O., & Ortiz, R. (2022). Confianza y calidad de la información para la satisfacción y lealtad del cliente en el e-Banking con el uso del teléfono celular. Contaduría y Administración UNAM, 283-304.

- Finanzas Prácticas. (2022). Beneficios de la banca por Internet. Obtenido de Finanzas Prácticas:
<https://www.finanzaspracticas.com.mx/finanzas-personales/scservicios-bancarios/banca-en-linea/beneficios-de-la-banca-por-Internet/>
- Galán, J. S. (05 de diciembre de 2018). Eficiencia. Obtenido de Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/eficiencia.html>
- George, A. (2018). Perceptions of Internet banking users – a structural equation modelling (SEM) approach. *IIMB Management Review*, 357-368.
- González, R. (2011). La incorporación de la Generación Y al mercado laboral. El caso de una Entidad Financiera de la ciudad de Resistencia. *Palermo Business Review*, 67-93.
- Keyser, Y. D. (2015). Understanding and managing the customer experience. PhD Series Ghent University. Faculty of Economics and Business Administration. Ghent University. Faculty of Economics and Business Administration.
- Magditis, A. (2016). Los retos que traen las nuevas tecnologías en el sector financiero. Lima: EY.
- Mejía, B. M., & Quintero, W. (2016). Determinantes del uso de la banca electrónica en Colombia. *Finnova*, 15-27.
- Mendieta, R. A., Estrada, R. J., & Pérez, P. K. (2019). Millennials en torno a la comunicación y cultura para la educación superior. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 1-24.
- Pérez, M. (15 de octubre de 2021). Definición de Satisfacción. Obtenido de ConceptoDefinición:
<https://conceptodefinicion.de/satisfaccion/>
- Sánchez, G. J. (30 de marzo de 2016). Entidad financiera. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/entidad-financiera.html>
- Westreicher, G. (09 de Septiembre de 2018). Banca electrónica. Obtenido de Economipedia.com:
<https://economipedia.com/definiciones/banca-electronica.html>