

**UNIVERSIDAD ABIERTA PARA ADULTOS
UAPA**



ESCUELA DE POSTGRADO

**MAESTRÍA EN MERCADEO
MENCIÓN GERENCIA DE MERCADEO**

**NIVEL DE ACEPTACIÓN DE LA
BANCA DIGITAL EN LOS CLIENTES DEL SCOTIABANK DE LA CIUDAD DE
SANTIAGO, ENERO-MARZO 2020**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO PARA
OPTAR POR EL TÍTULO DE MAGISTER EN MERCADEO, MENCIÓN EN
GERENCIA DE MERCADEO**

SUSTENTADO POR:

WALTER RADHAMÉS MADERA SÁNCHEZ

2018-05454

JOSÉ EMILIO JIMINIÁN COLÓN

2018-06206

**ASESOR
ALEJANDRO NÚÑEZ**

**Santiago de los Caballeros
República Dominicana
Abril 202**

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatoria	I
Agradecimiento	II
Summary	III
Introducción.....	iv
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
1.1 Planteamiento del Problema.	2
1.2 Formulación del problema	4
1.2.1 Sistematización del problema	4
1.3 Objetivo General	5
1.3.1 Objetivos específicos	5
1.4 Justificación	5
1.5 Descripción del Contexto	6
1.6 Delimitaciones	8
1.7 Limitaciones	9
1.8 Cuadro de operacionalización de variables	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	
2.1 Antecedentes de la investigación	12
2.2 Bases teóricas que sustentan la investigación	14
2.2.1 Marco histórico de la banca	14
2.2.2 Marco histórico de la banca digital	17
2.3 Marco Teórico de la banca digital	19
2.3.1 La banca digital	19
2.3.2 Conocimiento de la banca digital	26
2.3.3 Desarrollo de la banca digital en Republica Dominicna.	30
2.3.4 La confianza de los usuarios en los sistemas bancarios	32
2.3.5 Retos de banca digital en República Dominicana.	33
2.4 Las FinTech y la banca digital	35
2.4.1 Las FinTech	35
2.4.2 Importancia de las FinTech en la banca digital	36
2.4.3 Perspectivas del Scotiabank frente a las FinTech	37
2.5 Expectativas en las diferentes generaciones de clientes en relación a la banca digital	

en R.D.	37
2.5.1 Características intrínsecas de cada generación	37
2.5.2 Cumplimiento o no de las expectativas de cada generación en el país	40
2.6 Seguridad informática en las instituciones bancarias.....	41
2.3.4 Estrategias de marketing digital en la banca dominicana	45
2.5 Factores que influyen al uso de la banca digital (TAM)	49
2.5.1 Los factores involucrados en la adopción de la banca móvil	50
2.6 Marco Conceptual	52
2.6.1 Generalidades	52
2.6.2 Aceptación	53
2.6.3 Nivel de aceptación	53
2.6.4 Sistema financiero	53
2.6.5 Banca convencional	54
2.6.6 Banca Digital	54
2.6.7 Escepticismo	54
2.6.8 Plataforma digital	54
2.6.9 Comunicación	55
2.6.10 Comunicación digital	56
2.6.11 Estrategias de comunicación	57
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	
3.1 Enfoque, Diseño y tipo de investigación	64
3.1.1 El enfoque.....	64
3.1.2 El diseño de investigación	64
3.1.3 Tipos de investigación.....	65
3.2 Técnicas e instrumentos	66
3.3 Población y muestra	67
3.4 Validez y Confiabilidad	68
3.5 Procedimiento para la recolección de datos	69
3.6 Procedimiento para el análisis de los datos	70
CAPITULO IV: PRESENTACIÓN, INTERPRETACIÓN, Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
4.1 Presentación e Interpretación de los resultados	72
4.1 Análisis de los resultados	91
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	100

BIBLIOGRAFÍA.....	102
APÉNDICES	110
Apéndice A. Instrumento de evaluación	110
Apéndice B. Ficha Técnica.....	113
Apéndice C. Cronograma de acciones	114
Apéndice D. Tabla de frecuencia No.4: nivel académico.....	116
Apéndice E. Tabla de Frecuencia No. 5: Conoces los servicios que ofrece la banca digital?.....	117
Apéndice F. Tabla de frecuencia No. 6: De qué forma prefiere utilizar los servicios de la institución bancaria a la que pertenece?	118
Apéndice G. Tabla de Frecuencia 7: ¿Por qué prefieres utilizar los servicios bancarios de manera presencial?	119
Apéndice H. Tabla de Frecuencia 8: ¿Cuáles de los servicios digitales usted conoce? .	120
Apéndice I. Tabla de Frecuencia 9: ¿Conoce usted las aplicaciones digitales que ofrece el banco a que pertenece?	121
Apéndice J. Tabla de frecuencia 10: ¿En la actualidad maneja con facilidad los servicios digitales ofrecidos por su banco?.....	122
Apéndice K. Tabla de Frecuencia 11: ¿Indique los factores por el cual no usas la plataforma digital?	123
Apéndice L. Tabla de Frecuencia 12: ¿Con qué frecuencia utiliza la plataforma digital?	124
Apéndice M. Tabla de frecuencia 13: ¿Cuáles servicios utilizan con mayor frecuencia dentro de las aplicaciones?. (Puede seleccionar varias)	125
Apéndice N. Tabla de frecuencia 14: ¿Qué tan fácil es utilizar las aplicaciones digitales ofrecidas por la institución bancaria?.....	126
Apéndice O. Tabla de frecuencia 15: ¿Cómo califica usted la garantía brindada por el banco a que perteneces en relación a los servicios digitales ofrecidos?	127
Apéndice P. Tabla de frecuencia 16: ¿Qué tan confiable es para usted la seguridad de la plataforma digital de la institución bancaria a que perteneces?	128
Apéndice Q. Tabla de frecuencia 17: ¿Ha sido objeto de alguna acción fraudulenta en la plataforma digital por parte de hacker cibernéticos?.....	129
Apéndice R. Tabla de frecuencia 18: ¿En relación a la solución del problema de acciones fraudulentas, que tan satisfecho(a) se siente usted de la respuesta recibida?	130
Apéndice S. Tabla de frecuencia 19: ¿Qué tan satisfecho se encuentra usted con los servicios digitales ofrecidos por el banco?	131
Apéndice T. Operacionalización de las variables.....	132
ANEXOS	
Anexo A. Misión, Valores	133
Anexo B. Fotos referentes a la institución del Scotiabank de la ciudad de Santiago.....	134
Anexo C. Figura del Modelo de Aceptación de Tecnología original	135

Resumen

La tecnología, el internet, las redes sociales han hecho que el mundo cambie, la información está al instante, los bancos no escapan a dicho movimiento. Esta investigación fue basada en escudriñar cuál es el nivel de aceptación de la banca digital en clientes del Scotiabank de la ciudad Santiago, identificar el nivel de uso, la facilidad con que es usada esta, de la misma manera medir el nivel de confiabilidad, la seguridad de la plataforma digital al momento de ser utilizada. En relación a la metodología empleada, el enfoque empleado para dicha investigación fue el cuantitativo, ya que se utilizó la correlación y el análisis de los datos para probar los objetivos específicos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico. Con relación al diseño, se utilizó el No Experimental, para los fines correspondientes no hubo manipulación de las diferentes variables que fueron medidas, el instrumento de recolección de datos fue mediante el cuestionario, aplicado a una muestra de doscientos clientes de la banca personal, se recolectaron los datos en los alrededores de las diferentes instituciones bancarias de la localidad. Una vez tabulados y graficados se procedió a la interpretación, análisis de los resultados, concluyendo que: un porcentaje importantes de clientes mayores de 45 años afirmaron que sí utilizan la plataforma digital. Indicaron que la plataforma es amigable y fácil de comprender, de usar, y que es de gran seguridad. De igual manera se hicieron las recomendaciones de lugar para mejorar las debilidades encontradas, como fue la percepción de usabilidad, el nivel de satisfacción, y de confiabilidad.

CONCLUSIONES

En relación al objetivo específico número uno. Identificar el grado de conocimiento que tienen los clientes del Scotiabank sobre los servicios de banca digital ofrecidos por esta institución. En dicha tesis se identificó que el 86.5% dijo tener discernimiento de la plataforma. Otro aspecto importante que corroboró este objetivo fue lo relativo a los servicios digitales conocidos por los clientes, donde la consulta de saldos de cuentas ocupó la primera posición con un 32%, seguido de los estados de cuentas, transferencia de fondo, y pago de factura, con un 17.50% cada uno.

Se concluyó que las estrategias desarrolladas por el Scotiabank para dar a conocer la plataforma digital, cumplieron su cometido. De hecho, se observa en los medios de difusión masiva y las redes sociales el empeño que los directivos de dicho banco están realizando para seguir dando a conocer la banca digital a nivel nacional.

En el segundo objetivo específico. Evaluar el nivel de uso por parte de los clientes del Scotiabank de la banca digital ofrecida en la actualidad. El 83.50% respondieron utilizar la banca online, un 3% dijo utilizar tanto la plataforma digital como presentarse en las diferentes sucursales de la institución (presencial)

Otros de los indicadores relacionado a la usabilidad es el referente a la facilidad en el manejo de los servicios digitales ofrecidos por el banco, el 83.50% manifestó manejar de manera efectiva la plataforma.

De estos resultados se concluye que al entrar a la plataforma digital del Scotiabank, los clientes pueden realizar sus transacciones sin inconvenientes, navegar abiertamente, visualizando fácilmente cada los íconos buscados. Se corroboró lo antes dicho, al hacer referencia a la frecuencia de uso, donde el 68.86% de los encuestados afirmaron usarla siempre y casi siempre.

El tercer objetivo específico. Determinar el nivel de confianza sobre la oferta de la banca digital que tienen los clientes del Scotiabank.

Para poder concluir este objetivo se desglosó en varios indicadores, entre ellos: se midió el nivel de confianza relacionado con la seguridad de la plataforma digital, donde el 50.90% manifestó que es confiable, seguido del 26.35% que apuntó ser muy confiable, o sea un 77.25% en ambas respuestas, apenas el 5.99% declaró ser nada confiable.

En ese sentido el banco sigue teniendo buena reputación en cuanto a la seguridad cibernética, corroborado cuando a los encuestados se le preguntó si habían sido objeto de acciones fraudulentas en la plataforma digital por parte de delincuentes cibernéticos, el 94.61% contestó que nunca fueron objetos de fraude, a diferencia de un 5.99% que respondieron que sí.

El nivel de confianza también fue el relacionado a la garantía brindada por el banco en relación a los servicios digitales ofrecidos, el 71.26% afirmaron ser muy bueno y bueno. De esta manera colocó el banco en una buena posición ante sus clientes. Sin embargo, se evidencia que hay debilidades que deben ser atendidas de inmediato, ya que el 25.15 % se consideran indiferentes ante el nivel de garantía, como el 3.59% lo catalogó de mala.

El cuarto objetivo específico. Medir el nivel de satisfacción de los clientes del Scotiabank al uso de la banca digital.

El 70.66% de los encuestados declararon estar muy satisfecho y satisfecho, de la usabilidad de esta modalidad de banca, sin embargo, el 23.95% declararon sentirse ni satisfecho ni insatisfecho, o sea indiferentes ante esta indagatoria, seguido de un 5.39% que declararon estar insatisfecho y muy insatisfecho.

En relación al objetivo general, en el cual se propuso “Determinar el Nivel de Aceptación de la Banca Digital en los Clientes del Scotiabank de la Ciudad de Santiago, período enero-marzo del 2020, entre las inquietudes que propiciaron el desarrollo de esta tesis, fue lo relativo a las declaraciones hechas en el 2018 por el licenciado Ignacio Deschamps, ejecutivo presidente de banca internacional de esta institución, donde planteó que para el 2021 apenas el 10% de la población mundial estaría utilizando los servicios bancarios de manera presencial.

De igual manera los datos ofrecidos por la Asociación de Bancos de la República Dominicana en el 2018, donde planteaban el incremento exponencial de la banca electrónica y digital, pasando de 245,873 transacciones a 963,455 del 2011 al 2017 en el país. En otro litoral, las inquietudes de miembros ejecutivos del banco intervenido de la ciudad de Santiago, los cuales manifestaron la inquietud de cómo responderían los clientes, de por si análogos en el uso de

computadoras, medios electrónicos sofisticados, redes sociales a la implementación de esta modalidad de banca digital de manera definitiva.

Las investigaciones realizadas concluyeron que el 86.50% de los usuarios utilizan los servicios digitales del Scotiabank de manera fácil y amigable. Dichos datos corroboran los ofrecidos por la Asociación de Bancos de la República Dominicana, (A.B.A), en cuanto al incremento del uso de la banca digital, al igual las aseveraciones hechas por Deschamps en el 2018, ya que la banca dominicana, entre estos el Scotiabank, se encaminan a pasos firmes a la usabilidad casi total de la plataforma digital.

Los resultados analizados en dicha investigación hacen que se resalten la adaptación de los diferentes perfiles de clientes que utilizan la plataforma, como son: los análogos digitales, migrantes, nativos, entre otros, así como la confianza que brinda el banco a cada uno de ellos al momento de ingresar y navegar en dicho portal.

Dichos niveles de aceptación también se sustentan en otros cimientos, tres de ellos ya fueron planteados en párrafos anteriores, otros son: la seguridad cibernética ofrecida en su plataforma, el seguimiento y solución a cualquier problemática de esa índole, el servicio recibido por representantes online del banco. Al conjugar todos resultados, hacen que el cliente del Scotiabank se sienta confiado y satisfecho.

En otro orden, se concluye que un porcentaje importante de clientes manifestaron sentirse insatisfecho e indiferentes a esta modalidad, lo que enciende una alarma de mejoras al modelo de banca digital implementado por el Scotiabank.

Al concluir de manera general esta tesis, la cual se basó en la investigación del nivel de aceptación de la banca digital de los clientes del Scotiabank de la ciudad de Santiago. Se evidenció que los usuarios de la banca personal aceptan la plataforma digital (banca digital) como una herramienta positiva, confiable y fácil de usar, para la realización de sus operaciones bancarias.

Otros aspectos tomados en cuenta al momento de aceptar esta nueva modalidad de banca es la garantía que ofrece la institución en aspectos como ciberseguridad, desempeño de la plataforma, de la misma manera, la satisfacción que genera el servicio digital ofrecido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABA. (julio de 2014). *Asociacion de Bancos Comerciales de la Republica Dominicana*. Recuperado el 20 de diciembre de 2019, de Composicion del Sistema Financiero de la Republica Dominicana: <https://www.aba.org.do/index.php/graficos-educativos-aba/4707-composicion-del-sistema-financiero-de-republica-dominicana>
- ABA. (septiembre de 2018). *Asociacion de Bancos Comerciales de R.D.* Recuperado el 30 de marzo de 2019, de -Desarrollo de la Banca Digital en República Dominicana y sus Perspectivas ABA-09-2018: <http://www.aba.org.do/images/pdf/ABA-09-2018-Desarrollo-de-la-Banca-Digital-en-la-RD-y-sus-Perspectivas.pdf>
- Actual, D. (s.f.). *Diccionario Actual*. Recuperado el 20 de Diciembre de 2019, de Diccionario Actual: <https://diccionarioactual.com/aceptacion/>
- Ambler. (1997).
- Arango, B. G. (2017). *Diferencias entre Baby Boomers y las generaciones XYZ*. Recuperado el 18 de 12 de 2019, de <http://begonagonzalez.com/generacionxyz/>
- Asociacion de Bancos Comerciales de la Republica Dominicana. (2018 de septiembre de 2018). *-Desarrollo de la Banca Digital en República Dominicana y sus Perspectivas ABA-09-2018*. Recuperado el 31 de marzo de 2019, de -Desarrollo de la Banca Digital en República Dominicana y sus Perspectivas ABA-09-2018: <http://www.aba.org.do/images/pdf/ABA-09-2018-Desarrollo-de-la-Banca-Digital-en-la-RD-y-sus-Perspectivas.pdf>
- Asociación de Bancos Comerciales R.D. (septiembre de 2018). *ABA*. Recuperado el 31 de marzo de 2019, de -Desarrollo de la Banca Digital en República Dominicana y sus Perspectivas ABA-09-2018: <http://www.aba.org.do/images/pdf/ABA-09-2018-Desarrollo-de-la-Banca-Digital-en-la-RD-y-sus-Perspectivas.pdf>
- Asociacion de Bancos Comerciales, R. (Septiembre de 2018). *ABA*. Recuperado el 18 de 12 de 2019, de Desarrollo de la Banca Digital en República Dominicana y sus Perspectivas ABA-09-2018: <https://www.aba.org.do/images/pdf/ABA-09-2018-Desarrollo-de-la-Banca-Digital-en-la-RD-y-sus-Perspectivas.pdf>
- Asociación de Bancos de la Republica Dominicana. (Septiembre de 2018). *Asociacion de Bancos Comerciales de la Republica Dominica*. Recuperado el 24 de Febrero de 2020,

de Desarrollo de la Banca Digital en República Dominicana y sus Perspectivas ABA-09-2018:

file:///C:/Users/user/Documents/MASTRIA%20GESTION%20DE%20MARTING/TALLER%20DE%20TESIS%20I/DESARROLLO%20DE%20LA%20TESISI/ABA-09-2018-Desarrollo-de-la-Banca-Digital-en-la-RD-y-sus-Perspectivas%20httpwww.aba.org.doimagespdfABA-09-2018-Desarrollo-de-la-Banca-D

Baena, G. (2017). Metodología de la Investigación. En G. M. Paz, *Metodología de la Investigación* (pág. 92). Cuernavaca, México, Cuernavaca, México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.

Banco Central de la República Dominicana. (5 de Mayo de 2019). *Banco Central de la República Dominicana*. Recuperado el 19 de diciembre de 2019, de Realizan en Banco Central reunión de inicio de trabajos conjuntos para revisar la Ley No. 53-07 contra Crímenes y Delitos de Alta Tecnología: <https://www.bancentral.gov.do/a/d/4535-realizan-en-banco-central-reunion-de-inicio-de-trabajos-conjuntos-para-revisar-la-ley-no-5307-contr-crmenes-y-delitos-de-alta-tecnologia>

Bermejo, S. T. (marzo de 2019). *La Influencia De Las Innovaciones Digitales Como Impulsor*. Recuperado el 17 de 2 de 2020, de file:///C:/Users/user/Documents/MASTRIA%20GESTION%20DE%20MARTING/TESES%20DE%20GRADO/T-MACIAS%20BERMEJO%20TATIANA%20MARISOL%20%E2%80%9CLa%20Influencia%20De%20Las%20Innovaciones%20Digitales%20Como%20Impulsor.pdf

Centro Superior de altos estudios Internacionales, 2. (20 de 12 de 2019). *El Concepto de comunicación Digital en la actualidad*. Obtenido de <https://www.esdesignbarcelona.com/int/expertos-diseno/el-concepto-de-comunicacion-digital-en-la-actualidad>

Cortiñas, H. N. (2011). *La Banca en República Dominicana*. Obtenido de Superintendencia de Bancos: <https://www.sib.gob.do/pdf/La-Banca-en-Republica-Dominicana-Ayer-y-Hoy.pdf>

Definicion.mx/usar/. (s.f.). Recuperado el 13 de 2 de 2020, de <https://definicion.mx/usar/>

- Delia, C. (18 de marzo de 2010). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. Recuperado el 14 de abril de 2020, de Jóvenes, migraciones digitales y brecha tecnológica: <http://www.scielo.org.mx/pdf/rmcps/v52n209/v52n209a8.pdf>
- Dinero, E. (14 de 11 de 2019). *Cómo funciona el sistema Financiero Digital*. Recuperado el 7 de 5 de 2020, de <https://www.dinero.com/management/articulo/banca-digital-como-funciona-el-sistema-financiero-digital/279084>
- Economipedia. (2012). *Economipedia*. Recuperado el 20 de 12 de 2019, de <https://economipedia.com/definiciones/telemarketing.html>
- EL CONGRESO NACIONAL de la República Dominicana, Ley No. 53-07. Sobre Crímenes y Delitos de Al Tecnología. (noviembre de 2001). República Dominicana, República Dominicana: Congreso Nacional de la República Dominicana.
- Española, L. R. (2019). *Real Academia Española*. Recuperado el 20 de diciembre de 2019, de Escepticismo: <https://dle.rae.es/escepticismo>
- Estanga, G. (2018). *genwords*. Recuperado el 19 de diciembre de 2019, de Tendencias del Marketing Digital para la industria Financiera en 2019: <https://www.genwords.com/blog/marketing-digital-para-la-industria-financiera>
- Exposito, I. C. (25 de agosto de 2017). *Así son las generaciones y sus hábitos financieros*. Recuperado el 19 de diciembre de 2019, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/asi-generaciones-habitos-financieros/>
- Felaban. (ABRIL de 11 de 2018). *Ciberseguridad: Una prioridad para el sector bancario*. Recuperado el 14 de abril de 2020, de <https://www.felaban.net/noticia.php?id=241>
- Felaban. (junio de 2019). *Ciberseguridad*. Recuperado el 19 de diciembre de 2019, de ABABOLETIN: <https://aba.org.do/images/documentos/Boletines/abril---junio-aba-boletinweb.pdf>
- González, D. (11 de 02 de 2020). *Cobis, Corp.com*. Recuperado el 7 de 5 de 2020, de Cómo la banca digital ha transformado la vida de los usuarios: <https://blog.cobiscorp.com/beneficios-banca-digital>
- Google. (s.f.). Recuperado el 8 de 2 de 2020, de https://www.google.com.do/search?ei=zE8_XpyEic-y5gKf5pmoCA&q=satisfaccion%2C+concepto&oq=satisfaccion%2C+concepto&gs_l

- =psy-ab.3..0i7i30l10.3485.6474..8294...0.2..0.300.2043.0j11j1j1.....0....1..gws-wiz.....0i71j0i67j0i131i67.US1yOGmQbRM&ved=0ahUKEwicmo
- Graus. (2013). *Significados.com*. Obtenido de Significados.com:
<https://www.significados.com/conocimiento/>
- Hernández, A. K. (2017). *Maestria Gestion de Marting*. Obtenido de EL DESARROLLO DE LA BANCA ELECTRÓNICA Y LA:
file:///C:/Users/user/Documents/MASTRIA%20GESTION%20DE%20MARTING/TALLER%20DE%20TESIS%20I/DESARROLLO%20DE%20LA%20TESISI/TESIS%20SOBRE%20INVESTIGACION%20DE%20BANCA%20DIGITAL/2017_Gonzales-Hern%C3%A1ndez,%20tesis.pdf
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento>. (5 de febrero de 2020). *Conocimiento*. Recuperado el 8 de febrero de 2020, de Wikipedia:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento>
- <https://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento>. (5 de 2 de 2020). *Conocimiento*. Recuperado el 8 de 2 de 2020, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Conocimiento>
- Inocencia, M. (s/a). *IMPORTANCIA DEL CONOCIMIENTO EN LA BANCA ONLINE*. Recuperado el 5 de 05 de 2020, de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/896/icb.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jimenez, K. C. (31 de enero de 2020). *El Financiero*. Recuperado el 14 de abril de 2020, de Tecnología: <https://www.elfinancierocr.com/tecnologia/que-son-los-neobanks-las-firmas-que-capturan-los/WIIYK2UFLJDAJOULPZBIJSKNOA/story/?outputType=amp-type>
- Juarez, E. (12 de septiembre de 2018). *El Economista*. Recuperado el 2019 de marzo de 2019, de Scotiabank apuesta por lo digital:
<https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Scotiabank-apuesta-por-lo-digital-20180912-0158.html>
- Julián, P. (2015). *Definicion.de/plataforma-virtual*. Recuperado el 20 de diciembre de 2019, de <https://definicion.de/plataforma-virtual/>
- Kabato, I. (s.f.). *psicoadapta. Centro de psicología*. Obtenido de <https://www.psicoadapta.es/blog/que-es-la-aceptacion-en-psicologia/>

- Latina, B. d. (2016). *Serie Politias Publicas y Transformacion Productiva*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2019, de La Revolucion de las Empresas Fintech y el Futuro de la Banca:
<https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/976/FOLLETO%20N24%20VFINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Latina, B. d. (2016). *Serie Politicas Publicas y Transformacion Productiva*. Recuperado el 18 de 12 de 2019, de La Revolucion de las empresas Fintech y el futuro de la Banca:
<https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/976/FOLLETO%20N24%20VFINAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- López, A. (25 de msrzo de 2020). *A Arturo López Valera*. Recuperado el 7 de 5 de 2020, de ALTO PORCENTAJE POBLACIÓN SIN ACCESO A LA BANCA DIGITAL:
<https://arturolopezvalerio.com/2020/03/25/sin-acceso-banca-digital/>
- Ludlow, M. C. (1998). *El Dato Numismatico de Mexico*. Obtenido de El Dato:
<https://eldatonumismatico.wordpress.com/la-banca-en-latinoamerica/>
- María, N. (12 de diciembre de 2008). *EESTRATEGIA Y TÉCNICA DEL DISEÑO DE INVESTIGACIÓN*. Obtenido de file:///C:/Users/user/Downloads/5190-Texto%20del%20art%C3%ADculo-17744-1-10-20140314.pdf
- Medina, G. (31 de Julio de 2018). *El Dinero*. Recuperado el 15 de Octubre de 2019, de Banca:
<https://www.eldinero.com.do/64434/el-34-de-la-poblacion-dominicana-utiliza-internet-banking/>
- Mendez, R. B. (noviembre de 2018). *Proyecto de Tesina*. Recuperado el 18 de diciembre de 2019, de Transformacion digital de la banca Multiplke en la Republica Dominicana:
file:///C:/Users/user/Documents/MASTRIA%20GESTION%20DE%20MARTING/TESES%20DE%20GRADO/Proyecto_PortorrealRobinson%20BANCA%20DIGITAL%20EN%20REPUBLICA%20DOMINICANA.pdf
- Niño Rojas, V. M. (2011). Como se ejecuta el Proyecto. En V. M. Niño Rojas, *Metodología de la investigación* (pág. 103). Colombia, Bogotá: Ediciones de la U.
- Noboa, D. (Septiembre de 2015). *Escuelas de Empresas*. Recuperado el 17 de 12 de 2019, de https://www.usfq.edu.ec/sobre_la_usfq/servicios/educacion/escuela_de_empresas/Documents/articulos/La%20Banca%20del%20Futuro-Banca%20Digital-DianeNoboa-Sept2015.pdf

- Oficina Nacional de Estadística (ONE). (s.f.). *Educación*. Recuperado el 31 de marzo de 2019, de Educación: <https://www.one.gob.do/sociales/educacion>
- Oficina Nacional de Estadística. (2014). *Perfiles Estadísticos Provinciales*. Recuperado el 31 de marzo de 2019, de Provincia de Santiago: [file:///C:/Users/user/Downloads/Perfil%20Estad%20C3%ADstico%20Provincial.%20Provincia%20Santiago%20\(1\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Perfil%20Estad%20C3%ADstico%20Provincial.%20Provincia%20Santiago%20(1)%20(1).pdf)
- ONE. (s.f.). *Tu municipio en cifras*. Recuperado el 31 de marzo de 2019, de Tu municipio en cifras: <file:///C:/Users/user/Downloads/Santiago.pdf>
- Peter Yamakawa. (17 de julio de 2013). *Maestría Gestión de Marketing*. Recuperado el 21 de 2 de 2020, de Factores que influyen en la utilización de los servicios de banca móvil en el Perú: <file:///C:/Users/user/Documents/MASTRIA%20GESTION%20DE%20MARTING/ASESORIA%20TESIS/DESARROLLO%20DE%20LA%20TESIS,%20ASESORADA%20POR%20ALENADRO%20NU%20C3%91EZ,%2028,%20001,%202020/Dialnet-FactoresQueInfluyenEnLaUtilizacionDeLosServiciosDe-5096820.pdf>
- Rojas, L. (2016). *La Revolución de las Empresas Fintech y el futuro de la Banca*. (E. CAF, Editor) Recuperado el 17 de diciembre de 2019, de Series políticas y públicas y Transformación Productiva: <file:///C:/Users/user/Documents/MASTRIA%20GESTION%20DE%20MARTING/TESIS%20DE%20GRADO/LA%20REVOLUCI%20C3%93N%20de%20las%20FINTECH%20Y%20EL%20FUTURO%20DE%20LA%20BANCA.pdf>
- Rojas, L. (2017). *scioteca.caf.com*. (CAF, Editor) Recuperado el 2 de 03 de 2020, de Transformación Digital e Innovación Abierta en La Banca, Caso BBVA: <https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1026/FOLLETO%20N25%20CORR.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
- Rojas, V. (2011). ¿Cómo se entiende la investigación? En V. M. Niño Rojas, & E. d. U (Ed.), *Metodología de la Investigación* (pág. 26). Bogotá, Bogotá, Colombia.
- Rojas, V. M. (2011). En V. M. Rojas, *Metodología de la Investigación, Diseño y ejecución* (pág. 51). Bogotá, Bogotá, Colombia: Ediciones de la U.
- Sampiere, R. H. (2010). *Metodología de la Investigación*, 5ta ed. En R. H. Sampiere. Mexico, CV: MacGraw-Hill-Interamericana .

- Sampiere, R. H. (2010). Metodología de la Investigación. En R. H. Sampiere, *Concepción o elección del diseño* (Vol. 5ta ed, pág. 120). Mexico, CV: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampiere, R. H. (2010). Metodología de la Investigación. En R. H. Sampiere, & J. M. Chacón (Ed.), *Definiciones de los enfoques cuantitativos y cualitativos, sus similitudes y diferencias* (Vol. 5ta edición, pág. 4). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, D. R. (2014). Recolección de los Datos Cuantitativos. En D. R. Sampieri, *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. H. (2010). Metodología de la Investigación. En *Recolección de los datos cuantitativos* (pág. 201). Mexico, CV: McGraw-Hill-Interamericana, S:A. De CV.
- Sampieri, R. H. (2010). Selección de la muestra. En M. D. INVESTIGACIÓN, *Selección de la muestra* (pág. 174). Mexico, CV: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Sánchez, M. d. (2016). *GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA BANCA COMERCIAL*. Recuperado el 05 de 05 de 2020, de <https://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/5903/tfg-san-ges.pdf?sequence=1>
- Super Intendencia de Banco , d. (2018). *Historia de Super Intendencia de Banco e la Republica Dominicana*. Recuperado el 18 de 12 de 2019, de <https://www.sib.gob.do/acerca-de-la-sib/historia#:~:targetText=Los%20primeros%20indicios%20de%20regulaci%C3%B3n,S.%20A.%20en%20el%20a%C3%B1o%201869.&targetText=1530%20del%209%20de%20octubre,regulaci%C3%B3n%20del%20Sistema%20Financiero%20Dominicano>.
- Super Intendencia de Bancos, d. (2018). *Historia de SIB*. Obtenido de <https://www.sib.gob.do/acerca-de-la-sib/historia>
- Supliapp.com*. (21 de 08 de 2018). Recuperado el 20 de 12 de 2019, de <http://www.supliapp.com/blog/que-es-el-comercio-movil-y-porque-es-importante-para-tus-clientes-mayoristas/#.Xf1KsegzIV>
- TI, R. B. (26 de 12 de 2017). *byte TI*. Recuperado el 18 de 12 de 2019, de <https://revistabyte.es/actualidad-byte/big-data-sector-financiero-2/>

V12 Data. (s.f.). Recuperado el 19 de diciembre de 2019, de 25 Amazing Omnichannel Statistics every Marketer Should Know: <https://v12data.com/blog/25-amazing-omnichannel-statistics-every-marketer-should-know/>

Villao, J. (2016). *Análisis del Uso de la Banca Electronica en Personas Myores de 40 años*.

Recuperado el 01 de 05 de 2020, de Repositorio. ucsg:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/5570/1/T-UCSG-PRE-ESP-CIM-151.pdf>

Wikipedia. (13 de marzo de 2019). *Provincia de Santiago (República Dominicana)*.

Recuperado el 31 de marzo de 2019, de Provincia de Santiago (República Dominicana):

[https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Santiago_\(Rep%C3%BAblica_Dominicana\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Provincia_de_Santiago_(Rep%C3%BAblica_Dominicana)))

Wikipedia. (11 de 12 de 2019). Recuperado el 20 de 12 de 2019, de

<https://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>

wikipedia. (16 de noviembre de 2019). *Banco*. (Wikipedia, Editor) Recuperado el 20 de

diciembre de 2019, de Banco: <https://es.wikipedia.org/wiki/Banco>

Wikipedia. (28 de noviembre de 2019). *Seguridad informática*. Recuperado el 19 de diciembre

de 2019, de Seguridad informática:

https://es.wikipedia.org/wiki/Seguridad_inform%C3%A1tica

Zineldin. (1995).

INSTRUCCIONES PARA LA CONSULTA DEL TEXTO COMPLETO:

Para consultar el texto completo de esta tesis debe dirigirse a la Sala Digital del Departamento de Biblioteca de la Universidad Abierta para Adultos, UAPA.

Dirección

Biblioteca de la Sede – Santiago

Av. Hispanoamericana #100, Thomén, Santiago, República Dominicana

809-724-0266, ext. 276; biblioteca@uapa.edu.do

Biblioteca del Recinto Santo Domingo Oriental

Calle 5-W Esq. 2W, Urbanización Lucerna, Santo Domingo Este, República Dominicana. Tel.: 809-483-0100, ext. 245. biblioteca@uapa.edu.do

Biblioteca del Recinto Cibao Oriental, Nagua

Calle 1ra, Urb Alfonso Alonso, Nagua, República Dominicana.

809-584-7021, ext. 230. biblioteca@uapa.edu.do