



UNIVERSIDAD
NACIONAL
AUTÓNOMA DE
NICARAGUA,
MANAGUA
UNAN - MANAGUA

Facultad Regional Multidisciplinaria de Estelí, FAREM-Estelí.

**USO Y APROVECHAMIENTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS
PARA LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE BANCO
AVANZ SUCURSAL ESTELÍ EN EL AÑO 2020.**

Seminario de Graduación

V Administración de Empresas

Autor:

Roger Alberto Rivera Betancourt

Docente:

Dra. Beverly Castillo Herrera.

10 de noviembre del 2020.



AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme alcanzar un logro más en mi vida.

A mi madre por siempre ha sido ese motor que me ha impulsado, me ha ayudado cada momento, que ha querido siempre lo mejor para mí.

A mis profesores que con su enseñanza lograron construir un nuevo profesional y en especial a Dra. Beverly Castillo que con su motivación e ingenio compartió sus conocimientos para finalizar esta carrera.

Asimismo, a la UNAN-FAREM por mantener siempre altos estándares en la preparación de profesionales con integridad y las competencias necesarias para contribuir al desarrollo del país.

Mis amistades cercanas que me ayudaron e incentivaron a seguir luchando ante las adversidades.

INDICE

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1. ANTECEDENTES	10
1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	14
1.3. PREGUNTAS PROBLEMA	17
1.3.1. PREGUNTA GENERAL	17
1.3.2 PREGUNTAS ESPECÍFICAS	17
1.4. JUSTIFICACIÓN	18
CAPITULO II. OBJETIVOS	19
2.1. OBJETIVO GENERAL	19
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
CAPITULO III. MARCO TEORICO	19
3.1.1. OPERACIONES DE LOS BANCOS	20
3.1.2. SIGILO BANCARIO	21
3.1.3. INCORPORACIÓN DE SISTEMAS COMPUTARIZADOS Y OTROS. VALOR DE LAS COPIAS	23
3.2. TECNOLOGIAS EN EL SECTOR FINANCIERO	23
3.2.1. TARJETAS DE CRÉDITO	26
3.2.1.1. TIPOS DE TARJETAS DE CREDITO	28
3.2.1.2. BENEFICIOS DE LA TARJETA DE CRÉDITO	29
3.2.1.3 VENTAJAS PARA EL USUARIO	30
3.2.1.4. DESVENTAJAS PARA EL USUARIO	31
3.2.2. LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS	32

3.2.3. E-BANKING	33
3.2.3.1. CARACTERÍSTICAS DEL E-BANKING	34
3.3. CLIENTES	35
3.3.1. FACTORES DE IMPACTO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE POR MEDIOS ELECTRÓNICOS	36
3.4. FIDELIZACIÓN	41
3.4.1. IMPORTANCIA DE LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES	42
3.4.2. ELEMENTOS DE LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	42
3.4.3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA FIDELIZACION	43
3.4.4. TIPOS DE FIDELIZACION	44
CAPITULO IV. HIPOTESIS U OPERACIONALIZACION POR OBJETIVOS ESPECIFICOS	46
4.1. CUADRO DE OPERACIONALIZACION POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS	46
4.2. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	48
4.2.1 CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	48
CAPITULO V. METODOLOGIA	49
5.1 TIPO DE ESTUDIO	49
5.2. UNIVERSO	49
5.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MUNICIPIO DE ESTELÍ	50
5.3 MUESTRA	51
5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DATOS	52
5.5. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN	53
5.5.1. ETAPA I: INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	53

5.5.2. ETAPA II: ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS	53
5.5.3. ETAPA III: TRABAJO DE CAMPO	54
5.5.4. ETAPA IV: ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DE DOCUMENTO FINAL.	55
CAPITULO VI: RESULTADOS	55
6.1 DESCRIPCION DE BANCO AVANZ	55
6.1.1 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	57
6.1.2 GOBIERNO CORPORATIVO: JUNTA DIRECTIVA, DIGNATARIOS Y PRINCIPALES EJECUTIVOS	57
6.1.3 SUCURSALES	62
6.1.4 ORGANIGRAMA	63
6.2 PRODUCTOS BANCARIOS	65
6.2.1 CUENTA DE AHORRO	65
6.2.2 DEPÓSITO A PLAZO FIJO	65
6.2.3 CUENTA CORRIENTE	66
6.2.4 CRÉDITO STANDARD	67
6.2.5 LÍNEA DE CRÉDITO	68
6.3 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA PLATAFORMA DE BANCO AVANZ	69
6.3.1 ATM	69
6.3.2 SMART ATM	70
6.3.3 TARJETA DE DEBITO	72
6.3.4 TARJETA DE CRÉDITO	73
6.3.5 E-BANKING	75
6.3.6 TRANSFERENCIAS	78

6.3.7 KIOSCO DE AUTOSERVICIOS	86
6.3.8 SUCURSAL TELEFÓNICA	87
6.3.9 BUZÓN DE CHEQUES	88
6.3.10 PUNTOXPRESS	89
6.3.11 PUNTO FÁCIL NICARAGUA	90
6.4. CARACTERIZACIÓN DE LOS CLIENTES QUE UTILIZAN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN BANCO AVANZ	90
6.5. VALORACIÓN DE LOS CLIENTES SOBRE EL USO Y ACCESO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN BANCO AVANZ.	93
6.5.1. RELACIÓN DE LOS CLIENTES CON BANCO AVANZ	93
6.5.2 ACCESO Y USO DE LA TECNOLOGÍA DEL BANCO	96
6.5.3 VALORACIÓN DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DEL BANCO AVANZ	100
6.5.4 VALORACIÓN DE CALIDAD DE ATENCIÓN DE CLIENTES DE BANCO AVANZ	102
6.6. ESTRATEGIAS PARA APROVECHAMIENTO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DE BANCO AVANZ	107
6.6.1 F.O.D.A.	107
6.6.2 PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES DE BANCO AVANZ	108
CAPITULO VII: CONCLUSIONES	111
CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES	112

BIBLIOGRAFIA	113
ANEXOS:	116
Anexo 1 Sucursales, Áreas Autoservicio y Cajeros Automáticos	116
Anexo 2 BANCARED	117
Anexo 3 Guía de Usuario de la Aplicación Avanz Móvil	119
Anexo 4 PuntoXpress Departamento de Estelí	140
Anexo 5 Punto Fácil Nicaragua	141
Anexo 6 Formato de Guía de Observación	142
Anexo 7 Formato de Encuesta a Clientes	143
Anexo 8 Formato de Entrevista a Clientes	148
Anexo 9 Formato de Entrevista a Funcionario	149
Anexo 10 Formato de Entrevista a Asesor de Clientes	151
Anexo 11 Formato de Entrevista a Técnico	153

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN EMPRESARIAL
USO Y APROVECHAMIENTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS
PARA LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES DE BANCO AVANZ
SUCURSAL ESTELÍ. PERIODO 2019-2020

RESUMEN

La presente Investigación tiene como propósito llevar al estudio de la necesidad de conocer situaciones de nuestro entorno social, económico financiero y cultural que son esenciales para nuestra comprensión y desarrollo profesional, preparándonos para la integración social y laboral. Este tema de gestión empresarial se ha abordado una de las temáticas importantes en la actualidad como es la competitividad y la productividad que esta a su vez tiene que ver con la innovación y la tecnología que las empresas, negocios o instituciones utilizan en los procesos de producción, comercialización y servicios. El uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías la fidelización de los clientes de Banco AVANZ sucursal Estelí en el año 2020 que es el tema que se está estudiando encontramos que el banco diseña su estrategia para retener y fidelizar a sus clientes a través de la experiencia del uso y aprovechamientos de medios electrónicos, obteniendo beneficios de seguridad calidad y ahorro de tiempo en la gestión bancaria y permitiendo así tiempo para atención de sus negocios teniendo al banco más accesible, pero esto se lleva a cabo con una buena atención y explicación del manejo de la tecnología disponible, el seguimiento y promociones que haga que el cliente mantenga el interés, y un mantenimiento constante que le dé a los clientes la seguridad de sus gestiones.

Palabras claves: Aprovechamiento, Tecnología, Fidelización, Clientes, Banco AVANZ

RESEARCH LINE: BUSINESS MANAGEMENT

USE AND TAKING ADVANTAGE OF NEW TECHNOLOGIES FOR THE LOYALTY OF BANCO AVANZ SUCURSAL ESTELÍ CUSTOMERS. PERIOD 2019-2020

SUMMARY

The purpose of this research is to study the need to know situations in our social, economic, financial and cultural environment that are essential for our understanding and professional development, preparing us for social and labor integration. This business management issue has been addressed one of the important issues in the update, such as competitiveness and productivity, which in turn has to do with innovation and technology that companies, businesses or institutions use in production processes, marketing and services. The use and exploitation of new technologies to retain customers of Banco AVANZ Estelí branch in 2020, which is the subject under study, we find that the bank designs its strategy to retain and retain its customers through the experience of the use and exploitation of electronic media, obtaining benefits of security, quality and time saving in bank management and thus allowing time for business attention having the bank more accessible, but this is carried out with good attention and explanation of the handling of the available technology, the follow-up and promotions that make the client keep the interest, and a constant maintenance that gives the clients the security of their efforts.

Keywords: Utilization, Technology, Loyalty, Clients, Bank AVANZ

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. ANTECEDENTES

En la preparación de los antecedentes de esta investigación se procedió a la búsqueda en la biblioteca Urania Zelaya de la Facultad Regional Multidisciplinaria FAREM - Estelí, el repositorio de la UNAN y páginas de internet como lo es google académico, la cual como tema central está basada en la Competitividad y Productividad, específicamente en la Innovación, Tecnología de procesos, aplicada a la fidelización de los clientes con el uso y aprovechamiento de nuevas tecnologías en el sector bancario obteniendo los siguientes resultados:

Hasta el momento de la elaboración de este documento no se ha identificado un estudio similar a esta temática, pero, si se ha encontrado investigaciones relacionadas en tesis de seminarios de graduación, y tesis de doctorados, que se enfocan en la tecnología y la fidelización de los clientes en el sector bancario y otras empresas.

Del 2014 Tesis de Seminario de Graduación para optar a título de Licenciatura en Administración de Empresas elaborado por José González Navarrete, Keylin Ruiz Reyes y Mileyda Ruiz González, UNAN FAREM-ESTELI, donde realizan estudio del “Efectos de las estrategias empresariales de los Agentes BANPRO en la satisfacción de los clientes de la ciudad de Estelí en el año 2014”, donde se tiene como objetivo determinar los efectos de las estrategias empresariales de los Agentes BANPRO y el diseño de nuevas propuestas que mejore la satisfacción de los clientes y agentes en la ciudad de Estelí, este tipo de estudio es cualitativa porque aborda valora la oportunidades de la utilización de los Agentes BANPRO y su relación en la satisfacción de los clientes. (Gonzalez Navarrete, Ruiz Reyes, & Ruiz Gonzalez , 2014)

Este estudio está relacionado al tema de investigación ya que ambos bancos están en la implementación de medios alternos que permitan la satisfacción y la fidelización de los clientes, permitiendo nuevas alternativas que llenen de seguridad a los usuarios que buscan opciones para

ahorrar tiempo y ampliar así la cobertura de atención y agilización en las operaciones bancarias de los clientes.

Del 2017 se encontró tesis para optar a título de Administración de Empresas elaborada por Josseling Chavarría G, Franco Navarrete G, Josseling Chavarría P, UNAN FAREM – ESTELI, donde abordan el tema “Efectos del endeudamiento de los clientes que tiene tarjetas de crédito en BANPRO sucursal Estelí en el I Semestre del año 2016”, donde se aborda el endeudamiento de los clientes con el uso de las tarjetas de crédito y como tratar de reducir sus efectos. Este fue un estudio cualitativo. Sus principales resultados incluyen recomendaciones para la institución de brindar asesoramiento financiero completa a los clientes para no permitir un aumento en el nivel de morosidad. Además, a los clientes los insta a la lectura del contrato que celebran con el banco, solicitar asesoramiento aclarando todas las dudas, y limitarse a realizar un gasto controlado y un presupuesto de obligaciones que les permita hacer un buen uso de la tarjeta de crédito. (Chavarría G, Navarrete G, & Chavarría P, 2017)

Esta investigación se relaciona con el tema de investigación porque el cliente en el sector bancario es la prioridad para el desarrollo de la institución, por lo tanto la innovación y la tecnología van de la mano para crear esa fidelización que el banco desea a largo plazo, fomentando el uso adecuado de los medios que pone a la disposición del cliente como es la tarjeta de crédito y el uso adecuado, siempre y cuando que el banco proporcione a los clientes de una manera clara, accesible la información de su manejo y que estos se encuentren satisfechos con el servicio.

En 2019 se realizó el estudio para optar al grado de Master en Gerencia Empresarial, elaborado por Laynes Enrique Arbizu Jirón donde aborda la “Incidencia del uso de los canales alternos del Banco de la Producción, BANPRO en el manejo de las finanzas de los estudiantes becados del turno nocturno de la FAREM Estelí en el año 2017 – 2018” donde se llega a la conclusión que la Billetera Móvil es uno de los canales usados por los estudiantes luego el Agente BANPRO y ATM, esto debido a que es el sistema utilizado por la universidad para el pago de becas, pero los estudiantes no realizan ningún ahorro y presentan cierta dificultad al inicio por falta de capacitación en el manejo de la aplicación, se recomendó una mayor seguimiento a sobre los

error de conexión e implementar programas de capacitación para los comercios afiliados, interés por parte de los estudiantes para conocer los canales alternos y sobre finanzas personales para un mejor aprovechamientos de sus ingresos (Arbizu Jiron, 2019)

Este tema de investigación evidencia que el uso de los medios electrónicos dispuestos los bancos son alternativas amigables al manejo y que ayudan al ahorro de tiempo y fácil acceso desde distintos puntos, además un medio para fomentar el ahorro; pero siempre acompañada de una buena información de su manejo, para cumplir así los propósitos planteados de eficiencia y descongestionamiento de las sucursales para la atención de nuevas oportunidades de negocios.

En el año 2017 de FAREM – Matagalpa se realizó una tesis para optar al grado de Master por Michael Huete Matus sobre la “Incidencia en el uso de los canales de servicios alternos Agentes BANPRO en la zona urbana del municipio de Matagalpa durante el periodo 2017” el objetivo principal de esta investigación es analizar los factores que indiquen en el uso de los canales de servicios alternos con el objetivo de caracterizar los canales de servicios alternos en los Agentes BANPRO identificando factores económicos técnicos, tecnológicos y organizacionales que inciden en el poco uso de los mismo (Huete Matus, 2017)

Presentan múltiples beneficios para los clientes, los propietarios del agente y la sucursal bancaria entre los más destacados se encuentra reducción de tiempos de espera reducción de gastos de movilización, más puntos de atención cercana del hogar, mayor horarios extendidos y personalizado diferenciación del comercio ante la competencia, ingresos económicos extras como pago de comisiones y regalías, publicidad masiva gratis, mayor cobertura y bancarización pero también encontró que uno de los factores más incidentes en el poco uso de los agentes BANPRO son el desconocimiento de la ubicación de los agentes por parte de los clientes.

En relación a la investigación se muestra como los canales alternos contribuyen a simplificar la realización de operaciones bancarias, con más flexibilidad y ahorro de tiempo y dinero las cuales acompañadas de publicidad, explicando de una manera sencilla para la comprensión de su uso, ayudan a un mayor desarrollo cumpliendo así una mayor fidelización de los clientes de Banco AVANZ.

Otra tesis del 2016 para Seminario de graduación para optar al título de Licenciadas en Mercadotecnia de la UNAN - MANAGUA titulada “Marketing de Servicios: Instrumentos de mercadeo de servicio para lograr la captación de nuevos clientes proporcionarles valor, satisfacción, retención y fidelización”; elaborada por Maykeling Martínez Gutiérrez y María Félix Pérez Sánchez es un estudio cualitativo y reseña la importancia del marketing, características y evolución, la importancia de los clientes, su satisfacción en la atención que debe prestarse para mantener una cadena de seguimiento de fidelización para la retención de los clientes : (Martinez Gutierrez & Perez Sanchez, 2016)

Desde el punto de vista del Marketing contribuye a este estudio ya que a través del marketing se da a conocer a los clientes los nuevos medios alternos de atención que Banco AVANZ ofrece a sus clientes, y ayuda a que se mantengan informados y ayuda a la fidelización hacia el banco, creando inquietudes de estos nuevos servicios y acercando al cliente para aclararlas.

Tesis para optar al Título de Ingeniería en Sistemas de Información habla sobre el “Estudio del desempeño empresarial de los hoteles en la ciudad de León, con el uso de redes sociales como herramientas publicitarias digitales, en el periodo junio a octubre 2017” elaborado por Alicia Andino Rivera. Este es un estudio descriptivo. Aborda el tema del internet y los dispositivos móviles como canal de expansión como herramientas de publicidad digital masivas para hacer negocios y captar nuevos clientes para mejorar su experiencia con la institución. (Andino Rivera, 2017)

Este estudio se relaciona con esta investigación por el uso de la tecnología y redes sociales ya que provoca un crecimiento en el sector hotelero de León, por lo que el sector bancario no se puede excluir de esta forma de aumentar su número de clientes y poder fidelizarlos a largo plazo mediante la tecnología y llegar a los distintos usuarios en cualquier momento, creando amplia cobertura e interacción.

Se concluye que se han realizados estudios para valora la importancia y efectos de los medios eléctricos que influencia tienen en el desarrollo de una institución y como estos pueden llegar a ser medios para la fidelización de los clientes.

Con este estudio se conocerán los medios tecnológicos dispuestos a los clientes por parte de Banco AVANZ, cuales son las dificultades que tiene los clientes en su manejo y cual son las razones que influyen en la fidelización lo que permitirá sugerir alternativas para un mayor uso de canales alternos y para que los clientes se sientas satisfechos y seguros con los servicios prestados valorando las ventajas de la tecnología y una relación a largo plazo con el banco.

1.2. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El sistema Financiero en Nicaragua (SFN) inicio en 2015 la implementación del uso de nuevas tecnologías en los productos y servicios prestados a la población, para su popularización y expansión haciéndola más accesible por medio nuevas tecnologías.

Según informe publicado en el 2018 por la Cámara Nicaragüense de Internet y Telecomunicaciones (CANITEL), el país alcanzo una buena cobertura de los servicios de telefonía móviles celular, con el 100 por ciento de los municipios con algún tipo de tecnología y el 85% de la población con cobertura de Internet móvil. (Camara Nicaraguense de Internet y Telecomunicaciones, Enero 2018, pág. 5)

Banco AVANZ sucursal Estelí, ofrece sus servicios financieros especializados e innovadores de alta calidad de una forma visionaria para crear soluciones de alto valor a sus clientes basados en su experiencia en la banca.

El concepto *One Stop Banking* (Una Sola parada o en una sola ventanilla) ofrece tanto los servicios de caja como los de atención de servicio bancario, permite al cliente tener a disposición atención en sus operaciones en efectivo y asesoramiento sobre los nuevos productos y servicios que ofrece el banco para una excelente experiencia.

También la implementación de Cajeros Automáticos (ATM) con el uso de tarjetas de débito y crédito con chip integrado para mayor seguridad del cliente, en todas sus sucursales para estar a la disposición de los clientes donde les permite realizar depósitos o retiros de manera inmediata en un área dispuesta 24/7 para mayor satisfacción de sus operaciones. Además de los ATM dispuesto en las sucursales de AVANZ se ha realizado una alianza comercial entre los Bancos AVANZ, BDF y Ficohsa para unir esfuerzos y crear BANCARED que es la nueva red de cajeros automáticos que suman 100 a nivel nacional de estos tres bancos donde se pueden realizar retiros y consulta de saldos con sus tarjetas de débito sin ningún costo.

También se cuenta con un kiosco de auto consulta donde puede verse el estado de cuenta de sus cuentas de ahorro y corriente, y así no se utiliza las tradicionales libretas, siendo esta una campaña de ahorro de papel contribuyendo con el medio ambiente y ahorro de recursos, también en este kiosco se puede realizar pagos de servicios, transferencias y el registro de cheques para generar un comprobante y realizar el uso del buzón de cheques el cual no necesita de ningún asesor de clientes para realizar esta operación, esto permite estar disponible siempre las 24 horas y ahorra tiempo al momento de visitar el banco solo por depositar un cheque.

Muchos clientes con esta nueva formas de atención que ha implementado Banco Avanz, ha creado cierta apatía, que aunque tiene acceso a un celular, muchos no cuentan con un celular digital, y aunque sean clientes de hace tiempo con el banco, no desean acceder a la banca electrónica (E-banking) estando acostumbrados a la forma tradicional de presentarse al banco y solicitar un deposito a otro cliente en el mismo banco u otro banco del SFN y no se sienten seguros por falta de acompañamiento en la realización de las operaciones con E-banking.

Una de las ventajas del uso al e-banking es el acceso que se tiene a las transferencias interbancarias la cual se realiza a través de la Cámara de Compensación Automatizada o ACH (siglas en inglés), la cual permite la transferencia de fondos desde la comodidad de sus casa o negocio pueden hacerse a cualquiera de los bancos del SFN las 24 horas del día siendo más accesibles para el pago de tarjetas de crédito, depósitos a cuentas en otros bancos sin el riesgo de un asalto por el traslado de dinero en efectivo.

También el no uso de la libreta de ahorro tradicional, el cual se ha eliminado, ha creado cierta inseguridad entre algunos clientes que han estado acostumbrados a llevar el control de sus retiros y depósitos en las libretas, y no se familiarizan a en la consulta a través de los medios electrónicos ya sea desde el kiosco o desde el e-banking los cuales permiten mayor privacidad de sus saldos en las cuentas.

Los ATM ha sido uno de los medios que ha puesto a disposición de los clientes los retiro y depósitos en la sucursal del banco de una manera más ágil permitiendo así disponer a los clientes de sus ahorros en cualquier momento, realizando operaciones con su tarjeta de débito o crédito de forma rápida el acceso a su efectivo, poder realizar también pago en los establecimientos, servicios básicos de una forma más rápido y segura. Pero, muchas veces el no uso de las tarjetas de débito hace que estas se desactiven y también el no familiarizarse con este producto hace que se olviden el PIN y esto provoca retrasos en restablecerse provocando apatía a los clientes.

Otros de los medios a la disposición de los clientes es la Sucursal Telefónica donde les permite hacer realizar gestiones como bloqueo de tarjetas de débito o crédito por perdida, desbloqueo de sus usuarios de e-banking, solicitud de chequeras, tarjetas de débito, constancias, códigos para depósitos en ATM, estados de cuentas a través de correos electrónicos quejas y reclamos desde la comunidad de su casa o negocio de forma rápida y segura. La problemática que se presenta es que los clientes no realizan sus gestiones a través de este medio debido a desconocimiento del uso, el cual desde su casa o negocio pueden acceder a dichas gestiones sin presentarse con un asesor de cliente en el banco, ahorrándoles tiempo.

Igualmente, la falta de conocimientos crea a los usuarios inseguridad en los procesos de manejo de banca electrónica o la implementación de nuevos equipos que consideran de difícil manejo o por cultura se mantiene la idea de una banca tradicional de filas, efectivo, libretas entre otros.

La insatisfacción generada en los clientes y en muchas ocasiones se traduce en un mal servicio provocando pérdida de tiempo y hasta la pérdida del cliente en la búsqueda de un sistema bancario más convencional. En la página web del banco se encuentra las guías para el manejo

de la aplicación de AVANZ Móvil en el celular, como se realizan los tipos de transferencias y pagos de tarjetas de crédito información útil y detallada pero poco accesible a los clientes, que necesitan una forma ágil a sus dudas.

1.3. PREGUNTAS PROBLEMA

1.3.1. PREGUNTA GENERAL

¿De qué manera el uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías contribuye a la fidelización de los clientes de Banco AVANZ sucursal Estelí en el año 2020?

1.3.2. PREGUNTAS ESPECÍFICAS

1. ¿Cuáles son las características de las nuevas tecnologías que ha implementado Banco AVANZ hasta ahora en el 2020?
2. ¿Qué características tienen los clientes que utilizan las nuevas tecnologías implementadas por Banco AVANZ de la sucursal de Estelí?
3. ¿Cuáles son las capacidades y conocimientos que tienen los clientes para usar la nueva tecnología dispuesta por el banco?
4. ¿Cuáles son ventajas identificadas por los clientes al utilizar las nuevas tecnologías que ofrece Banco AVANZ en la sucursal de Estelí?
5. ¿Cuáles son las dificultades que identifican los clientes al utilizar con el uso de las nuevas tecnologías implementadas por el banco?
6. ¿Cuáles serían las mejores acciones que debería implementar Banco AVANZ para la fidelización del uso y aprovechamiento de la tecnología?

1.4. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es sobre el impacto que tiene el uso de la tecnología para la fidelización de los clientes de Banco AVANZ, este tema ayuda a afianzar los conocimientos adquiridos de las distintas materias recibidas, para poder entender como estudiante los procesos de gestión empresarial más específicamente en la innovación y tecnológicos que se desarrollan en las instituciones y adquirir nuevas experiencias.

Este estudio les permitirá a Banco AVANZ conocer como retener a los clientes evitando que estos migren a la competencia por el trato tradicional de la banca. Tomando así las decisiones de inversión en estrategias, programas e modificaciones de las instalaciones para satisfacer las necesidades y preferencias de sus clientes, creando relaciones más estrechas e interacción provechosa de los productos y servicios que el banco ofrece.

Es así que esta investigación permitirá a Banco AVANZ mayor aprovechamiento de los recursos que se ponen a la disposición de los clientes, uniendo el lado tecnológico que hasta el momento no ha sido tomado en cuenta para una investigación, debido a que la banca ha venido cambiando poco a poco, modernizando algunos procesos e implementando algunas alternativas de atención para llegar a más clientes y que estos se sientan seguros y satisfechos a permanezcan a largo plazo.

Asimismo, será una fuente de aprovechamiento para los clientes porque les permite conocer los beneficios que conlleva el uso de la tecnología en la realización de sus operaciones en los medios electrónicos, proporcionándoles ahorro de tiempo, dinero, agilidad y respaldo.

También como estudiantes esta investigación seguirá contribuyendo a la base de información de la universidad para la exploración y enriquecimientos de experiencias de nuevas investigaciones que ayudara a reformar los conocimientos adquiridos y puesto en práctica en la sociedad, sobre los factores que ocasionan la fidelización de los clientes desde la temática del uso de la tecnología y crear estrategias de mejoras y aprovechamientos.

CAPITULO II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

2.1. OBJETIVO GENERAL

Analizar los resultados del uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías para la identificación de una estrategia que incida en la fidelización de los clientes de Banco AVANZ sucursal Estelí en el año 2020.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Describir las características de las nuevas tecnologías que implementa Banco AVANZ para la fidelización de los clientes en la sucursal de Estelí.
2. Caracterizar a los clientes que utilizan las nuevas tecnologías implementadas por Banco AVANZ en la fidelidad de los clientes
3. Analizar el acceso y uso de las nuevas tecnologías por los clientes de Banco AVANZ en la sucursal de Estelí
4. Proponer estrategias que permitan el aprovechamiento de la tecnología para la fidelización de los clientes de Banco AVANZ.

CAPITULO III. MARCO TEORICO

En esta investigación se han precisado tres ejes teóricos que son: 1) Entidades bancarias, 2) Tecnologías en el sector financiero; y 3) Clientes. A continuación, se detallan las definiciones para cada eje teórico:

3.1. ENTIDADES BANCARIAS

Conforme al Arto 2 del Capítulo I Definiciones y Autorizaciones de la Ley 561 “Ley General de Bancos, Instituciones Financieras no Bancarias y Grupos Financieros”, aprobada el 27 de octubre de 2005 y publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 232 del 30 de noviembre de 2005. Son bancos las instituciones financieras autorizadas como tales, dedicadas habitualmente a realizar operaciones de intermediación con recursos obtenidos del público en forma de depósitos o a cualquier otro título, y a prestar otros servicios financieros.

3.1.1. OPERACIONES DE LOS BANCOS

De acuerdo al Arto 53 de la Ley 561 “Ley General de Bancos, Instituciones Financieras no Bancarias y Grupos Financieros”, aprobada el 27 de octubre de 2005 y publicada en La Gaceta, Diario Oficial N°. 232 del 30 de noviembre de 2005, los bancos podrán efectuar las siguientes operaciones:

1. Otorgar créditos en general, sea en moneda nacional o extranjera y cobrarlos en la misma moneda en que se otorgaron;
2. Aceptar letras de cambio y otros documentos de crédito girados contra ellos mismos o avalar los que sean contra otras personas y expedir cartas de crédito;
3. Celebrar contratos de apertura de créditos, realizar operaciones de descuentos y conceder adelantos;
4. Realizar operaciones de factoraje;
5. Realizar operaciones de arrendamiento financiero y operativo
6. Emitir o administrar medios de pago tales como tarjetas de crédito, tarjetas de débito y cheques de viajero;
7. Otorgar fianzas, avales y garantías que constituyan obligaciones de pago. Previa verificación de los términos y condiciones pactadas, las fianzas, avales y garantías emitidas por una institución bancaria deberán ser honradas por esta en lo que corresponda, con la presentación del documento original que las contiene y la manifestación del beneficiario

acerca del incumplimiento del avalado, afianzado o garantizado. El Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos podrá dictar normas generales que regulen estas operaciones;

8. Efectuar operaciones con divisas o monedas extranjeras;
9. Mantener activos y pasivos en moneda extranjera;
10. Participar en el mercado secundario de hipotecas;
11. Efectuar operaciones de titularización de activos;
12. Negociar por su propia cuenta o por cuenta de terceros:
 - a) Instrumentos de mercado monetario tales como pagarés y certificados de depósitos;
 - b) Operaciones de comercio internacional;
 - c) Contratos de futuro, opciones y productos financieros similares;
 - d) Toda clase de valores mobiliarios, tales como: Bonos, cédulas, participaciones y otros; en el caso de inversiones en acciones o participaciones, se procederá de acuerdo al Artículo 57, numeral 1 de la Ley 561.

Además, podrán realizar cualquiera otra operación de naturaleza financiera que apruebe de manera general el Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos. El Consejo Directivo de la Superintendencia está facultado para dictar normas administrativas de carácter general, respecto a la ejecución de cualquiera de las operaciones antes mencionadas, sean realizadas estas por los bancos o por instituciones financieras no bancarias. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005, pág. 26)

3.1.2. SIGILO BANCARIO

Los bancos y demás instituciones reguladas no podrán dar informes de las operaciones pasivas que celebren con sus clientes sino, según fuere el caso, a sus representantes legales o a quienes tengan poder para retirar fondos o para intervenir en la operación de que se trate, salvo cuando lo autorice expresamente el cliente o cuando lo pidiese la autoridad judicial en virtud de causa que estuviere conociendo, mediante orden escrita en la que se debe expresar dicha causa respecto a la cual esté vinculado el depositante, ahorrador o suscriptor. En caso de fallecimiento

del depositante podrá suministrársele información al beneficiario si los hubiere. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005, pág. 58)

En base al artículo 113 de la Ley 561 “Ley General de Bancos, Instituciones Financieras no Bancarias y Grupos Financieros”, quedan exceptuados de estas disposiciones las siguientes:

1. Los requerimientos que en esa materia demande el Superintendente de Bancos. Asimismo, el Superintendente está facultado para procesar información en materia de legitimación de capitales conforme lo dispongan las leyes y los tratados internacionales.
2. La información que soliciten otras empresas bancarias como parte del proceso administrativo normal para la aprobación de operaciones con sus clientes.
3. Las publicaciones que por cualquier medio realicen los bancos de los nombres de clientes en mora o en cobro judicial, así como de aquellos clientes que libren cheques sin fondo.
4. La información que se canalice a través de convenios de intercambio y de cooperación suscritos por el Superintendente con autoridades supervisoras financieras nacionales o de otros países.
5. Las otras excepciones que contemple la ley.

Ninguna autoridad administrativa, exceptuándose a la Superintendencia y a la Unidad de Análisis Financiero, podrá solicitar directamente a los Bancos y otras instituciones financieras supervisadas, información particular o individual de sus clientes darse a conocer a las autoridades e instituciones. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005, pág. 59)

Las operaciones activas y de prestación de servicios que los bancos celebren con sus clientes están sujetas a reserva y solo podrán darse a conocer a las autoridades e instituciones indicadas en los numerales anteriores. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005, pág. 59)

3.1.3. INCORPORACIÓN DE SISTEMAS COMPUTARIZADOS Y OTROS. VALOR DE LAS COPIAS

Los bancos están autorizados para incorporar sistemas computarizados, electrónicos, de microfilmación o de cualquier índole en sus operaciones y servicios bancarios. El Consejo Directivo de la Superintendencia de Bancos está facultado para normar en la materia. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005, pág. 60)

Según el Arto 120 de la Ley 561, todos los bancos podrán usar los sistemas antes referidos de conformidad con las resoluciones, reglamentos existentes o que en el futuro se dicten para tales fines, por la entidad supervisora. Los documentos reproducidos conforme a los sistemas referidos en el presente Artículo tendrán pleno valor probatorio, siempre que los mecanismos utilizados para la reproducción no contravengan a las resoluciones o reglamentos respectivos, y que dichos documentos estén debidamente firmados por funcionario autorizado (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005, pág. 60)

3.2. TECNOLOGIAS EN EL SECTOR FINANCIERO

La banca ha sido uno de los sectores que ha sufrido importantes cambios en los últimos años, las entidades bancarias se han ocupado de cumplir con una regulación cada vez más exigente, mejorar su eficiencia y llevar a cabo procesos de fusiones que les permitieran crecer y ganar masa crítica, así como de buscar nuevas fuentes de ingresos. Todo ello se ha facilitado a través de una importante inversión tecnológica que tiene su cenit en la denominada “banca digital” Esto ha llevado a una situación en la que, si antes se veía la tecnología solo como soporte técnico del diseño del producto, hoy forma parte de su principal negocio y está presente en todo su ciclo de vida. (Soley, 2015, pág. 46)

La tecnología, además, ayuda a incrementar la eficiencia de los procesos bancarios, a su mecanización y a reducir el número de personas en tareas que no aportan valor añadido, en un

momento en el que los ingresos recurrentes de la banca son difíciles de obtener. (Soley, 2015, pág. 48)

El proceso de incorporación de la tecnología a la banca a partir del año 2000 provocó notables cambios en su estructura organizativa. Hoy en día, la mayoría de los bancos han optado por incorporar la banca especializada en Internet dentro de su propia estructura, creando, en algunos casos, departamentos encargados de su desarrollo

En lo que atañe al proceso seguido en la plena implantación de los procesos tecnológicos, ha tenido lugar en diferentes etapas y son (Soley, 2015, pág. 50)

Etapas 1 (previa a 2003): posibilidad de que el cliente bancario pudiese consultar desde su casa productos bancarios y operar online con productos que no implicaban incrementar el riesgo para la entidad bancaria:

- Transferencias.
- Pagos de recibos.
- Compraventa de valores.
- Operativa de fondos.

Etapas 2 (a partir del año 2003): acceso del cliente a la operativa que implicaba la asunción de riesgo por parte de la entidad bancaria:

- Aplazamientos de recibos.
- Aplazamientos de pagos de tarjetas.
- Operaciones de crédito

Hoy la implantación de la tecnología es tan capilar que permite la “personalización” de los productos y un servicio a la clientela de 24 horas 7 días a la semana. La banca digital también desarrolla la implantación del concepto “multicanalidad”, que permite al cliente escoger en todo momento uno u otro canal de distribución y cambiarlo según sus necesidades. La tecnología que

afecta no solo a los bancos, sino también al comportamiento de sus clientes, está permitiendo un cambio esencial en estas características. (Soley, 2015, pág. 51)

Así, las nuevas oficinas bancarias cuentan con una menor presión operativa. Así, ya en un gran parte se indica que solo se pueden hacer operaciones dentro de la sucursal si superan un cierto monto en las transacciones. Las operaciones menores deben hacerse en los cajeros automáticos o a través de Internet.

Aquí habría que destacar que la llegada de nuevas generaciones de clientes, con más conocimiento tecnológico, y los hábitos de trabajo facilitan este cambio de mentalidad y la tendencia del desarrollo de oficinas con personal especializado, con un mayor número de empleados, que, en muchas ocasiones, están cada vez más volcados en la actividad comercial. (Soley, 2015, pág. 52)

La tecnología puede ser también objeto de mala praxis y fraude. Un mundo bancario cada vez más digitalizado exige procesos y un cumplimiento normativo exhaustivo y eficaz. Posiblemente, en este ámbito todavía necesitamos mejorar el nivel de exigencia actual, dados los recientes casos de problemas de entidades bancarias con comerciantes individuales, que han generado pérdidas al saltarse las limitaciones prudenciales. Asimismo, en ocasiones, los sistemas de comercio automático han generado pérdidas millonarias en diferentes entidades, “al equivocarse” y realizar operaciones erróneas, incluso aunque se tratara de errores que apenas duraron unos minutos. (Soley, 2015, pág. 53)

A nivel individual, algunos de los riesgos vienen derivados de la tecnología, como la sustracción de claves de acceso y contraseñas que pueden permitir tener acceso a cuentas bancarias, pudiendo incluso llevar a cabo transferencias, o la posible utilización fraudulenta de los datos personales almacenados y analizados a través del nuevo mundo de error de datos. No obstante, se trata de casos muy aislados, ya que en la mayoría de entidades bancarias han reforzado fuertemente sus sistemas de seguridad para evitar este tipo de ataques. (Soley, 2015, pág. 53)

La operativa bancaria digitalizada necesita una forma de trabajar más exigente que aquella a la que estaba acostumbrada la banca con anterioridad, ya que se generan nuevos procesos e interacciones con el cliente fuera del ámbito tradicional de actuación de los bancos (las oficinas bancarias). Este nivel de exigencia conlleva, a su vez, la necesidad de un mejor gobierno corporativo donde ya no es válida aquella afirmación de que “todo vale” para alcanzar unos determinados beneficios. En el fondo, lo que de nuevo “está de moda” es reconocer que trabajar en banca es una profesión, y que lo mejor para todos es que se abstengan quienes no conozcan las reglas de juego. (Soley, 2015, pág. 53)

3.2.1. TARJETAS DE CRÉDITO

Es un medio de pago sin uso de efectivo, con un financiamiento automático a treinta días, sin costo. En cuanto a la historia de las tarjetas bancarias, esta se remonta al año 1914 cuando la Western Unión emitió la primera tarjeta de crédito al consumidor, pero en particular a sus clientes preferenciales. Hasta la primera mitad del siglo, otras empresas como hoteles, tiendas por departamentos y compañías gasolineras emitieron tarjetas de crédito para sus clientes (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 16)

Después de la Segunda Guerra Mundial, surgieron con renovado ímpetu nuevas tarjetas. Pero sólo fue hasta 1950 cuando salió la tarjeta Diners Club, que una misma tarjeta de crédito fue aceptada por una variedad de comercios. En 1951 el Franklin National Bank de Long Island, Nueva York, emitió una tarjeta que fue aceptada por los comercios locales y poco después alrededor de 100 bancos (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 16).

Sin embargo, como estas sólo funcionaban para un área de la banca local, "muy pocas podían generar suficientes ganancias para los bancos, por lo que muchos desaparecieron con la misma rapidez con que surgieron" (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, págs. 16-17)

Basados en esas pioneras, los bancos locales de los Estados Unidos de Norteamérica incursionaron en expedir sus propias tarjetas de crédito como sustitutas del cheque. Para los

años 60 se ofrecieron nuevas modalidades de pago diferidos en los saldos a pagar, lo que ofreció ingresos adicionales y mayor rentabilidad a los bancos, los cuales unidos en asociaciones o mediante convenios en todo el territorio norteamericano pudieron expedir tarjetas de crédito común, creando un sistema de carácter nacional, de donde surgieron las que hoy son grandes firmas de tarjetas que operan bajo los nombres de MasterCard Internacional y Visa Internacional, en el caso de Visa, sus antecedentes se remontan al año 1958 cuando el Bank of América comenzó a emitir la tarjeta de crédito BankAmericard en los Estados Unidos (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 17)

En otros países del mundo, nuevos programas de tarjetas eran lanzados, manejados siempre por bancos o por asociaciones de instituciones financieras, creando así sistemas mundiales de tarjetas bancarias de crédito (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 17)

La creación de la tarjeta bancaria de crédito no es más que el último eslabón en la cadena evolutiva del intercambio de valores. Además de que cumple con las tres funciones principales de un intercambio financiero, ya que transfiere fondos; es un instrumento de créditos y bajo los aspectos de seguridad contribuye a llenar la función de custodia de valores. También es un hecho que, debido al avance tecnológico y al crecimiento del mercado, las tarjetas de crédito han dejado de ser un instrumento clasista para introducirse en el mercado de las masas, lo que ha creado un aumento en las operaciones a nivel mundial (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 17)

Los elementos presentes en una tarjeta de crédito son: nombre del cliente, número del cliente, nombre de institución financiera, fecha de vencimiento, holograma, logo de la red de cajeros u otros servicios, banda para la firma Y banda magnética (que se encuentra al dorso y es una franja negra en la que se encuentran grabadas informaciones vitales sobre la tarjeta, información sobre el emisor). (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 17)

3.2.1.1. TIPOS DE TARJETAS DE CREDITO

Existen distintos tipos de tarjetas por su naturaleza y su objetivo final, el primer género de estas se divide en locales e internacionales, dependiendo del alcance que posean en cuanto a su capacidad de realizar transacciones en moneda diferente a la del país de origen, y son (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 18)

- En general, las llamadas Tarjetas de Crédito Internacionales se pueden utilizar en la compra de artículos en cualquier país del mundo, mientras que las Tarjetas de Crédito Locales se limitan a la realización de transacciones meramente en la moneda y país de su emisión.
- Existen también las llamadas Tarjetas de Crédito Convencionales, que son las que permiten al usuario pagar los consumos realizados a través de ella, ya sea por medio de plazos mensuales y/o una línea de crédito giratoria con el límite establecido por el ente emisor. Si se paga el monto adeudado completo al final del mes, no se cobran intereses. Más, sin embargo, si resta un saldo acreedor al banco, esta cobra los intereses a una tasa anual preestablecida, la cual difiere de acuerdo a la institución emisora.
- Dentro de este grupo también están las Tarjetas Premier, las cuales son iguales a las anteriores, pero con límites mayores de crédito, además de ciertos tipos de preferencia. Estas pertenecen cada vez más a un reducido mercado de usuarios dentro del mercado total de éstos. Otro tipo son las Tarjetas Corporativas que se emiten a favor de una compañía o institución, igual a las tarjetas de crédito privadas, con las cuales se pueden adquirir artículos sólo dentro de la empresa emisora de la misma.
- La compañía Visa ha diseñado una nueva modalidad de tarjeta donde el usuario puede pagar por la compra de un bien o servicio mediante el débito inmediato por el banco a su cuenta corriente personal. Las confirmaciones de estos débitos se realizan

electrónicamente, a través del mismo sistema de las tarjetas de crédito convencionales. En efecto una tarjeta de débito funciona como una cuenta de cheques libre de papeleo.

Existe una gran variedad de estas tarjetas que circulan en los mercados, dentro de las cuales destacan: MasterCard Internacional, Visa Internacional, Clásica Internacional, Clásica Local, Gold Internacional, Gold Local, Visa Empresarial, MasterCard Empresarial y American Express. Se utilizan en medios electrónicos, cajeros automáticos, se usan como medio de seguridad, en las transacciones a través del comercio electrónico y se utiliza también como requisito para brindar información del usuario a la hora de que este desee solicitar cualquier otro tipo de crédito para adquirir algún bien o servicio (Herrera, Manríquez, & Jerez, 2005, pág. 20)

3.2.1.2.BENEFICIOS DE LA TARJETA DE CRÉDITO

De acuerdo a Herrera, Manríquez & Jeréz (2005, págs. 20-21) los principales beneficios de la tarjeta de crédito son:

1. Beneficios económicos:

- Crédito de 30 días, automático y sin intereses.
- Crédito a mediano plazo sin intereses.
- Aumento de crédito automático según historial de pago.

2. Beneficios en cuanto a la seguridad:

- No se necesita andar con mucho dinero en efectivo.
- Se puede adquirir bienes y servicios hasta los límites de crédito.
- Protección personal contra accidentes en viajes.

3. Comodidad y rapidez:

- Permite dinero en efectivo de los cajeros automáticos.
- Facilidad de pagos de servicios a través del teléfono: agua, luz, teléfono, comida rápida.

4. Flexibilidad:

- Permite reservación y alquiler de carros y hoteles.
- Facilidad de financiamiento a través de extra crédito a prueba hasta 25% de sobregiro gratis.

5. Prestigio y Elegancia:

- El usuario es considerado como una persona moral y económicamente solvente.
- Le confiere al usuario prestigio y confiabilidad.

6. Control:

- Permiten la verificación y el control del balance de los gastos realizados.

3.2.1.3. VENTAJAS PARA EL USUARIO

Herrera, Manríquez & Jeréz (2005, pág. 22) anotan las principales ventajas de la tarjeta de crédito para un usuario:

1. Se ofrece crédito inmediato en numerosos establecimientos de todo el país y de todo género para la adquisición de bienes y servicios, sin que exista necesariamente alguna relación entre el usuario y el establecimiento afiliado.
2. La sustitución de manejo de efectivo y el uso de cheques mediante la emisión de un solo cheque mensual.
3. El prestigio que aporta al usuario, ya que constituye un medio de identificación y confiabilidad, entendiéndose que todo poseedor de una tarjeta de crédito ha sido debidamente depurado y puede considerársele una persona económica y moralmente solvente.
4. Sirve para mejorar la administración del dinero propio.
5. Para control presupuestario, ya que con una sola fuente de información o estado de cuenta se puede detectar con facilidad los excesos en algunos renglones y así facilitar el manejo racional del presupuesto familiar.

6. El usuario no necesita portar grandes sumas de dinero, eliminando así los riesgos innecesarios y evitando problemas ocasionados por la no aceptación de cheques.
7. Sirven para resolver emergencias, enfermedades, visitas inesperadas, salidas improvisadas, regalos de aniversario o cumpleaños, así como el aprovisionamiento de productos comestibles y de todo género de necesidades en situaciones no previstas.

3.2.1.4. DESVENTAJAS PARA EL USUARIO

Herrera, Manríquez & Jeréz (2005, pág. 23) anotan las principales desventajas de la tarjeta de crédito para un usuario:

1. La pérdida de tiempo en la transacción mientras autorizan el crédito.
2. La posibilidad de que se haga fraude en casos de mal uso intencional, robo o pérdida de la tarjeta.
3. Descontrol en gastos del usuario.
4. Uso excesivo del financiamiento, lo que obviamente va encareciendo en forma creciente el costo original de lo comprado.

La principal desventaja que acarrea el establecimiento afiliado al aceptar el pago de facturas a través del uso de tarjetas de crédito es la de no poder convertir facturas en efectivo en un plazo menor de 48 horas, al menos que este posea una cuenta bancaria con el banco emisor de la tarjeta, a través de la cual podrá realizar un depósito del monto de las transacciones de tarjetas de crédito y girar sobre la misma casi inmediatamente. (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 23)

Otra desventaja es el tiempo incurrido en la confirmación y aprobación de un crédito solicitado por un potencial cliente. (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 24)

En la actualidad, las tarjetas de crédito han jugado un rol crucial al aportar al desarrollo de las economías de los países más desarrollados; en la medida en que los consumidores llegan a tener

mayores facilidades para la adquisición de bienes y servicios, igualmente va creciendo la demanda en los distintos sectores del mercado. (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 24)

Otro aspecto que marca la importancia de las tarjetas de crédito es el hecho de que sirven para la adquisición de todo tipo de bienes de consumo masivo, llegando a formar parte significativa hasta del presupuesto doméstico de muchos hogares. De ahí que, de símbolos de alta categoría económica y social, las famosas tarjetas de crédito han pasado a convertirse en una prenda más común. (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 24)

3.2.2. LOS CAJEROS AUTOMÁTICOS

En los últimos años, aunque no nos hayamos detenido a pensarlo, todos hemos sido protagonistas de la automatización de las actividades bancarias. Amplias redes de cajeros automáticos que se distribuyen en todos los países nos facilitan operaciones que antes podían parecernos tediosas o muy consumidoras de tiempo. Y eso ha sido sólo el principio, porque con la llegada del Internet banking, la administración y el manejo de las cuentas bancarias se ha hecho tarea sencilla (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 24).

Una de las claves del éxito de esas máquinas: la comodidad que de encontrarlas casi en todas partes y la facilidad de acceder a ellas con el sólo uso de una tarjeta, que conteniendo un chip o una banda magnética otorgan un buen nivel de seguridad en las operaciones (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 25).

Con este panorama, los fabricantes que abastecen el mercado nacional de cajeros automáticos, (Diebold, NCR, Fujitsu y Olivetti) en la disputa por el mercado, han desatado una fuerte competencia en la que muestran lo mejor de sus desarrollos tecnológicos. Diebold, por ejemplo, prepara el lanzamiento de sus kioscos de autoservicios en los que se podrán realizar pagos de recibo telefónico, cambio de billetes por moneda fraccionaria, venta de vales de gasolina, timbres y boletos a espectáculos. NCR por su parte, introducirá al mercado, en el corto plazo, una máquina de alta seguridad a la que los usuarios accederán a través de un procedimiento de

identificación por medio de la lectura de sus pupilas en lugar del acostumbrado teclado del número confidencial. Fujitsu, en tanto, ofrecerá un cajero multifunciones con un gran número de dispositivos opcionales como impresora de libretas de ahorro, dispensador de tickets, dispositivos multimedia, monedero electrónico y un sistema de reconocimiento del usuario a través de su huella digital (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 25).

3.2.3. E-BANKING

Un problema que tenían las instituciones bancarias hasta hace algunos años era el de no poder prestar servicios bancarios durante 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año. La solución E-BANKING permite atender las operaciones de los clientes bancarios, de manera continua ya que es un producto escalable y flexible que se ajusta a las necesidades de las instituciones financieras y a la de las personas, esto en poco tiempo y a bajos costos (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 95)

El E-BANKING es una solución segura para brindar servicios de banca por Internet con la cual los usuarios podrán realizar transacciones y consultas en áreas y servicios tan diversos como así lo estipule cada institución y es una plataforma que se puede adaptar y conectar a cualquier sistema "Core banking". También puede personalizarse según los deseos e imagen corporativa que presenta cada institución (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 95).

La solución permite al usuario realizar diversas operaciones bancarias conectado por Internet. Esto representa un fuerte ahorro de esfuerzo y costo tanto para el usuario como para la institución bancaria. De acuerdo a lo anterior, se pueden observar iniciativas de e-banking multimedialmente, es decir, a través de todos los medios que provee la 96 tecnología (Internet, IVR, Centro de Contacto, kiosco Web, cajeros automáticos, WAP, SMS, etc.) (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 95)

3.2.3.1. CARACTERÍSTICAS DEL E-BANKING

Para Herrera, J. S., Manriquez, M. J., & Jerez, M. B. (2005, pag 96-99) las características del E-Banking son:

1. Comodidad

- Se podrán realizar todas sus operaciones sin salir de la oficina y en horarios más amplios que el de las sucursales de cualquier institución.
- Ahora desde cualquier computadora se podrá estar al tanto del dinero que se tiene, esto desde cualquier computadora con acceso a Internet.
- Se tiene la facilidad de transferir dinero a los proveedores o empleados sin emitir cheques y sin tener que desplazarse.
- Mayor control sobre el dinero
- Control preciso de los recursos al poder consultar en todo momento los saldos y movimientos.
- Todos los pagos que requiere para llevar el control del negocio están disponibles y a un clic de distancia.
- Administración de las finanzas del negocio, de manera muy fácil realizando operaciones entre sus cuentas e inversiones

2. Seguridad Total

Todas las operaciones viajan seguras a través de una llave de encriptamiento de 128 bits, lo que hace imposible que terceros logren interceptar información mientras viaja por Internet, además de contar con una clave de seguridad intransferible que será pedida cada vez que se entre al sistema y si fueses requerido para cada operación. El E-Banking siempre genera un comprobante que se puede imprimir después de realizada una transacción.

3. Transacciones

- Transferencias entre cuentas propias

- Transferencias hacia cuentas de tercero
- Pagos electrónicos de Servicios
- Compras de Servicios Diversos

4. Gestiones

- Solicitud de Chequeras
- Solicitud de Cheque de Gerencia
- Bloqueo de Cuentas, Cheques, Tarjetas de Crédito y Débito
- Requerimiento de efectivo
- Aceptación de Contratos
- Solicitudes varias

5. Servicios Empresariales

- Pago de Planilla/Nominas
- Pago a Proveedores

3.3 CLIENTES

Los Clientes constituyen el eje principal de cualquier empresa. existen varias clasificaciones de tipologías de clientes (Chiesa de Negri, 2005, pág. 97)

1. **Clientes directos activos:** son los clientes que al menos han realizado una compra en el último año.
2. **Clientes indirectos activos,** aquellos que han realizado al menos una compra en el último año, pero no es la misma empresa quien les factura.
3. **Clientes inactivos,** aquellos que en el último año han realizado ningún pedido. Podemos definirlos como aquellos clientes, que no han dejado aun de serlo, pero en el último año no han tenido la necesidad de solicita nuestros productos o servicios.

4. **Clientes perdidos:** aquellos no realizan compras. Los que han dejado de ser clientes nuevos y ahora satisfacen sus necesidades en la competencia. Los hemos podido perder por mala gestión en el momento de su fidelización, porque no han encontrado un producto sustitutivo mejor que el nuestro que cubre sus necesidades.
5. **Clientes potenciales;** aquellos con los que nos interesa tener relación comercial. Se definen como aquellos posibles clientes que aún no lo son, pero deseamos que lo sean.

3.3.1. FACTORES DE IMPACTO EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE POR MEDIOS ELECTRÓNICOS

Para Herrera, Manriquez & Jerez (2005, pag.50-58) los factores que impactan la atención al cliente utilizando medios electrónicos son:

1. Confianza

La confianza es un elemento básico en la relación del banco y su cliente, es la esencia de ésta, tomando en cuenta que el cliente le está confiando al banco una de sus posesiones más preciadas: su dinero. Esta afirmación adquiere mayor valor en el caso de la banca por Internet, dado que los servicios financieros en línea dependen aún más de la confianza de los usuarios. Ya no solo se trata de la credibilidad de las propias entidades y sus productos, sino las estrategias de comunicación que la entidad utilice para justificar al cliente su decisión de salir a Internet, a prestar sus servicios a través de una red tan pública como popular. Un lugar donde todo el mundo puede acceder: los que tienen las mejores intenciones, pero también los que tienen las peores.

El éxito de cada banco dependerá de su estrategia particular; la publicidad y el valor de la marca son muy importantes, pero en un mercado con bancos compitiendo con productos similares, donde el cliente tiene acceso rápido, barato y fácil a cada uno de ellos, la confianza que imprima cada marca es uno de los elementos más importantes en el proceso de elección del cliente.

Lo anterior ha obligado a las instituciones financieras a realizar importantes inversiones para garantizar otro factor de impacto en esta nueva relación virtual: la seguridad.

2. Seguridad

Las medidas generales de seguridad que un banco en Internet adopta son un aspecto en el que no se deben escatimar esfuerzos, ni recursos, dada la especial naturaleza del negocio. Es un factor fundamental si se quiere cimentar una relación de confianza con los clientes, seriamente preocupados por su intimidad y la seguridad de su dinero. Los actuales sistemas de seguridad en Internet se basan en cuatro aspectos básicos:

- a. Autenticación: tener certeza de quien está al otro lado del computador.
- b. Confidencialidad: solo el receptor podrá leer el mensaje
- c. Integridad: los datos serán completos y consistentes
- d. Irreputabilidad: las transacciones realizadas en Internet no podrán ser desconocidas por sus autores.

Un banco en Internet se presenta a sus clientes a través de la página Web. Esta es la cara y la interfaz a través del cual estos interactúan con sus activos, utilizando para ello un simple navegador. Como primera medida, la máquina donde dicha página está situada no es la máquina donde están los datos de los usuarios. Es una aplicación especial la que, cuando es necesario, accede a la máquina en la que se encuentran los datos reales de los usuarios.

La red a la que pertenece la máquina donde se halla ubicada la página Web del banco, está protegida por lo que se conoce como un muro de fuego (firewall en inglés). Quiere decir esto que hay una barrera ante ella que va a rechazar sistemáticamente todo intento de conexión no controlada, basándose en una política de reglas que se establecen en dicho muro. Es decir, sólo se admitirán determinadas conexiones, de determinadas procedencias.

Existe pues un primer nivel de seguridad física que protege los datos almacenados en el banco.

Además de esto la propia oficina virtual del banco en la página Web cuenta con ciertos elementos en los que se basa su sistema de seguridad, descritos a continuación:

- a. **Las claves:** Conocidas como clave personal, PIN (del inglés, personal identification number: número de identificación personal) o clave secreta. Cuando se accede al banco en Internet, se requiere un código de usuario y una contraseña, que se otorgan al contratar el servicio. En muchos casos, como medida adicional de seguridad, al tercer intento consecutivo erróneo el usuario es expulsado y deberá notificarlo a la entidad para la reactivación del servicio.
- b. **El certificado digital:** Un certificado es un documento electrónico, emitido por una entidad certificadora, que identifica de forma segura al poseedor del mismo, evitando la suplantación de identidad por terceros.

Es una herramienta que garantiza la identidad de los participantes en una transacción que requiera altos niveles de seguridad. Mediante éste la entidad demuestra a quien recibe la conexión que se trata realmente de la institución con quien desea conectarse. Esto se conoce con el nombre de autenticación.

- c. **Servidores seguros:** El servidor del banco es un servidor seguro, esto es, establece una conexión con el cliente de manera que la información circula a través de Internet encriptada, es decir codificada, lo que asegura que sea inteligible sólo para el servidor y el navegador que accede a la página Web, entendiéndose ambos mediante un protocolo especial de comunicación. De este modo, ninguna persona externa, que eventualmente estuviera espionando la transmisión de la información, podrá descifrar los datos confidenciales mientras viajan hacia y desde la red del banco.

Para que un servidor sea seguro es necesario que tenga un certificado emitido por una autoridad de certificación quien concede dicho certificado después de una exhaustiva comprobación de los datos aportados por la empresa solicitante. El usuario puede saber

que está conectado con un servidor seguro cuando en el navegador aparezca el símbolo correspondiente: un candado cerrado.

Se espera que la utilización de estos elementos aumente la confianza en las transacciones vía Internet en general y en las bancarias en particular, si bien no se puede garantizar que ningún sistema sea invulnerable. La mejor estrategia para los bancos en Internet es explicar al consumidor el enorme esfuerzo que se ha realizado para hacer de la red un canal seguro, y los riesgos que inevitablemente existen y existirán, y como minimizarlos. Debido a la infraestructura de este canal es difícil exigir seguridad total, pero lo que un cliente si le puede exigir al banco es sinceridad respecto al tema.

3. Accesibilidad

El surgimiento de los servicios de la banca a distancia, personalizados en sus primeros pasos en banca telefónica, ha traído como consecuencia un cambio del tipo de relación entre el cliente y el banco, tradicionalmente basado en la inevitable presencia física del cliente en la sucursal. Se pueden realizar gestiones desde cualquier parte y no se requieren avanzados conocimientos de informática, pues los sistemas están elaborados en función a la intuición de los usuarios y la familiaridad con los mismos se obtiene en poco tiempo.

En los sitios Web que ofrecen actualmente los distintos bancos, se puede observar que la tendencia es procurar una mayor participación o interactividad entre el usuario y el banco. Cada vez más, el usuario puede sentirse desde su propia casa o lugar de trabajo como si estuviera en las mismas oficinas de la entidad, lo que le permite visitar su banco con más periodicidad que nunca antes.

La banca por Internet también permite al cliente de servicios financieros poder evaluar las distintas ofertas disponibles en el mercado. El poder de decisión está desplazándose hacia los clientes en la medida que la accesibilidad a través de Internet ofrece fundamentalmente tres ventajas. En primer lugar, una elección instantánea a más de un proveedor distinto. En segundo

lugar, una facilidad de comparar precios de cada una de las entidades financieras y, por último, la supresión de barreras geográficas.

4. Calidad de Servicio

La globalización de la actividad económica ha traído una consecuencia inesperada, la cual es la disminución de la lealtad de los clientes, los que enfrentados a una enorme variedad de ofertas de productos y servicios que, a primera vista, no se diferencian entre ellos, se han transformado en un mercado exigente que responde enérgicamente a la calidad del servicio recibido.

La banca por Internet no escapa de esta realidad y para enfrentar este problema, las entidades financieras deben descubrir nuevos métodos para atraer y retener clientes, entregándoles una alta calidad de servicio durante sus contactos individuales, proceso que se conoce como de fidelización a través del servicio al cliente.

En la banca por Internet la relación del banco con el cliente adquiere nuevos matices, especialmente en el aspecto del contacto con el mismo. La banca a distancia, a través de las nuevas tecnologías, como es el caso de los cajeros automáticos y los servicios de banca por teléfono e Internet, reemplaza el contacto personal, por lo que se deben observar las condiciones que involucran estos nuevos canales de relación con el cliente.

No se trata de emular la atención personal a través de estos canales, sino más bien, hacer el mejor uso de estas herramientas tecnológicas para lograr satisfacer las necesidades del cliente, aún sin contar con su presencia. Es necesario entonces establecer nuevas estrategias en la gestión de atención a los clientes a través estos canales, y estas deben desarrollarse a partir de la nueva gama de posibilidades que ofrecen, que, en perspectiva en muchos casos, pueden ser incluso más convenientes para el cliente, que el tradicional contacto personal.

5. Transparencia

Uno de los soportes de la banca electrónica es la transparencia. Internet en general y las empresas en particular, actúan en la red como agregados de la oferta de las distintas entidades, y proporcionan al cliente una visión de conjunto, por lo tanto, aumentan su capacidad de elección. Pero, además, la red habilita al usuario para conocer exactamente qué contrata y qué va a obtener a cambio. Y lo que es más importante: le permite al usuario comparar entre distintas ofertas, con la posibilidad de determinar rápida y sencillamente cuál es la que más se adecua a sus necesidades. De este modo, se garantiza al usuario insatisfecho la opción de una alternativa mejor. Internet sitúa al usuario en una posición más equilibrada frente a las entidades, y éstas no sólo no han renunciado a este nuevo status, sino que lo fomentan, poniendo en manos de sus clientes los medios necesarios para que saquen el máximo partido de su dinero.

Esta nueva posición de ventaja del cliente no se observa solamente en la posibilidad de tener mayor información de los productos que ofrecen los distintos bancos, sino en conocer mejor los servicios que su propio banco le puede brindar. Muchas veces al ser atendidos en una sucursal, los clientes sólo reciben información del producto o servicio por el que originalmente establecieron contacto. A través de Internet el cliente tiene acceso a todos los productos en conjunto, con mayor libertad a obtener información o utilizar los que realmente le interesen, o los que satisfagan de mejor manera sus necesidades.

3.4. FIDELIZACIÓN

Según Mesen Figueroa, (2011, pág. 30) el concepto de Fidelización es pretende que los compradores o usuarios de los servicios de la empresa mantengan relaciones comerciales estables y continuas, o de largo plazo con ésta. Para ello se utilizan distintas técnicas que resultan atractivas a los clientes y nos permiten afianzar nuestra posición y asegurar ventas.

3.4.1. IMPORTANCIA DE LA FIDELIZACIÓN DE LOS CLIENTES

De acuerdo a Mesen Figueroa (2011, pág. 30) el principal beneficio de la fidelización de clientes es la mejora en la rentabilidad de la empresa, derivada de:

- a) “Incremento de las ventas de repetición.
- b) Incremento de las ventas cruzadas.
- c) Creación de referencias hacia otros clientes.
- d) Admisión de sobreprecio (reducción del riesgo de nuevas “expectativas”).
- e) Disminución de los costes de adquisición de clientes.
- f) Disminución de los costes de servir (aprendizaje

En mercados altamente competitivos y maduros, la fidelización es la única forma de sobrevivencia para las empresas.

3.4.2. ELEMENTOS DE LA FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

El cliente permanece por una idea de valor que se crea en su mente, por ejemplo: el producto en sí mismo, el servicio y la atención, el reconocimiento de la marca, la reputación del proveedor, la variedad de productos, la información o asesoría que se suministra con el producto, la vecindad (facilidad de acceso), el temor al cambio o el costo de cambio, los valores agregados, la innovación o los estímulos de compra como promociones y los programas de fidelización, entre otros. (Mesen Figueroa, 2011, pág. 31)

Debido a lo anterior, la empresa debe tener en cuenta todos estos elementos dentro de su plan de fidelización de clientes. Además, de acuerdo con el diseño de la estrategia existen otros elementos adicionales que se deben tener presentes para el logro del objetivo: (Mesen Figueroa, 2011, pág. 31)

- a) **Un marketing relacional adecuado:** el marketing relacional concierne a la atracción, desarrollo, mantenimiento y retención de relaciones con los clientes. La creación de clientes leales es el eje central del marketing de relaciones y para conseguirlos, las empresas deben incrementar los lazos con sus clientes ya que sólo de esta forma conseguirán su fidelización
- b) **Una política del cliente objetivo acertada:** puesto que la rentabilidad que representa cada cliente para la empresa varía de forma importante, es necesario que las organizaciones, antes de poner especial atención en la fidelidad de sus clientes, determinen previamente cuáles de ellos son los más valiosos para la compañía.
- c) **Una gestión del valor percibido, que produzca un grado de satisfacción suficiente:** al no ser posible fidelizar a un cliente insatisfecho, hoy en día los estudios de satisfacción de clientes son de vital importancia para la mayoría de empresas. En muchas compañías, éstos son realizados periódicamente como herramienta indispensable para corregir y mejora la a calidad del servicio brindado a los clientes. Adicionalmente, la comunicación efectiva con los clientes es de gran importancia, pues los clientes deben ser escuchados e informados y responder rápidamente a sus necesidades o quejas.

3.4.3. MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA FIDELIZACION

Algunas de las técnicas utilizadas para la evaluación de los programas de fidelización son las siguientes (Mesen Figueroa, 2011, pág. 31):

- a) Determinar si el cliente está dispuesto a defender la compra de los productos o servicios de la compañía, y recomendarlos a otros.
- b) Determinar si el cliente prefiere cambiar a las empresas competidoras en caso de que éstas lancen un producto superior, o si está dispuesto a esperar a que la empresa mejore su producto.
- c) Determinar si el cliente está dispuesto a pagar un sobreprecio por los productos de los competidores.

d) Preguntar a los nuevos clientes cómo ha llegado a la compañía u organización, si ha sido una recomendación de un antiguo cliente, un anuncio publicitario u otro medio lo que lo ha llevado a la selección.

e) Conversar directamente con los clientes para evaluar cómo perciben sus productos o el servicio, si lo volverían a adquirir y lo recomendarían, entre otras preguntas.

f) Aplicar, como las líneas aéreas, programas de millas o viajeros frecuentes; la cantidad de millas acumuladas significa la cantidad de veces que el cliente ha usado los servicios de la línea aérea.

g) Medir la pérdida y ganancia de clientes en un periodo determinado de tiempo; si la pérdida de clientes es mayor a la ganancia de estos, entonces no se están aplicando las técnicas correctas de retención de clientes.

3.4.4. TIPOS DE FIDELIZACION

Existen distintos sistemas de fidelización que se utilizan para realizar la captación y fidelización de los clientes, con este tipo de programas se pretende crear un vínculo entre las empresas y sus clientes, con el objetivo de fidelización e incrementar las ventas.

Algunos sistemas de fidelización son anotados por Mesen Figueroa (2011, pág. 32)

1. **Tarjetas de felicitación:** esta opción permite enviar a los clientes felicitaciones por su cumpleaños, Navidad u otra circunstancia mediante el almacenamiento de sus datos en el fichero electrónico.
2. **Comunicaciones personalizadas:** envió directo al consumidor de una serie de productos o servicios exclusivos, de edición limitada con un descuento especial.

Despierta el interés del cliente. Es necesario conocer al cliente para enviarle información de aquello que le puede resultar interesante.

3. **Cupones descuentos:** enviar una serie de descuentos para futuras compras tras haber superado una cantidad o tras adquisición de un determinado número de artículos.
4. **Descuentos:** rebajar una serie de productos para animar al cliente a comprar con el propósito de atraerlo y que se disponga a adquirir otros productos. Se puede realizar una rebaja en el precio de manera permanente a todos aquellos clientes que acudan de forma periódica a nuestros negocios.
5. **Regalos:** en alguna ocasión se puede regalar determinados artículos en función del volumen de compra, del importe o de promociones que se encuentren vigentes.
6. **Contrato de fidelidad:** colaboración entre la empresa y el usuario por el que se establece una relación comercial.
7. **Puntos de compra:** programas de acumulación de puntos tras la realización de compras de un importe determinado. Se acumulan en una cuenta del usuario y le permiten obtener ciertas ventajas a la hora de realizar una nueva compra. (Mesen Figueroa, 2011, pág. 32)
8. **C.R.M.:** son las siglas del término en inglés Customer Relationship Management que en español significa Gestión de la Relación con el Cliente, el cual establece que una empresa que se vuelca a sus clientes es una empresa que utiliza la información para obtener una ventaja competitiva y alcanzar el crecimiento y la rentabilidad, en su forma más generalizada, CRM puede ser considerado un conjunto de prácticas diseñadas, simplemente para poner a una empresa en contacto, mucho más cercano con sus clientes. De este modo aprende más cerca de cada uno con el objetivo más amplio de que cada uno sea más valioso incrementando el valor de la empresa.

Esta técnica se utiliza con el fin de conocer en profundidad al cliente, manejar toda la información posible acerca del cliente y saber en todo momento el tipo de relación que mantiene la empresa y el usuario, con el fin de ofrecerle nuevas posibilidades de negocio y fidelización al cliente.

9. **Venta cruzada:** ofrecer una serie de productos que el cliente no posee adaptados a su perfil.
10. **Call Center:** podemos definirlo como un servicio puesto a beneficio del cliente donde se realizan y reciben llamadas telefónicas con el objetivo de resolver dudas de los clientes sobre un determinado producto.
11. **Club de clientes:** grupo o comunidades ofrecida de forma gratuita por la empresa con el objetivo de fidelizar al cliente y que este se beneficie a su vez de una serie de ventajas que la empresa poner al servicio de sus clientes.

CAPITULO IV. HIPOTESIS U OPERACIONALIZACION POR OBJETIVOS ESPECIFICOS

Esta investigación es cuali-cuantitativa, por tanto, la operacionalización se realiza desde los objetivos específicos y se define una hipótesis de investigación enfocada en la valoración del uso de la tecnología por parte de los clientes del Banco AVANZ.

4.1. CUADRO DE OPERACIONALIZACION POR OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OBJETIVO ESPECIFICO	DIMENSIONES DE ANÁLISIS	DEFINICION OPERACIONAL	CATEGORIAS	FUENTE
1. Describir las características de las nuevas tecnologías que implementa Banco AVANZ para la fidelización de los clientes en la sucursal de Estelí.	Tecnologías bancarias	Es la innovación en la tecnología que introduce facilidad, comodidad y seguridad para beneficio de los clientes y a la evolución en los servicios bancarios, las mejoras tecnológicas sobre seguridad en cuanto a identificación personal y los sistemas desarrollados por los bancos. (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 37)	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios bancarios • Tipo de tecnología • Ventajas • Desventajas • Requisitos • Criterios de acceso 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación documental • Entrevistas
2. Caracterizar a los clientes que utilizan las nuevas tecnologías implementadas por Banco AVANZ	Clientes	Un cliente es una persona o entidad que compra los bienes y servicios que ofrece una empresa. (Kotler & Armstrong, 2008, pág. 8)	<ul style="list-style-type: none"> • Antigüedad • Productos que posee con el banco • Calificación de la Atención 	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas • Entrevista
3. Analizar el acceso y uso de las nuevas tecnologías por los clientes de Banco AVANZ en la	Acceso y uso de tecnologías	Ha traído un cambio del tipo de relación entre el cliente y el banco, con el uso de la tecnología se pueden realizar gestiones desde cualquier parte y no se requieren avanzados conocimientos de informática,	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso 24/7 • Manejo de los medios electrónicos • Comisiones por uso 	<ul style="list-style-type: none"> • Investigación documental • Entrevistas

sucursal de Estelí		<p>pues los sistemas están elaborados en función a la intuición de los usuarios y la familiaridad con los mismos se obtiene en poco tiempo. (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 55)</p>		
4. Proponer estrategias que permitan el aprovechamiento de la tecnología para la fidelización de los clientes de Banco AVANZ.	Estrategia	<p>La estrategia tiene que ver con posicionar a una organización para que alcance una ventaja competitiva sostenible, esto implica decidir cuáles son las industrias en las que queremos participar, cuales son los productos y servicios que queremos ofrecer y como asignar los recursos corporativos para lograr alguna venta competitiva con el objetivo principal es crear valor al accionista y además partes interesadas ofreciendo valor al cliente. (de Kluyver, 2001, pág. 5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● FODA ● Propuesta de estrategias ● Objetivos de cada estrategia ● Actividades por estrategia 	<p>Análisis FODA Entrevistas</p>

4.2. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

A mayor uso de tecnología por los clientes, incide en la fidelización en la Sucursal de Estelí de Banco AVANZ.

Variable Independiente: Tecnología;

Variable Dependiente: Fidelización

4.2.1. CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	CONCEPTO	INDICADORES	FUENTE
Tecnología	Se refiere a la sustitución del trabajo por un equipo avanzado, aplicada al conocimiento científico que se utiliza en la resolución de cuestiones y problemas prácticos en la evolución de nuevos productos y nuevos procesos introduciendo cambios importantes (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 41)	<ul style="list-style-type: none"> – Número de Usuarios de e-banking – Número de Usos de Tarjeta de Débito en depósitos y retiros en ATM – Transferencias ACH realizadas – Consultas en Kiosco de Autoservicios – Depósitos en Buzón de Cheques – Gestiones realizadas en Sucursal Telefónica 	<ul style="list-style-type: none"> – Encuesta – Observación – Entrevista semi-estructurada – Investigación documental
Fidelización	Pretende que los compradores o usuarios de los servicios de la empresa mantengan relaciones comerciales estables y continuas, o de largo plazo con ésta (Mesen Figueroa, 2011, pág. 30)	<ul style="list-style-type: none"> – Edad – Nivel Académico – Antigüedad – Recomendación – Satisfacción en Atención – Manejo de operaciones por Medios Electrónicos 	<ul style="list-style-type: none"> – Encuesta – Entrevista semi-estructurada

CAPITULO V. METODOLOGIA

5.1 TIPO DE ESTUDIO

Esta investigación según el uso del conocimiento es aplicada porque analiza la problemática que tienen los clientes con el uso y aprovechamientos de la tecnología utilizada por Banco AVANZ para su fidelización y se proponen mejoras para incrementar el nivel de fidelización de los clientes.

Según el enfoque filosófico esta investigación cuali-cuantitativa o mixta porque obtendremos información a profundidad del Banco AVANZ sobre su organización y los diferentes servicios ofrecidos, y desde la óptica de los clientes, se analizarán las variables de tecnología y fidelización de los clientes.

Imagen N° 1. Mapa de ubicación de las sucursales del Banco AVANZ Nicaragua.



Fuente:
<https://www.AVANZbanc.com/Pages/CanalesAtencion/RedSucursales.aspx>

5.2 UNIVERSO

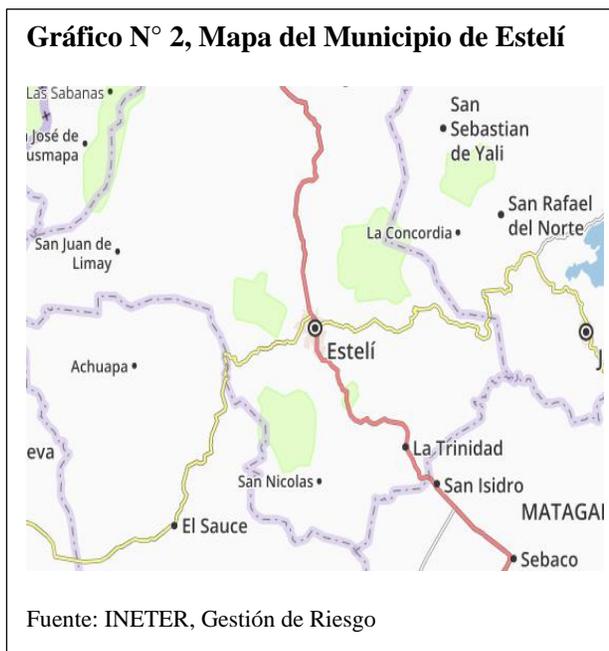
El universo de estudio lo constituye Banco AVANZ, que tiene presencia en 09 departamentos del país, con una red de 12 sucursales, 2 en la Región Sur (Masaya y Rivas), 3 en la Región Norte, (Estelí, Jalapa y Matagalpa) 1 en la Región Centro (Juigalpa), 2 en Occidente. (León y Chinandega) y 4 en Managua (Plaza España, Plaza Once, Mercado Oriental, Sucursal Matriz).

Este trabajo de investigación se estará realizando en la sucursal de Banco AVANZ, ubicada en la ciudad de Estelí, del mismo nombre, esta sucursal cuenta con 1487 clientes de crédito y ahorro para el estudio de los cuales tomaremos una muestra.

5.2.1 CARACTERÍSTICAS DEL MUNICIPIO DE ESTELÍ ¹

El municipio de Estelí está ubicado a 148 kilómetros al norte de Managua capital de Nicaragua. Limita al norte con el departamento de Madriz, al sur con los departamentos de Matagalpa y León al este con el departamento de Jinotega y al oeste con los departamentos de Chinandega y Madriz.

El municipio de Estelí, conocido también como “El Diamante de las Segovias” fue fundada en 1823 es un municipio al norte de Nicaragua, con una población de aproximada de 107,458 habitantes (proyección al 30 de junio del 1999), cuenta con una extensión territorial de 795.7 KM² El clima es muy agradable, está localizado a 843.97 msnm, con temperaturas que oscilan entre los 25°C y los 28°C, con una humedad más baja en comparación a otras zonas del país.



El municipio de Estelí es el principal centro de comercialización, abastecimiento y suministro para la producción y sede de importantes organizaciones de productores e instituciones productivas, razón por la cual es considerada el centro de la vida administrativa, social y productiva de “Las Segovias”. La actividad económica más importante es la agricultura, principalmente los cultivos de tabaco y granos básicos para autoconsumo familiar como frijol, maíz y sorgo. Es el principal centro de comercio y servicios de la región segoviana.

¹ Instituto Nicaraguense de Estudios Territoriales. (2020). *INETER*. Obtenido de INETER Web site: <http://gestionderiesgo.ineter.gob.ni/PortalMapas/index.html>

5.3 MUESTRA DE ESTUDIO

Para el cálculo de la muestra utilizaremos una fórmula estadística que no permita calcular el número de clientes de sucursal Estelí de Banco AVANZ a abordar para dicha investigación.

$$n = \frac{N Z^2 P \cdot Q}{(N-1) e^2 + Z^2 P \cdot Q}$$

N = Población

P = Estimación proporcional de la población (0.5)

Q = (1 - P) = Diferencia de la estimación proporcional de la población (1-0.5)=0.5

Z = (1 - σ) = Valor del estadístico z (tabla de distribución normal) para un riesgo de σ x 100

e = error estándar de la muestra

Calculo:

N = 1487 clientes

P = 50%

Q = 50%

Z = 1.96

e = 5%

$$n = \frac{1487 (1.96)^2 (50\%) (50\%)}{(1487-1)(5\%)^2 + (1.96)^2 \cdot (50\%) (50\%)} = \frac{1,428.11}{4.67} = 305.80 \approx 306$$

La muestra para esta investigación será de **306** clientes de Banco AVANZ de Sucursal Estelí

5.4 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DATOS

Para esta investigación utilizaremos cuatro métodos de recolección de datos: la observación, la encuesta, la entrevista semiestructuradas, y la investigación documental.

Método de encuesta. Una encuesta o cuestionario consiste en reunir datos entrevistando a las personas. Las encuestas se pueden hacer en persona, por teléfono, por correo o por Internet. La ventaja de la encuesta es que la información viene directamente de la persona que a usted le interesa (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 187)

Método de entrevistas semiestructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 403)

La investigación documental o revisión de la literatura implica detectar, consultar y obtener la bibliografía (referencias) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación. (Hernández Sampieri, 2014, pág. 61)

Método de observación. El método de observación consiste en que el acopio de datos se lleve a cabo mediante la observación de las acciones de una persona. En la investigación por observación no hay interacción directa con los sujetos que se estudian. (Stanton, Etzel, & Walker, 2007, pág. 187)

5.5. ETAPAS DE LA INVESTIGACIÓN

ETAPA I: INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Se elaboraron los antecedentes de la investigación, verificando en la biblioteca de la Urania Zelaya de la FAREM-Estelí, en la cual se identificaron que no se han realizado ninguna tesis sobre Banco AVANZ, únicamente de otros bancos, pero no directamente sobre el uso de tecnología para fidelización de los clientes. Se realizó la descripción del problema, la justificación y objetivos. En la elaboración del marco teórico se recopiló información de libros, tesis, trabajos documentales en la Biblioteca “Urania Zelaya” de la FAREM-Estelí, al igual que también se consultaron libros y tesis en línea.

También se realizó investigación del Banco que productos y servicios ofrece, los procedimientos para su uso todo esto en la página web del banco e informes de auditorías independientes realizadas.

ETAPA II: ELABORACIÓN DE INSTRUMENTOS

Se diseñaron cuatro instrumentos: guía de observación, encuesta, entrevista semi-estructurada retomando los objetivos específicos.

La guía de observación para evaluar las condiciones que utilizan el 24/7 y el manejo de los medios electrónicos disponibles. (Ver Anexo 8 Formato de Guía de Observación)

La encuesta para conocer el grado de utilización de los medios electrónicos e incluye la información general del cliente y preguntas agrupadas en cómo ha sido la relación con el banco, el acceso a la tecnología, su fidelización y la valoración de la calidad de la atención al cliente. (Ver Anexo 9 Formato de Encuesta a Clientes)

La entrevista semi-estructurada se realizaron cuatro formatos:

1) A los clientes para conocer la opinión sobre los medios electrónicos su relación con el banco, accesibilidad, compromiso y calidad en la atención recibida (Ver Anexo 10 Formato de Entrevista a Clientes)

2) Al Funcionario donde describen las características de los medios electrónicos, los tipos de clientes que poseen, las ventajas y desventajas de la utilización de esta tecnología para la fidelización de los clientes. (Ver Anexo 11 Formato de Entrevista a Funcionario)

3) Asesor de Clientes para conocer el proceso de adaptación de los clientes a la implementación del uso de la tecnología sus características, accesibilidad, ventajas y desventajas ya que son ellos los que tiene mayor contacto con los clientes. (Ver Anexo 12 Formato de Entrevista a Asesor de Clientes)

4) Técnicos de Mantenimientos para la valoración del uso adecuado que dan los clientes a los medios electrónicos que están disponibles en el 24/7 de Sucursal de Banco AVANZ Estelí. (Ver Anexo 13 Formato de Entrevista a Técnico)

ETAPA III: TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campos se realizó del 21 de septiembre al 10 de octubre a clientes donde se aplicaron 239 encuestas y 67 entrevistas a clientes que visitaron la sucursal Estelí con el fin de recopilar la información necesaria para cumplir los objetivos específicos de la investigación. Asimismo, se entrevistó a dos funcionarios de la sucursal, dos asesores de clientes y dos técnicos que brinda mantenimiento a los medios electrónicos. En este mismo periodo se realizaron guías de observación que permitieron recopilar información para complementar la investigación.

También se realizó una investigación documental en la página de Banco Avanz sobre los medios electrónicos que tiene disponibles a los clientes en la sucursal Estelí, medio por el cual pretende mayor fidelización y brindar una nueva experiencia en la banca.

Los nombres de los participantes en dicho estudio se mantendrán anónimos por siglo de la Institución y privacidad de los participantes otorgándoles sobrenombres.

ETAPA IV: ANÁLISIS Y ELABORACIÓN DE DOCUMENTO FINAL.

El informe se redactó analizando los datos obtenidos en el trabajo de campo y cumpliendo con los objetivos específicos de la investigación para la elaboración de los resultados y la realización de las propuestas para lograr la fidelización de los clientes a través del uso de la tecnología en Banco Avanz.

CAPITULO VI: RESULTADOS

6.1 DESCRIPCION DE BANCO AVANZ

Banco ProCredit S.A, fue constituido el 29 de julio del 2005, como una sociedad anónima de conformidad con las leyes de la Republica de Nicaragua con una duración de 99 años. Su domicilio de la ciudad de Managua, Republica de Nicaragua. Banco ProCredit S.A. es una subsidiaria de ProCredit Holding AG & Co. KGaA, quien posee el 94.69% de las acciones del Banco con domicilio en Alemania y el 5.27% son propiedad de STICHTING DOEN, con domicilio en Holanda.

La actividad principal del Banco es dedicarse a todas las actividades bancarias y financieras permitidas por las leyes de la republica de Nicaragua, dirigidas específicamente a la micro, pequeña y mediana empresa. Su actividad se encuentra sujeta a la vigilancia y supervisión de la Superintendencia de Bancos y de Otras Instituciones Financieras de Nicaragua (SIBOIF). (Banco ProCredit S.A., 2016, pág. 08)

El 2 de agosto del año 2017, el 99.99% de las acciones comunes del banco fueron adquiridas por Corporación Financiera de Inversiones S.A. Posteriormente el 16 de noviembre de 2017, producto de la capitalización de la deuda subordinada se emitieron 1,834,418 acciones preferentes, de las cuales Seguros América S.A. es el dueño del 50% Tenedora Saturno S.A. y Nicaragua Sugar States Limited son dueñas del 16.67% cada una, Casa Pellas es dueña del 10.00% y el 6.66% restante le pertenece a los accionista minoritarios.

Al 31 de diciembre de 2017, el total del capital social suscrito y pagado se encuentra integrado de la siguiente forma: Corporación Financiera de Inversiones S. A. con una participación del 81.51% de las acciones del Banco, el 9.24% es propiedad de Seguros América S. A y el 9.25% restante les pertenece a los 15 accionistas minoritarios. (Banco Procredit S.A., 2018, pág. 08)

Hasta el 25 de mayo de 2018 su denominación fue Banco ProCredit S.A. siendo subsidiaria de Corporación Financiera de Inversiones S.A. con domicilio en la ciudad de Managua Republica de Nicaragua. (Banco Avanz S.A., 2019, pág. 09)

Banco AVANZ es la nueva generación en servicios financieros que inspirados en la innovación crea soluciones de alto valor. Brinda una experiencia diferenciadora mediante un conocimiento profundo de las necesidades financieras de los clientes, y contamos con un equipo de personas motivado y comprometido; esto es lo que permite convertirse en aliado y banco principal de los clientes

Es parte del Grupo Pellas, un grupo empresarial liderado por Don Carlos Pellas Chamorro, con una amplia trayectoria en la banca nacional e internacional de más de 60 años. Fusionan la experiencia e innovación estando convencidos de que así juntos generaremos cambios positivos que creen prosperidad para los nicaragüenses. (Banco Avanz S.A., 2019)

¿Quién es AVANZ?: AVANZ es aquel que elige ser visionario, diferente, creer en las posibilidades, basado en principios y valores bien fundamentados y no se conforma.

6.1.1 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Misión: Brindar servicios financieros especializados, innovadores y de alta calidad creando valor para los clientes, colaboradores e inversionistas.

Visión: Ser el Banco nicaragüense referente en términos de innovación y calidad en los servicios que ofrecemos.

¿Qué valores caracteriza a AVANZ?

- **Empático y Proactivo:** Somos abiertos y receptivos a las necesidades de los clientes lo que permite ofrecerles **soluciones especializadas y personalizadas**.
- **Comprometido y Responsable:** Trabajamos con ética, honestidad y transparencia para brindar a los clientes y colaboradores soluciones que **mejoren su vida**; para los inversionistas, buscamos obtener un rendimiento justo.
- **Innovador e Inteligente:** Nos esforzamos por estar siempre a la **vanguardia tecnológica** ofreciendo soluciones que faciliten y hagan más simple la vida de los clientes.
- **Prósperos:** Creemos en generar sinergias ganar-ganar con los clientes y colaboradores. Trabajamos de la mano **ampliando tu horizonte**. (Banco Avanz S.A., 2019)

6.1.2 GOBIERNO CORPORATIVO: JUNTA DIRECTIVA, DIGNATARIOS Y PRINCIPALES EJECUTIVOS

De acuerdo al arto 39 del Capítulo III Administración y Control de la Ley 561 “Ley General de Bancos, Instituciones Financieras no Bancarias y Grupos Financieros”, Constituye el gobierno corporativo de las instituciones financieras, el conjunto de directrices que regulan las relaciones

internas entre la Junta General de Accionistas, la Junta Directiva, la Gerencia, funcionarios y empleados; así como entre la institución, el ente supervisor y el público.

Las políticas que regulen el gobierno corporativo de las instituciones financieras deben incluir, al menos, lo siguiente:

1. Los valores corporativos, normas éticas de conducta y los procedimientos para asegurar su cumplimiento;
2. La estrategia corporativa, de manera que permita constatar el éxito de la institución en su conjunto y la contribución individual al mismo;
3. Políticas de asignación de responsabilidades y niveles de delegación de autoridad en la jerarquía para la toma de decisiones;
4. Políticas para la interacción y cooperación entre la Junta Directiva, la gerencia y los auditores;
5. Las políticas de control interno adecuado a la naturaleza y escala de sus actividades, que incluya disposiciones claramente definidas para la delegación de poderes, el régimen de responsabilidad, y las necesarias separaciones de funciones. Tales funciones deberán ser fiscalizadas por un auditor interno conforme lo indicado por el Artículo siguiente y por las normas que a este respecto dicte el Consejo Directivo de la Superintendencia;
6. Las políticas sobre procesos integrales que incluyan la administración de los diversos riesgos a que pueda estar expuesta la institución, así como sistemas de información adecuados y un Comité para la gestión de dichos riesgos;
7. Las políticas sobre mecanismos para la identificación, medición, seguimiento, control y prevención de riesgos y políticas para el manejo de conflictos de interés;
8. Las políticas generales salariales y otros beneficios para los trabajadores;

9. Flujos de información adecuados, tanto internos como para el público; Ley No. 561, Ley General de Bancos, Instituciones Financieras No Bancarias y Grupos Financieros.

10. Políticas escritas sobre la concesión de créditos, régimen de inversiones, evaluación de la calidad de los activos, suficiencia de provisiones y administración de los diferentes riesgos. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005)

Junta Directiva de Banco AVANZ

Director Propietario

Adolfo Martín McGregor Benard

Silvio Federico Pellas Chamorro

Ricardo Ramón Barrios Velásquez

Carlos José Ulvert Sánchez

Alberto José Chamorro Holmann

Javier José Arguello Barillas

Francisco David Robleto

Suplente

Silvio Fedérico Pellas Martínez

Eduardo Francisco Pellas Fernández

Según el Arto 27 del Capítulo III Administración y Control de la Ley 561, La Junta Directiva de los bancos estará integrada por un mínimo de cinco directores y los suplentes que determine su propia escritura de constitución social o sus estatutos. La Junta Directiva deberá celebrar sesiones obligatoriamente al menos una vez cada mes. Los miembros propietarios y suplentes de la Junta Directiva serán nombrados por la Junta General de Accionistas por períodos determinados conforme a la escritura de constitución social y estatutos del banco, no pudiendo ser inferiores a un año. Podrán ser reelectos

Los acuerdos y resoluciones de las juntas directivas de los bancos constarán en el respectivo Libro de Actas, y deberán ser firmados al menos por el presidente y el secretario de las mismas. La participación de los demás directores en la sesión se demostrará con su firma en dicho Libro o en documento de asistencia que pasará a formar parte del acta respectiva.

La Junta Directiva, con carácter excepcional, y una vez cumplidos los requisitos legales, podrá celebrar sesiones sin necesidad de reunión física de sus miembros, a través de la comunicación entre ellos por correo electrónico, teléfono, fax o por cualquier otro medio de comunicación que evidencie la participación, identificación y decisión de los participantes. En este caso, el Secretario deberá constatar lo anterior, levantando el acta correspondiente, en la que se incorpore los asuntos y las resoluciones tomadas, misma que deberá ser suscrita por el presidente y el secretario de la Junta Directiva. Los demás directores deberán, en su oportunidad, ratificar en documento aparte, con su firma su participación en la respectiva sesión.

De acuerdo al artículo 27 de la ley general de bancos, las certificaciones de las actas deberán ser libradas por el Secretario de la Junta Directiva, o por un notario público designado por dicha Junta. (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005)

Dignatarios

Presidente: Adolfo Martín McGregor Benard

Vicepresidente: Silvio Federico Pellas Chamorro

Secretario: Edwin Alejandro Mendieta Chamorro

Vicesecretario: Carlos Francisco Pellas Chamorro

Vigilante

Alberto Chamorro Chamorro

Principales Ejecutivos

Gerente General.: Ana Celina Gallardo Rivera
Gerente Financiero: Emilio José Stadthagen Recalde
Gerente de Cumplimiento: Rodrigo Alberto Zambrana Gutiérrez
Gerente de Operaciones y Tecnología: Larry Mora
Gerente de Crédito: Jaime Valdivia
Gerente de Banca de Empresas & PYME: Malte Von Maravic
Gerente de Banca de Consumo: Karla Zambrana
Gerente de Riesgo: Roberto Carlos Gómez Cuadra
Gerente de Mercadeo: Pasquina Magdalena Gatti Matus
Gerente de Gestión de Talento: Loretta Margine García Campbell
Auditor Interno: Virginia María Moreno Padilla
Asesor Legal: José Ramiro Sánchez López

En el Arto 33 del Capítulo III Administración y Control de la Ley 561, La Junta Directiva podrá nombrar uno o varios gerentes o ejecutivo principal, sean o no accionistas, quienes sesión precedente, se hubiere otorgado a cada cliente, así como las inversiones efectuadas, cuando en uno u otro caso se exceda el límite establecido legalmente. Asimismo, dichos funcionarios deberán llenar los requisitos establecidos en los Artículos 28 y 29 de la presente Ley en lo que les fuere aplicable (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005)

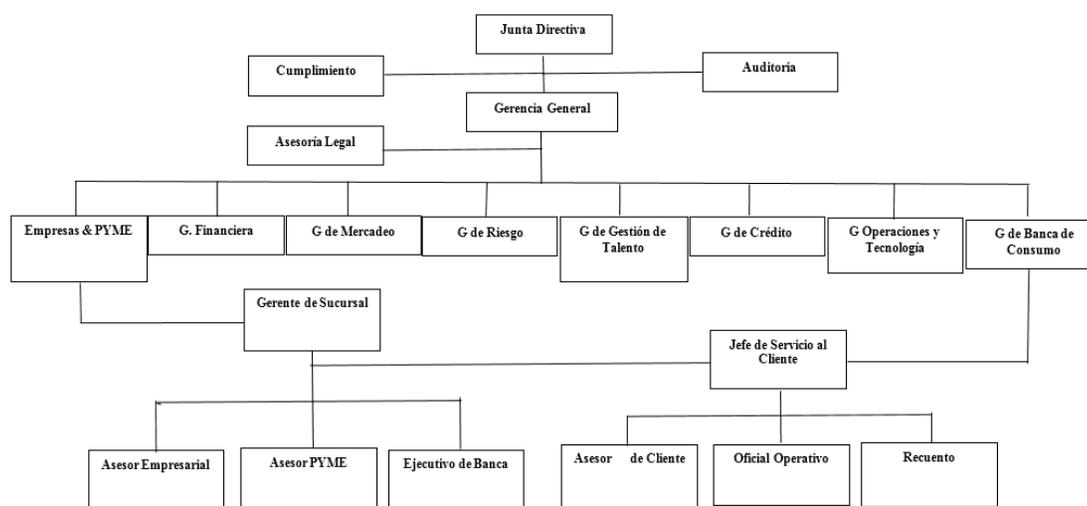
Dichos gerentes o ejecutivo principal tendrán las facultades que expresamente se les confieran en el nombramiento o en el poder que se les otorgue. No necesitarán de autorización especial de la Junta Directiva, para cada acto que ejecuten en el cumplimiento de las funciones que se les haya asignado y tendrán para la realización de las mismas, la representación legal del banco con amplias facultades ejecutivas. Sin perjuicio de lo dispuesto en este párrafo, la representación judicial y extrajudicial de los bancos corresponderá al presidente de su Junta Directiva (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005)

La Junta Directiva de los bancos deberá requerir del Gerente General de la institución respectiva o de quien haga sus veces, que le informe, en cada sesión ordinaria, de todos los créditos y garantías que a partir de la deberá informar a la Junta Directiva, al menos trimestralmente, sobre la evolución financiera de la institución. Todo lo anterior deberá quedar recogido en el acta respectiva (Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua, 2005)

6.1.3 SUCURSALES

1. Chinandega, Chinandega Gasolinera Puma El Calvario, 1½ c. al este
2. Juigalpa, Chontales Esquina noreste del Parque Central 20 vrs. al norte
3. Estelí, Estelí Calle de los bancos, esquina sureste
4. Jalapa, Nueva Segovia De la Alcaldía 3 c. al oeste
5. León, León Iglesia La Recolección, 1 c. al este
6. Matriz, Managua Avenida Jean Paul Genie
7. Plaza España, Managua De la Rotonda El Güegüense, 75 vrs. al sur
8. Plaza Once, Managua Km. 11 carretera a Masaya
9. Mercado Oriental, Managua Gasolinera Puma Ciudad Jardín 3 c. al norte, 4½ c. al oeste
10. Masaya, Masaya Costado sur del Mercado de Artesanías, ½ c. al oeste
11. Matagalpa, Matagalpa Costado este de la Catedral de Matagalpa
12. Rivas, Rivas Esquina noroeste del Parque Central

6.1.4 ORGANIGRAMA DE BANCO AVANZ



Fuente: Propia a partir de entrevista a funcionario (2020)

Gerencia General.: La Gerencia General es el órgano administrativo, encargado de la dirección de todas las actividades del Banco, dirigir, administrar y fiscalizar las actividades, ya sea directamente o mediante con sus funcionarios, además mantener informado al Presidente de la Junta Directiva de todos los asuntos relacionados con la marcha del Banco.

Gerencia Financiero: Responsable de optimizar la rentabilidad de Banco Avanz con el objeto de maximizar los recursos generados para financiar el crecimiento del banco.

Gerencia de Cumplimiento: Responsable de la gestión en materias de Prevención de Lavado de Dinero, Cumplimiento Normativo y otras materias en el ámbito de las buenas prácticas, normativas y leyes. Reporta a la Junta Directiva.

Gerencia de Operaciones y Tecnología: Administrar y gestionar el soporte operacional y tecnológico a los procesos del negocio del banco y sus sucursales, asegurando.

Gerencia de Crédito: Imparte las instrucciones, y recomendaciones necesarias para la eficiente administración y buena marcha de todas las operaciones crediticias del banco; aprobación de créditos, informa a la Junta Directiva, propone al comité políticas de operaciones crediticias.

Gerencia de Banca de Empresas & PYME: Gestiona el riesgo de crédito para los segmentos de Pequeña y Media Empresa. Participa en la definición de normas para el segmento, en el desarrollo de herramientas de admisión, recuperación y en comités crédito, realizando el seguimiento de riesgos de éstas carteras. Además, es responsable de la gestión integral del riesgo crédito PYME, cubriendo el proceso de crédito desde el otorgamiento, control de riesgo y regularización de créditos

Gerencia de Banca de Consumo: Promueve y/o implementa acciones para la materialización de captaciones de nuevas cuentas con políticas y estrategias comerciales que influyen directamente en los resultados del negocio. Busca el desarrollo acciones para implementar alianzas que aumenten las cuentas de negocios.

Gerencia de Riesgo: La principal misión es contribuir a la optimización de la relación riesgo / retorno de los activos de riesgo del banco, a través de una gestión integral de riesgos.

Gerencia de Mercadeo: Diseñar, desarrollar, e implementar estrategias comerciales, modelos de atención para los segmentos de Banca de Personas, Pequeña, Mediana Empresa y PYME, que permitan acompañar en el ciclo de vida a sus clientes, cubriendo sus necesidades de productos y servicios financieros, buscando desarrollar experiencias memorables.

Gerencia de Gestión de Talento: Es responsable de la buena marcha del aspecto laboral y contractual; de los trabajadores, mejorando la productividad y la satisfacción de las partes.

Auditor Interno: El auditor tiene como función principal hacer cumplir las normas establecidas por el banco para todos sus procesos. Se centra en el área administrativa, legal, financiera, fiscal y contable y maneja información confidencial y de gran interés.

Asesor Legal: Asegurar que las acciones legales, judiciales y de asesoría requeridas por la Junta Directiva, Gerencia General y Sucursales del Banco, sean atendidas en forma oportuna, eficiente y eficaz, cuidando los intereses institucionales. Igualmente, representar al Banco ante las Autoridades Judiciales, Civiles y Militares, en acciones en que el Banco sea parte.

6.2 PRODUCTOS BANCARIOS

6.2.1 CUENTA DE AHORRO

En el Banco AVANZ se ofrece cuentas de ahorro hechas a tu medida, para ayudar a cumplir sus metas:

Plan ProAhorro

Ofrece la flexibilidad de definir el plazo y el monto del depósito que deseas ahorrar mensualmente, para lograr tus proyectos y alcanzar tus objetivos.

Es tu programa de ahorro mensual con plazos y montos flexibles, que te permite obtener una tasa de interés atractiva sobre el monto ahorrado. escoges el plazo según tu meta y se premia la perseverancia con una tasa de interés mayor.

Mi Ahorro

Porque se reconoce la importancia del ahorro y ayudar en la educación financiera de los hijos, fomenta la cultura del ahorro desde temprana edad.

6.2.2 DEPÓSITO A PLAZO FIJO

El Depósito a Plazo Fijo es una inversión realizada a un plazo pactado, que te permite maximizar tus ahorros de una forma fácil y segura generando intereses más altos que otros productos financieros. Se ofrece la mejor tasa de interés, accesibles montos de inversión y múltiples opciones de plazo. Además, se puede escoger la frecuencia de pago de los intereses.

6.2.3 CUENTA CORRIENTE

AVANZ pone a su disposición una cuenta corriente estándar para tus gastos diarios o para manejar el efectivo generado por su negocio de una manera segura y eficiente. Con tu cuenta corriente AVANZ, tu dinero estará siempre disponible en la palma de tu mano y podrás realizar tus pagos con tu chequera, tu tarjeta de débito, AVANZ Móvil, e-banking y transacciones con código.

Cuenta Corriente Empresarial

Diseñada eficientemente para que, en un solo producto, consolides todas tus gestiones y goces de máximos beneficios. Con nuestra Cuenta Corriente Empresarial los saldos que manejes en tu cuenta, también generan intereses cada mes.

Beneficios:

- Servicio de pago de planilla.
- Servicio de traslado de valores.
- Disponible en córdobas y en dólares.
- Atractiva tasa de interés escalonada.
- Capitalización de intereses mensual.
- Sin límite de cheques, ni retiros, ni depósitos.
- Acceso gratuito al servicio de e-banking a través del cual puedes realizar consulta de saldo, pagos a proveedores locales e internacionales, estados de cuenta etc.

Requisitos Generales

- Documento de Identidad Vigente
- Dos (2) Referencias Personales
- Soporte de ingresos

6.2.4 CRÉDITO STANDARD

Está diseñado exclusivamente para hacer crecer tu negocio. Se financian todas las necesidades en los sectores agrícola, ganadero, producción, industria, servicio, comercio y construcción.

Beneficios:

- Asesoramiento personalizado.
- Trámite sencillo y rápido.
- Competitivas tasas de interés.
- Plazos según el destino del crédito.
- Cuotas de acuerdo al flujo de efectivo de su negocio.
- Plan de pagos de acuerdo al ciclo de producción y comercialización.
- Condiciones especiales para clientes con excelente historial de crédito.

Requisitos Generales:

- Documento de identidad vigente.
- Contar con un buen récord crediticio.
- Completar solicitud de crédito.
- Contar con un año de experiencia en la actividad a financiar.
- Información financiera/contabilidad formal se solicitará información adicional
- Facilitar garantía (según el monto de la exposición crediticia) la cual puede ser:
 - Hipoteca.
 - Inventario.
 - Prenda comercial, agraria o industrial.
 - Fianza Solidaria.
 - Depósitos a Plazo Fijo.

6.2.5 LÍNEA DE CRÉDITO

AVANZ pone a su disposición la Línea de Crédito Empresarial, un producto versátil que te permite invertir en múltiples destinos como: compra de inventarios, infraestructura, pago de salarios, pagos a proveedores y cualquier otra inversión que te impulse a crecer.

Beneficios:

- Haz uso de tus fondos de forma inmediata.
- Trámite sencillo y rápido.
- Disponibilidad de fondos de forma revolvente.
- Competitivas tasas de interés.
- Amplio plazo de vigencia de hasta 120 meses.
- Cuotas de acuerdo al flujo de efectivo de su negocio.
- Plan de pagos de acuerdo al ciclo de producción y comercialización.
- Condiciones especiales para clientes integrales.

Requisitos Generales:

- Documento de identidad vigente.
- Contar con un buen récord crediticio.
- Contar con un año de experiencia en la actividad a financiar.
- Brindar información financiera actualizada.
- Completar solicitud de crédito.
- Facilitar garantía (según el monto de la exposición crediticia), la cual puede ser:
 - Hipoteca.
 - Inventario.
 - Prenda comercial, agraria o industrial.
 - Fianza solidaria.
 - Depósitos a Plazo Fijo.

6.3 DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA PLATAFORMA DE BANCO AVANZ

En AVANZ está disponible cuando se necesite, sin horarios. En la zona 24/7 puedes realizar los depósitos a tus cuentas en efectivo y cheque, consultar tu saldo y hacer los pagos de sus préstamos, sus tarjetas, sus proveedores, sus servicios. Puedes transferir dinero a otras personas o empresas dentro y fuera del banco, dentro y fuera de Nicaragua.

También puedes imprimir estados de cuenta de las últimas 10 transacciones que realizaste, cambiar o resetear el pin de tu tarjeta de crédito o débito, resetear tu contraseña de e-banking o bloquear tu tarjeta de débito y crédito. Y si no tienes a mano tu tarjeta, puedes depositar usando tu código AVANZ.

Tienes a tu disposición la Sucursal Telefónica, kioscos, buzones de cheques y ATMs, solo tienes que escoger el que más te guste y disponer de tu tiempo para lo que quieras. Con un solo clic haces tus pagos, envías dinero, programas tus transferencias y agregas a tus beneficiarios. ¡Así de fácil, rápido y desde la palma de tu mano!

Además, se ofrece AVANZ Token, una aplicación que te permite tener tu Token de manera digital en tu Smartphone para que hagas tus transferencias y pagos de manera rápida y segura.

Si quieres vivir esta nueva experiencia puedes descargar AVANZ Token y úsalo en tu e-banking y AVANZ Móvil o visitar la Red de Sucursales a nivel nacional con presencia en 09 departamentos del país y con horario de atención de lunes a viernes: 08:30a.m.–04:30p.m. y los sábados: 08:30 a.m. – 12:00 m.

6.3.1. CAJEROS AUTOMATICOS O ATM

Los Cajeros Automáticos o ATM por sus siglas en inglés (Automated Teller Machine) son máquinas dispensadoras de dinero activadas mediante una tarjeta y una clave secreta personal,

que identifica a un usuario. Cuentan con mecanismos de seguridad, para permitir que sólo quien disponga de dicha tarjeta pueda realizar operaciones.

AVANZ, BDF y Ficohsa, a través de una alianza comercial, unen sus esfuerzos para crear BANCARED, la nueva red de cajeros automáticos que llega para estar más cerca de lo que necesitas.

BancaRed cuenta con más de 120 cajeros automáticos disponibles a nivel nacional, donde los clientes de AVANZ, BDF y Ficohsa, podrán realizar retiros y consultas de saldo con su tarjeta de débito sin ningún costo.

El beneficio es para los clientes de AVANZ, BDF y FICOHSA quienes contarán con una mayor cantidad de cajeros automáticos para realizar consultas de saldo y retiros de efectivo con sus tarjetas de débito, sin cobro de comisión BancaRed acepta cualquier tarjeta de débito, crédito o prepago Visa Internacional, Todos los ATMs tienen una misma imagen, en la que predomina el color morado. Además, estos siempre tendrán el nombre BANCARED. El banco dueño del ATM (AVANZ, BDF o Ficohsa) mostrara en la pantalla inicial su logotipo.

- Si tu tarjeta es de AVANZ, BDF o Ficohsa puedes realizar consultas de saldo y retiros de efectivo GRATIS. Además, se puede realizar otras transacciones según los servicios disponibles en cada cajero automático y en dependencia de tu banco emisor.
- Si tu tarjeta es de otro banco nacional o internacional, podrás realizar consultas de saldo y retiros de efectivo. En este caso la transacción tendrá un costo según los establecido por tu banco.

6.3.2. SMART ATM

Los SMART ATM o ATM FULL permite realizar transacciones bancarias en efectivo cuyo mecanismo facilita la recepción de billetes, convirtiéndose así en una nueva solución automatizada para los depósitos con acreditación inmediata.

A través de la red de ATMs, puedes retirar efectivo de tus tarjetas de débito o crédito, imprimir mini estado de cuenta de tus últimas 10 transacciones, consultar tu saldo, cambiar tu PIN y depositar o retirar dinero usando el nuevo servicio “Código AVANZ”.

Pensando en la comodidad, se ha puesto a la disposición Código AVANZ, en donde se encontrará Código para Depósitos y Código para Retiro. ¡Realiza tus depósitos y retiros sin tarjeta de débito, sin filas, sin complicaciones y completamente GRATIS!

- Si necesitas depositar a una cuenta de AVANZ y no quieres hacer fila, solicita aquí tu Código para Depósito o llama a la Sucursal Telefónica 2223-7676 opción 4. Este código tiene una vigencia de 3 años y te servirá para depositar a tus cuentas o a cuentas de otras personas, sin importar si eres cliente o no del banco.
- Si necesitas transferirle dinero a una persona que no tiene cuenta en AVANZ, genera tu Código para Retiro por el monto que desees desde tu AVANZ Móvil y envíalo por SMS al número de celular de esa persona. Este código tiene vigencia de 24 horas.

En los SMART ATM de AVANZ puedes realizar las siguientes transacciones:

Retiro de Efectivo

- Con tarjeta de débito unicuenta y multicuenta
- Con tarjeta de crédito
- Por código (sin tarjeta)

Consulta de saldo

Depósito de efectivo con tarjeta

Depósito de efectivo por código (sin tarjeta) a cuentas propias y a terceros

Impresión de mini estado de cuenta

Cambio de PIN

Redención de Puntos/Cash Back

6.3.3. TARJETA DE DEBITO

Instrumento de pago con banda magnética, chip inteligente y antena para pagos sin contacto que resguarda la información personal del cliente. Esta tarjeta está relacionada a una cuenta bancaria, la cual permite realizar transacciones nacionales e internacionales en Cajeros Automáticos (ATM), realizar pagos y compras a través de POS de comercios afiliados a VISA sin intereses ni comisiones.

Dispone de los fondos de tu cuenta bancaria en todo momento a través de la Tarjeta de Débito AVANZ. Obtienes mayor seguridad al no portar dinero y disponibilidad de tu efectivo 24 horas los 365 días del año. Esta tarjeta de débito cuenta con un chip inteligente que respalda tu información personal y la de tu cuenta haciendo de ésta un medio de pago seguro.

Beneficios:

- Asociada a una cuenta bancaria, ya sea corriente o de ahorro.
- Retirar efectivo las 24 horas del día, los 365 días del año.
- Acceso a ATMs a nivel nacional e internacional.
- Comprar y pagar por teléfono e Internet (en cualquier moneda).
- Realizar pagos y compras a través POS de comercios afiliados sin intereses ni comisiones.
- Solicitar tarjetas de débito adicionales, asignándoles el límite de consumo que tú decidas.
- Acceso a e-banking.
- Consulta de saldo desde cualquiera de los cajeros automáticos.

Tarjeta de Débito Multicuentas:

Con el nuevo servicio Multicuentas puedes asociar tus cuentas de Ahorro y Corrientes a una sola Tarjeta de Débito (Ver Anexo 2. La ubicación de los cajeros automáticos)

Beneficios:

- Relaciona hasta 6 cuentas (Ahorro y/o Corrientes) a una sola Tarjeta de Débito.
- Retiro de efectivo en el ATMs a través de tu Tarjeta de Débito.
- Acceso a tu efectivo 24/7.
- Seguridad y comodidad en el manejo de tus depósitos.

Requisitos Generales:

- Tener como mínimo 2 cuentas activas en AVANZ.

6.3.4. TARJETA DE CRÉDITO

Una tarjeta de crédito es un documento de material plástico emitido por un banco o institución especializada a nombre de una persona, que podrá utilizarla para efectuar compras sin tener que pagar en efectivo y pudiendo, además, llevar el pago de los productos a períodos futuros. De acuerdo al Banco AVANZ (2019) los tipos de tarjetas de crédito son:

a. Tarjeta de Crédito Clásica

Tus hábitos te recompensan

Beneficios

- Disfrutar la experiencia de diseñar tu tarjeta a tu medida.
- Diferentes fechas de pago que se ajustan a tu realidad.
- Escoges el plazo que te convenga para pagar menos intereses.
- Premiamos tus hábitos de consumo.
- Acumula beneficios en todas tus compras del mes.
- Elegí acumular doble beneficio en los comercios donde realizas tus compras mensuales habituales, puedes combinar hasta dos categorías de comercios.
- Recompensa de 1.25 puntos por cada dólar de compra en todos los comercios y 2.5 puntos por cada dólar de compra en comercios seleccionados.

- Recompensa de 1% Cash Back por cada dólar de compra en todos los comercios y por cada dólar pagado a tu tarjeta y 2% Cash Back por cada dólar de compra en comercios seleccionados.
- Regalo de Bienvenida de 5000 puntos (por consumo de U\$ 700 los primeros 60 días) y 2% Cash Back (la primera compra en los primeros 60 días, máx. \$25)

b. Tarjeta Business

Descubre una manera inteligente de financiar tu negocio

Beneficios:

- Seguro de Vida Saldo Deudor (SVSD)
- Seguro demora de equipaje hasta USD 500*
- Seguro de protección de robo y fraude (PRF)
- Disponibilidad de retiro de efectivo desde ATM
- Seguro pérdida de equipaje hasta por USD 750*
- Seguro demora de viaje (más de 6 horas) hasta por USD 200*
- Servicio de emergencia médica internacional hasta por USD 5,000*
- Seguro de accidente en destino de viaje (60 días) hasta por USD 75,000*
- Seguro de accidente en viaje en medio de transporte hasta por USD 100,000*
- Notificaciones por SMS.
- Adicionales con límites de crédito diferenciados.
- Anualidad gratis durante el primer año para titular y adicionales.

**al pagar sus boletos de viaje con su Tarjeta de Crédito Business AVANZ.*

c. Tarjeta Signature

Tus hábitos te recompensan

- Acumula beneficios en todas tus compras del mes.
- Elegí acumular doble beneficio en los comercios donde realizas tus compras mensuales habituales, puedes combinar hasta dos categorías de comercios.

- Recompensa de 1.50 puntos por cada dólar de compra en todos los comercios y 3 puntos por cada dólar de compra en comercios seleccionados.
- Recompensa de 1% Cash Back por cada dólar de compra en todos los comercios y por cada dólar pagado a tu tarjeta y 2% Cash Back por cada dólar de compra en comercios
- Regalo de bienvenida 4% Cash Back (la primera compra en los primeros 60 días, máx. \$50).

6.3.5. E-BANKING

AVANZ ofrece el servicio de e-banking vía internet, a través del cual el cliente puede realizar consultas de saldo de sus cuentas, préstamos y tarjetas de crédito; imprimir estados de cuenta y tarjeta de crédito, efectuar movimientos entre cuentas propias y transferir dinero a cuentas de otros bancos nacionales o internacionales, efectuar pagos de planillas, pagos de servicios básicos y/o públicos, pagos de préstamos, pagos de tarjeta de crédito, así como el bloqueo de tarjetas de créditos propias.

Desde e-banking se puede solicitar en modulo Solicitudes en línea diversas gestiones como constitución de cuentas, solicitud de créditos, solicitud de códigos para depósitos en ATM, solicitud de chequeras, solicitud de tarjetas de dedito y actualización de sus datos personales. Además, te permite realizar tus operaciones bancarias cuando y como quieras a través de internet sin limitaciones de horario y sin moverte de tu casa, oficina o del lugar donde te encuentres.

Beneficios:

- Mayor seguridad, accesibilidad, comodidad y rapidez.
- Acceso gratuito al sistema de consultas.
- Acceso al sistema las 24 horas del día los 365 días del año.
- Niveles de usuarios para Personas Jurídicas.

Para el servicio de e-banking se brinda dos tipos de métodos de seguridad: e-banking con Token (AVANZ Token o Token físico RSA) y e-banking con clave.

AVANZ Token

El AVANZ Token es una aplicación que funciona sin necesidad de tener acceso a internet una vez descargado en el celular o computadora. Este es un dispositivo de seguridad que genera cada 45 segundos una clave nueva numérica de seis dígitos de un sólo uso, el cual deberás introducir, adicionalmente a tu usuario y clave de acceso, para realizar transacciones a través de internet con la máxima seguridad. También existe el Token físico (RSA) que es un dispositivo de hardware el cual la clave numérica cambia cada 60 segundos y tiene vigencia de 5 años.

Beneficios:

- Puedes ingresar haciendo uso de su huella digital o reconocimiento facial, dependiendo de las características de su dispositivo inteligente.
- Una vez configurado, funciona sin acceso a internet.
- Permite configurarse en varios dispositivos y administrarlos desde cualquiera de ellos.
- Disponible para personas jurídicas y naturales.
- Si configura AVANZ Token y posee un Token físico, este será inhabilitado inmediatamente.

AVANZ Móvil

Los Celulares son un dispositivo que la mayoría de las personas siempre lleva consigo para comunicarse, enviar mensajes, consultar el correo o utilizar las diferentes aplicaciones. De esta forma, AVANZ Móvil es otra de las grandes funciones que puedes descargar en tu dispositivo. Así el banco pone en tus manos una aplicación para que realices tus transacciones sin complicaciones, ni restricciones de horario. Con un solo clic, haces tus pagos, envías dinero, programas tus transferencias y agregas a tus beneficiarios, desde donde estés. ¡Así de fácil, rápido y desde la palma de tu mano! (Ver Anexo 3 Guía de Usuario de la Aplicación AVANZ Móvil Detalle del uso del E-banking para operaciones en el Celular).

Pago de Planilla

El servicio de Pago de Planilla te permite realizar el pago de salario de tus colaboradores de una forma cómoda, segura y ágil a través de e-banking.

Beneficios:

Para el empleador:

- Disminución de riesgo en el manejo de efectivo.
- Contribuye a la bancarización de sus colaboradores.
- Fácil acceso y sencillo proceso de pago desde e-banking.
- Administración más eficiente del tiempo, del recurso humano, de las cuentas operativas y de la liquidez de la empresa.

Para el colaborador:

- Control de sus finanzas.
- Acceso a una cuenta bancaria.
- Acceso a todas las zonas de autoservicio 24/7.
- Incluye una tarjeta de débito VISA Internacional de cortesía.
- Acceso a e-banking, transferencias y otros servicios financieros de AVANZ.

Requisitos Generales:

Para Empleador:

- Poseer cuenta bancaria activa en AVANZ.
- La moneda de la cuenta ordenante –empleador- debe corresponder con la moneda de la cuenta de los colaboradores a los que se acreditará el depósito.
- Suministrar información de cada uno de sus empleados para abrir cuentas.

Para Colaborador:

- Poseer cuenta bancaria en AVANZ.
- Documento de identidad vigente.
- Completar el formato Perfil de Cliente.
- Dos (2) referencias personales.

6.3.6. TRANSFERENCIAS

1. Transferencias en la Red AVANZ

AVANZ pone a disposición una red de sucursales todo el país a través de la cuales puedes realizar transferencias entre cuentas propias o de terceros a través de un trámite ágil, seguro, sencillo y de manera gratuita.

Beneficios

- Trámite ágil y sencillo.
- Sin cobro de comisiones.
- Acreditación inmediata de los fondos.
- Puedes realizarlas a través del servicio de e-banking.
- Acceso a tipo de cambio preferencial (Entre cuentas de distintas monedas por medio de e-banking y montos altos en sucursales).
- Disponible en moneda córdobas y dólares.

Requisitos Generales:

- Poseer una cuenta bancaria activa en AVANZ.
- Solicitar el servicio de e-banking y Token en cualquiera de nuestras sucursales.
- Completar la información solicitada.

2. Transferencias Nacionales (Interbancarias)

Realiza traslado de fondos a cuentas de otros bancos del Sistema Financiero Nacional de manera fácil, rápida y segura a través de las transferencias interbancarias. El servicio te permite ahorrar tiempo y disminuir el riesgo de portar efectivo u otros medios de pagos.

Además, el servicio no requiere registro previo de los beneficiarios, por lo cual puedes solicitarlo en cualquier momento en nuestras unidades de atención o realizar tus transferencias desde el servicio de e-banking a través de un Token.

Beneficios:

- Trámite ágil y sencillo.
- Traslado de fondos a cualquier banco del Sistema Financiero Nacional.
- Permite enviar y recibir dinero de manera segura.
- Tiempo de acreditación máximo: 24 horas.
- Bajo costo de comisiones.
- Acceso a tipo de cambio preferencial (Entre cuentas de distintas monedas por medio de e-banking y montos altos en unidades).
- Puedes realizarlas a través del servicio de e-banking.
- Disponible en moneda córdobas y dólares.
- Tiempo de acreditación: Mismo día de solicitud en horario de 8:00am a 4:00pm.

Requisitos Generales:**a) Para enviar una transferencia:**

- Poseer una cuenta en AVANZ.
- Proporcionar los datos del beneficiario: nombre y número de la cuenta.
- Proporcionar los datos del banco beneficiario.
- Soporte de ingresos.

b) Para recibir una transferencia:

- Poseer una cuenta en AVANZ.
- Proporcionar a la persona que envía nombre y apellido según cédula de identidad.
- Proporcionar a la persona que envía nombre y número de cuenta en AVANZ.
- Soporte de ingresos.

3. Transferencias Nacionales-ACH

Cámara de compensación automatizada (ACH en sus siglas en inglés), es el servicio que permite enviar transferencias, pagos de tarjetas de crédito y préstamos, propios y de terceros, desde sus cuentas bancarias a cualquier otro banco del Sistema Financiero Nacional que participa en la cámara de compensación UNIRED- ACH.

Las transferencias son realizadas en línea y el servicio está disponible las 24 horas del día los 365 días del año. Estas transacciones se caracterizan por ser transmitidas en un tiempo máximo de 15 segundos. Participan todos los bancos del Sistema Financiero Nacional. Transferencias interbancarias en córdobas o dólares enviadas y recibidas para:

- Depósito a cuenta
- Pago de tarjeta de crédito
- Pago de préstamos

Puedes acceder a las transferencias interbancarias ACH por medio de dos vías:

- Banca en Línea: ingresando a nuestra sucursal electrónica (www.AVANZbanc.com, en la sección de E-Banking) haciendo uso de su usuario, contraseña y token asignado.
- Sucursales de AVANZ: solicitando el envío de la transferencia con los Asesores de Clientes, quienes le informarán sobre los requisitos necesarios para utilizar este servicio.

Y aceptar las condiciones establecidas por AVANZ para la prestación de éste servicio, de acuerdo a sus políticas y procedimientos internos:

Transferencias Banca en Línea:

- El cliente debe tener una cuenta de ahorro o corriente activa.
- Será notificado en la aplicación de E-Banking sobre las condiciones del servicio, en relación al uso de transferencias por ACH-UNIRED que el cliente debe dar por aceptadas, al instruir las transferencias por esta vía.

Transferencias en sucursales:

- El cliente debe tener una cuenta de ahorro o corriente activa.
- Debe presentar documento de identidad vigente.
- Aceptar las condiciones del servicio que se informan en el voucher de la transacción, a través de la firma del mismo.

- Al momento de instruir su transferencia debe brindar el número de cuenta del beneficiario o receptor de los fondos. Es importante que esta información sea correcta porque la transferencia se aplicará en correspondencia al número de cuenta proporcionado, es decir, no se validará el nombre del beneficiario de la cuenta.

- Las transferencias debe realizarlas en la misma moneda de la cuenta destino.

Beneficios

- Transferencias Interbancarias al instante.
- Disponibilidad del servicio las 24 horas del día, los 7 días de la semana.
- Fácil acceso y eficiencia en transacciones. Elimina la posibilidad de pérdida o robo de cheques.
- Reduce el tiempo utilizado en filas bancarias y trámites de oficina.
- La disponibilidad de fondos por los pagos y depósitos recibidos es inmediata.
- Comodidad y seguridad en sus transacciones.

Se podrá transferir por el sistema ACH los siguientes montos, en los horarios y días establecidos:

Horarios	Días de atención	Monto Máximo	
8:30:01 am - 7:00:00 pm	Lunes a viernes	US\$ 250,000.00	C\$ 7,000,000.00
8:30:01 am - 12:00:00 md	Sábado		
7:00:01 pm - 8:30:00 am	Lunes a viernes	US\$	C\$
A partir 12:00:01 pm	Sábado	7,500.00	215,000.00
Todo el día	Domingo y días feriados		

*Toda transferencia nacional mayor al monto indicado no será transmitida por el sistema ACH-UNIRED, sino por el proceso de Transferencia Electrónicas de Fondos (TEF), que es el sistema tradicional para atender transferencias interbancarias en el Sistema Financiero Nacional.

Transferencias de pagos múltiples ACH

Son lotes de hasta 50 transferencias entre bancos del Sistema Financiero Nacional procesadas a través de la red ACH.

A través de pagos múltiples podrán rrealizar los siguientes tipos de pago:

- Pagos de planilla
- Pagos a proveedores
- Recarga de tarjeta prepago

Los tipos de transacciones que podrán instruir en un mismo lote serán:

- Transferencias a cuentas de ahorro o corriente
- Pagos de crédito
- Pago de Tarjeta de Crédito
- Pago de Tarjeta Prepago
- Los pagos múltiples serán aplicados en un tiempo máximo de 20 minutos.

Beneficios del servicio de pagos múltiples:

- Permite realizar sus pagos desde la comodidad de su casa u oficina
- Reduce el tiempo en el envío de los pagos
- Pago a múltiples beneficiarios con una sola aprobación
- Podrán realizar pagos hacia los distintos bancos e instruir los diferentes tipos de transacciones y monedas en un mismo lote
- Horarios y montos permitidos para pagos múltiples ACH

Se podrá transferir en pagos múltiples, los siguientes montos en los horarios y días establecidos:

Horarios	Días hábiles	Monto máximo por transacción individual		Monto límite por lote	
8:30:01 am - 7:00:00 pm	Lunes a viernes	USD	NIO	USD	NIO
		250,000.00	7,000,000.00	500,000.00	14,000,000.00
8:30:01 am - 12:00:00 md	Sábado				

El archivo de pagos múltiples puede contener 50 transacciones máximo por lote.

El cliente podrá enviar pagos múltiples por día hasta un monto máximo de US\$ 750,000.00 o su equivalente en córdobas.

4. Transferencias a otros Bancos SIP

El Sistema de Interconexión de Pagos (SIP), es un sistema regional operado por los Bancos de Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Honduras y República Dominicana. El SIP permite a los clientes de los bancos y entidades financieras afiliadas al sistema hacer transferencias electrónicas de fondos entre esos países en dólares, de una forma ágil, sencilla, segura y a bajo costo a través de transferencias realizadas mediante el Banco Central de Nicaragua.

Beneficios:

- Trámite ágil y sencillo.
- Disponible únicamente en moneda dólar.
- Traslado de fondos a otros bancos de Nicaragua, Guatemala, El Salvador, Honduras y República Dominicana.
- Permite enviar y recibir dinero de manera segura.
- Tiempo de acreditación máximo: 2 Horas.
- Menor costo.

Requisitos Generales:

Para enviar una transferencia:

- Poseer una cuenta en AVANZ.
- Proporcionar los datos del beneficiario: Nombre y número de la cuenta.
- Proporcionar los datos del banco beneficiario: Nombre, Dirección y país.
- Horario de envíos de transferencias al exterior: 8:00 a.m. - 1:00 p.m.

Para recibir una transferencia:

- Poseer una cuenta en AVANZ.
- Proporcionar a la persona que envía nombre y apellido según cédula de identidad.
- Proporcionar a la persona que envía nombre y número de cuenta en AVANZ.
- Horario de recepción de transferencias: 8:00 a.m. – 4:30 p.m.

5. Transferencias Internacionales

A través del sistema SWIFT por sus siglas en inglés (*Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication*) Sociedad de Telecomunicaciones Financieras Interbancarias Mundiales y se trata un código alfanumérico de entre 8 y 11 dígitos en AVANZ puedes transferir dinero a cuentas de otros bancos en cualquier parte del mundo de una manera ágil y sencilla a través de cualquiera de los bancos corresponsables en Estados Unidos, Europa y Latinoamérica.

Beneficios:

- Trámite ágil y sencillo.
- Traslado de fondos a cualquier parte del mundo.
- Permite enviar y recibir dinero de manera segura.
- Bajo costo de comisiones.
- Tiempo de acreditación: Máximo 3 días hábiles.
- La acreditación de las transferencias enviadas está sujeta a las políticas y procedimientos del banco receptor.

Información bancos corresponsales:**BAC FLORIDA**²

- Dirección: 169 Miracle Mile R-10, Coral Gables, FL 33134
- SWIFT: BFLBUS3MXXX
- Código ABA: 067009044³

DZ BANK⁴

- Dirección: Ludwig-Erhard-Allee 20, 40227 Düsseldorf, Alemania
- SWIFT GENODEDDXXX
- ABA/Routing: NOT APPLICABLE

Requisitos Generales:

Para enviar una transferencia:

- Poseer una cuenta en AVANZ.
- Proporcionar los datos del beneficiario: Nombre y número de la cuenta.
- Proporcionar los datos del banco beneficiario: Dirección, país, código SWIFT, código ABA o código IBAN⁵

² Nota: Corresponsal únicamente para transferencias recibidas y enviadas en dólares. En caso de clientes constituidos como personas jurídicas, se requiere pre-registro para activar el servicio de envío y recepción de transferencias internacionales.

³ El **ABA** es un código identificador de bancos estadounidenses para transferencias dentro de ese país y, por lo tanto, no aplica para hacer una transferencia internacional. Sin embargo, a veces se lo pueden solicitar en lugar del Código SWIFT.

⁴ DZ Bank para transferencias recibidas y enviadas en euros.

⁵ **IBAN** es el acrónimo de International Bank Account Number (número de cuenta bancaria internacional) y es un código bancario que sirve para identificar cada cuenta corriente de manera única en la zona única de pagos en euros.

Para recibir una transferencia:

- Poseer una cuenta en AVANZ.
- Proporcionar a la persona que envía nombre y apellido según cédula de identidad.
- Proporcionar a la persona que envía nombre y número de cuenta en AVANZ.
- Proporcionar código SWIFT de AVANZ: PRCBNIMAXXX.
- Soporte de Ingresos.

6.3.7. KIOSCO DE AUTOSERVICIOS

Equipo diseñado y programado de una manera fácil y conveniente de realizar tus consultas de saldo y estado de cuenta, efectuar transferencias entre cuentas nacionales e internacionales, pagar tus facturas mediante la autenticación del cliente a través de la lectura del código de barras y/o digitación del documento de identidad y el lector de huellas digital.

En el Kiosco encontrarás la calculadora financiera para modelar tu próximo crédito y calcular el rendimiento de tus inversiones futuras y obtener información sobre productos y servicios. Los gestores puedes registrarte sin hacer filas, sin perder tiempo.

También se encuentras el Buzón de Sugerencias para que AVANZ escuche tu opinión.

Beneficios:

- Máxima seguridad: El dispositivo permite la identificación del cliente a través del código de barra del documento de identidad y lector de huella digital.
- Su uso es fácil, ágil y seguro.
- El acceso al dispositivo es totalmente gratis.
- Permite realizar transacciones las 24 horas los 365 días del año.

Sucursales, Áreas Autoservicio y Cajeros Automáticos: Ubicación de las Sucursales de Managua y los Departamentos con 24/7, Kiosco de Autoservicio, Buzón de Cheques y Cajeros

Automáticos dentro y fuera de AVANZ y las operaciones que permite realizar (depósitos y retiros). Ver detalle en Anexo 1.

6.3.8. SUCURSAL TELEFÓNICA

A través de nuestra sucursal telefónica, puedes realizar consultas y gestiones relacionadas a los distintos servicios financieros y canales de atención que AVANZ ha puesto a tu disposición. Mediante el Sistema de Atención Automatizada de nuestra sucursal telefónica, puedes realizar de manera rápida, las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Beneficios

- Bloqueo de tarjetas de débito o crédito, Token o cuenta.
- Desbloqueo de usuario de e-banking y/o PIN de tu tarjeta de débito.
- Para consulta de cuentas y créditos

Asimismo, asesores de clientes calificados están disponibles a través de nuestra Sucursal Telefónica para atender sus gestiones de lunes a viernes de 08:00 a.m. a 05:30 p.m. y los sábados de 08:00 a.m. a 01:00 p.m.

- Gestiones de solicitud, desbloqueo, cancelación, cambio de agencia destino, y activación de servicio Multicuentas.
- Desbloqueo o reposición de PIN de tarjetas
- Solicitud de constitución de cuentas, chequeras, Constancia y referencias bancarias, código para depósito en ATM, envío a correo electrónico de estados de cuentas, y envío de contraseña para acceso a e-banking.
- Ubicación sobre canales de atención y sucursales
- Información sobre nuestros servicios financieros
- Reporte de inconvenientes sugerencias quejas y reclamos

Sucursales, Áreas Autoservicio y Cajeros Automáticos: Ubicación de las Sucursales de Managua y los Departamentos con 24/7, Kiosco de Autoservicio, Buzón de Cheques y Cajeros Automáticos dentro y fuera de AVANZ y las operaciones que permite realizar (depósitos y retiros). Ver detalle en Anexo 1.

6.3.9. BUZÓN DE CHEQUES

Equipo diseñado para la recepción de cheque como un canal alternativo mediante el cual puede realizarse de manera fácil y conveniente el depósito de cheques para acreditación a cuenta, pago de crédito y pago de tarjeta de crédito.

El buzón de cheque podrá ser utilizado por clientes establecidos que posean cuenta, crédito o tarjetas de crédito activa y/o no clientes del banco que se encuentren debidamente registrados en el sistema Customwarw.Net.

Se podrán realizar el depósito de cheques propios, ajenos (de otros bancos) o fiscales, para acreditación a cuenta, pago de créditos y pago de tarjeta de crédito.

Únicamente no se aceptan cheque para efectuar pagos a créditos que se encuentren en mora o en cobro judicial.

Pasos:

- Tome un Sobre.
- Complete y endose el(los) cheque(s) - Véase instrucciones en el reverso del sobre.
- Registre en el kiosco Autoservicio el(los) cheque(s) a depositar.
- Introduzca el(los) cheque(s) en el sobre.
- Cierre el sobre y complete los campos del mismo.
- Ingrese el sobre en el Buzón de Cheques

6.3.10. PUNTOXPRESS

PuntoXpress abre operaciones en Nicaragua siendo el segundo país en Centroamérica, convirtiéndose en la red de colecturías de pagos más grandes del país. PuntoXpress fue creada con el fin de ofrecer la manera más conveniente y fácil de realizar pagos o comprar servicios a la población nicaragüense. Este grupo fue fundado por empresarios centroamericanos dedicados al desarrollo de servicios financieros innovadores y seguros para clientes en la región.

El grupo ha administrado instituciones financieras exitosas en la región; como bancos, emisoras de tarjetas de crédito, aseguradoras y fondo de pensiones. Estas fueron vendidas en el 2007 a un banco internacional de renombre.

Sabemos que hoy en día el tiempo es más valioso que nunca, y es por eso que su meta es lograr que el ciudadano realice sus pagos de sus servicios básicos y otro tipo de transacciones; todo en un mismo lugar y en el menor tiempo posible. PuntoXpress ofrece varios servicios tales como (pero no limitados a): pagos de telefonía fija y móvil, luz eléctrica, agua, tarjetas de crédito, entre otros. Adicionalmente se realizan ventas de recarga de celulares y muy pronto más.

El servicio es conveniente y accesible, pues cada día está más cerca de sus casas y trabajos en horarios flexibles para que se pueda tener más tiempo para hacer otras cosas importantes. PuntoXpress ofrece la facilidad de realizar tus pagos de forma inmediata y en un solo lugar.

Beneficios:

- Tus pagos en un sólo lugar, puedes pagar tus facturas de luz, agua, Claro, Tigo, Cable, ASSA y tarjetas y préstamos de BDF, AVANZ, Ficohsa, Lafise, FDL, Finca, Pepe Te Presta, Multimoney, entre otros.
- Pagas en efectivo, sin hacer filas, ¡en la caja de cualquier punto cerca de tu casa o trabajo!
- Abierto de Lunes a Domingo algunos de los puntos tienen horarios de hasta 24 horas, de esta forma evitas retrasos y maximizas tu tiempo

- Aplicamos tus pagos de inmediato cuando pagas se refleja en línea de inmediato, igual de rápido y seguro como si pagaste en un banco o en una sucursal.
- Cuenta más de 200 puntos a nivel nacional revisa nuestra sección de A Dónde Pago y podrás ver puntos de servicio en todo el país. Encuentra el más cercano y conveniente y realiza tus pagos de la manera más fácil y rápida.

Ver Anexo 6 PuntoXpress Departamento de Estelí Ubicación de los Comercios y horarios de PuntoXpress en la ciudad de Estelí.

6.3.11 PUNTO FÁCIL NICARAGUA

AVANZ se ha asociado con franquicias y comercios que los clientes regularmente ya visitan, donde ahora también podrán realizar el pago de las facturas de sus servicios básicos. A través de Punto Fácil, también podrá hacer todos sus pagos mensuales en un solo lugar. Ello le permitirá optimizar su tiempo, al no tener que trasladarse a distintos lugares para la cancelación de sus facturas. Con esto podrá evitar de igual manera posibles recargos por retrasos y pagos tardíos. (Ver Anexo 7 Punto Fácil Nicaragua Ubicación de los Comercios afiliados a Punto Fácil con sus Dirección y horarios de atención)

6.4. CARACTERIZACIÓN DE LOS CLIENTES QUE UTILIZAN LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN BANCO AVANZ

Como objetivo de esta investigación se planteó analizar si el uso y aprovechamiento de las nuevas tecnologías es una estrategia para lograr la fidelización de los clientes de Banco Avanz sucursal Estelí en el año 2020. Para lograr esto se procedió a la caracterización de los clientes y como es la relación con el banco, ver el acceso a los medios electrónicos, la fidelización y la calidad en la atención.

En esta investigación se realizaron 239 encuestas y 67 entrevistas a clientes que visitaron la sucursal de Estelí en el mes de septiembre y octubre del 2020, además de entrevistas a asesores

de clientes, técnicos de mantenimientos y funcionarios con los cuales se comentó los resultados de la encuesta realizada a los clientes para apoyar esta investigación.

En la Tabla N° 1 de la variable Genero se puede observar que el 63% que utiliza los servicios del banco son mujeres, sobre la valoración al tema nos comenta uno de los funcionarios del banco:

En las parejas muchas veces la mujer desempeña el papel de administradoras tanto en el hogar, como en el negocio y se le asignan tareas bancarias y/o financieras y los hombres se dedican a otras actividades como es atender a clientes y proveedores en el negocio. (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista octubre 2020)

Tabla N°1 Genero
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Mujer	151	63
Hombre	88	37
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°2 Rango de Edades
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
18 a 20	24	10
21 a 30	48	20
31 a 40	150	63
41 a 50	0	0
51 a 60	0	0
61 a 70	17	7
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020

Se puede observar en la Tabla N° 2 que los clientes que visitan con mayor frecuencia la sucursal de Banco AVANZ oscilan entre los 31 a 40 años de edad. *Estos rangos son ya personas económicamente activas, profesionales y con negocios/trabajo establecidos con alto grado de responsabilidad y deseos de superación.* (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)

La Tabla N° 3 muestra que el 70 % de los clientes encuestados alcanzaron un nivel universitario permitiendo así una mayor un mayor grado de conocimientos para implementarlos en sus negocios así también para su desarrollo.

Tabla N°4 Rango de Ocupación u Oficio
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Abogado	17	7
Administrador	55	23
Ama de Casa	23	10
Comerciante	62	26
Contador	17	7
Transportista	24	10
Asalariado	41	17
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020

En la tabla N° 5 en relación al Estado Civil se puede observar que el 44% de los encuestados son solteros. Aunque en mayor proporción los casados y unión libre forman el 53% de los clientes.

Tabla N°3 Nivel Académico
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Primaria	17	7
Secundaria	31	13
Técnico	24	10
Universitario	167	70
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

La tabla N° 4 detalla el rango de Ocupaciones u oficio que desempeñan los clientes, sobresaliendo los Comerciantes en un 26% *Quienes se dedican a la venta de diferentes productos como es la venta de granos, repuestos de motos vehículos, abarrotería, ropa, calzado, servicio de comida, transporte esto según comenta* (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)

Tabla N°5 Estado Civil
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Soltero	105	44
Casado	72	30
Unión Libre	55	23
Viudo	7	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

6.5. VALORACIÓN DE LOS CLIENTES SOBRE EL USO Y ACCESO A LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN BANCO AVANZ.

6.5.1. RELACIÓN DE LOS CLIENTES CON BANCO AVANZ

Dentro de la relación que tiene los clientes con Banco Avanz encontramos gran diversidad de antigüedad, entre nuevos y otros con varios años de tener una relación con el banco, lo cual podemos apreciar en la siguiente Tabla N° 6 la cual oscila entre los 8 a 10 años. *La mayoría de los clientes que tiene el banco iniciaron relación con la creación de sus negocios con el otorgamiento de créditos para capital de trabajo, compra de activos o remodelación de sus casas o negocios, lo que a permitido un crecimiento junto.* (Teresa Moreno Gerente de Sucursal entrevista 09 de octubre de 2020)

Tabla N°6 Antigüedad de los clientes
Universo: 239 encuestas.

Variable	Frecuencia	%
1 Año	17	7
2 Años	24	10
3 Años	24	10
4 Años	17	7
5 Años	7	3
6 Años	24	10
7 Años	24	10
8 Años	31	13
9 Años	17	7
10 Años	31	13
15 Años	23	10
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Este afirma el concepto de fidelización planteado por Mesen Figueroa, (2011, pág. 30) el concepto de Fidelización es pretende que los compradores o usuarios de los servicios de la empresa mantengan relaciones comerciales estables y continuas, o de largo plazo con ésta. Para ello se utilizan distintas técnicas que resultan atractivas a los clientes y nos permiten afianzar nuestra posición y asegurar ventas.

Se muestra mucha aceptación en los clientes debido a los resultados encontrados en las Tablas N° 7 y 8 con un porcentaje muy alto del 77% y 52% donde los clientes han buscado el banco por que han sido referenciado por otros clientes y su decisión a sido influenciada por una recomendación respectivamente. Esto comparado con antigüedad de los clientes indica que a lo

largo del tiempo se ha mantenido una buena relación entre los clientes y el banco para ser un banco de referencia y de recomendación a nuevos clientes.

Tabla N°7 Decisión de ser Cliente del Banco
Universo: 239 encuestas.

Variable	Frecuencia	%
Recomendación	124	52
Local Atractivo	33	14
Buena Atención	12	5
Confianza	48	20
Créditos	22	9
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°8 Medio por el cual conoció el banco
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Página Web	17	7
Llamada	7	3
Referencia	184	77
Periódico	31	13
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

La decisión por ser cliente del banco por recomendación y referencia valida el resultado de la Tabla N° 9 con un 77% en la satisfacción de la atención al cliente.

Los clientes se sienten satisfechos con la atención que brinda Banco Avanz, por los tiempos de respuestas en atención a los créditos, gestiones de cuentas, dando siempre una atención personalizada, adecuándose a las necesidades del cliente. (Teresa Moreno Gerente de Sucursal entrevista 09 de octubre de 2020)

Tabla N°9 Calificación de la Atención
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Insatisfecho	7	3
Medio Satisfecho	7	3
Satisfecho	184	77
Muy Satisfecho	41	17
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

En la Tabla N° 10 se observa que el 50% de los clientes visitan una vez al mes la sucursal de Banco Avanz y los productos que poseen con el banco son cuentas de ahorro y corrientes 35% y 25% respectivamente reflejado en la tabla N°11. *El banco promueve en los clientes el uso de las cuentas de ahorro o corriente donde se desembosa los créditos, para crear un hábito de ahorro que les permita ir acumulando el monto de su cuota y además poder utilizar otras bondades que el banco ofrece como es por ejemplo el E-banking, las Transferencias ACH y Tarjetas de Débito. (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)*

Tabla N° 10 Frecuencia con que visita el Banco

Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Diario	7	3
3 veces x semana	31	13
Cada 15 días	65	27
1 vez al mes	120	50
Más de 1 mes	16	7
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°11 Productos que tiene en el Banco

Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Cuenta Corriente	60	25
Cuenta Ahorro	84	35
Crédito	50	21
CDP	14	6
Tarjeta de Crédito	31	13
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°12 Comparación del Banco con otras Instituciones Financieras

Universo: 239 encuestas.

Variable	Frecuencia	%
Mucho Mejor	57	24
Algo Mejor	127	53
Iguales	48	20
Algo Peor	7	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

En la Tabla N° 12 vemos que en comparación de Banco AVANZ con otras Instituciones Financieras los clientes consideran en un 53% como algo mejor.

La preferencia de Banco AVANZ con relación a otras Instituciones, es que el banco se ha preocupado por un cambio de modelo en cuanto a su forma de atención donde puede

realizarse múltiples operaciones con una solo persona, eliminar lo que son las grandes filar e implementar medios electrónicos que faciliten la experiencia con el banco. (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)

6.5.2 ACCESO Y USO DE LA TECNOLOGÍA DEL BANCO

la Tabla N° 13 muestra que el 63% de los clientes cuenta con internet fijo y además otro parte con planes pre y pos pago permitiendo a estos poder acceder a su E-banking desde su celular.

Tabla N°13 Tipo de Acceso a Internet
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Prepago	31	13
Pospago	53	22
Wifi	150	63
Plan Corporativo	5	2
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°14 Tipo de Operaciones que realizan los clientes
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Deposito	43	18
Retiros	45	19
Pago Servicios Básicos	12	5
Pago Crédito	22	9
Pago Tarjeta Crédito	17	7
Pago Tarjeta otros Bancos	10	4
Transferencia entre Cuentas	10	4
Transferencias /otros Bancos	14	6
Recargas	7	3
Consulta de Saldo	29	12
Mesa de Cambio	10	4
Depósito de Cheques	10	4
Cambio de Cheques Fiscales	2	1
Cambio Cheque Cuenta Corriente	6	3
Solicitud de Chequera	2	1
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

La mayoría de las operaciones que realizan los clientes cuando visitan la sucursal del banco son retiros y depósitos con un 19% y 18 % respectivamente, expresado en la Tabla N° 14 seguido de la consulta de saldo con un 12% y el pago de créditos con 9%.

Los medios electrónicos que Banco AVANZ dispone es para que los clientes realicen sus transacciones de manera ágil y segura, ya que los depósitos y retiros pueden realizarse en los ATM del 24/7 o en los ATM afiliados a BancaRed (BDF y FICOHSA) además en PuntoXpress y Punto Fácil y las operaciones de consulta de saldo y pago de crédito están disponibles en el E-banking la cual desde su casa o negocio pueden ser realizadas. Comenta (Teresa Moreno Gerente de Sucursal entrevista 09 de octubre de 2020)

La Tabla N° 15 muestra que el 20% de las operaciones que se realizan los clientes a través de los medios electrónicos es realizada en las ventanillas de la Sucursal y por lo tanto el 80% de las operaciones se hacen a través de los medios electrónicos, principalmente en los ATM con el 31%.

Ver este resultado es muy satisfactorio debido a los clientes se están familiarizando con el uso de medios electrónicos y que están utilizando los medios para realizar sus operaciones, este otro 20% que realiza las operaciones en la sucursal por lo general son gestores que efectúan depósitos a cuentas, clientes nuevos o algunos proveedores que cobran cheques. Comenta (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)

Tabla N°15 Medios Electrónicos utilizados para sus operaciones
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
E-banking	45	19
Sucursal Telefónica	7	2
ATM AVANZ	74	31
Kiosco	26	11
Buzón de Cheques	2	1
Transferencia ACH	22	9
PuntoXpress	7	2
Sucursal	48	20
BancaRed	8	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°16 Frecuencia de uso de Medios Electrónicos
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
En todas	81	34
En la mayoría	96	40
En Algunas	55	23
Nunca	7	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Resultado similar encontramos en la Tabla N° 16 sobre la frecuencia del uso de los medios electrónicos la mayoría lo utiliza con un 40% y el 34% de los clientes lo usa en todas sus gestiones.

En este Grafico N° 1 refleja la agrupación de transacciones utilizando medios electrónicos en la categoría de que utilizan siempre aparecen: Los retiros, consulta de saldos, pago de créditos, depósitos y transferencias entre cuentas, todos ellos a través de los ATM, e E-banking y as transacciones a través de medios electrónicos que no se usan son, el bloqueo de tarjetas, el código para deposito, cambio de cheques y solicitud de chequeras.

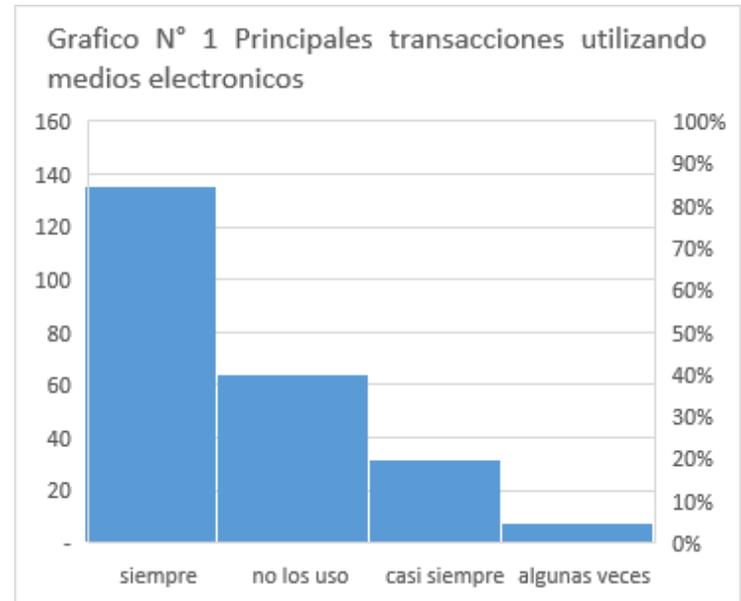


Tabla N°17 Ahorro en tiempo por uso de Medios Electrónicos
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
SI	222	93
NO	17	7
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Un punto a favor vemos en la Tabla N° 17 sobre al utilizar los medios electrónicos ahorra tiempo en sus gestiones, los encuestados expresan que SI con un 93%

Se confirma lo planteado por Para Herrera, Manriquez & Jerez (2005, pag.50-58) los factores que impactan la atención al cliente utilizando medios electrónicos como es:

- La Confianza que adquiere mayor valor en el caso de la banca por Internet, dado que los servicios financieros en línea dependen aún más de la confianza de los usuarios
- La Seguridad factor fundamental si se quiere cimentar una relación de confianza con los clientes, seriamente preocupados por su intimidad y la seguridad de su dinero.
- La Accesibilidad se pueden realizar gestiones desde cualquier parte y no se requieren avanzados conocimientos de informática, pues los sistemas están elaborados en función a la intuición de los usuarios y la familiaridad con los mismos se obtiene en poco tiempo.

- La Calidad del Servicio las entidades financieras deben descubrir nuevos métodos para atraer y retener clientes, entregándoles una alta calidad de servicio durante sus contactos individuales, proceso que se conoce como de fidelización a través del servicio al cliente.
- La Transparencia le permite al usuario comparar entre distintas ofertas, con la posibilidad de determinar rápida y sencillamente cuál es la que más se adecua a sus necesidades.

Cabe mencionar que el 48% de clientes se encuentran satisfechos con el manejo y la información sobre los medios electrónicos, la asesoría brindada y la rapidez con el uso.

Tabla N°18 Satisfacción con Manejo, Información, Asesoría y Rapidez en el uso de los Medios Electrónicos
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Muy Satisfecho	90	38
Satisfecho	115	48
Poco Satisfecho	17	7
Nada Satisfecho	17	7
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°19 Calificación ante dudas/problemas del manejo de medio electrónicos
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Rápida	184	77
Lenta	38	16
Insuficiente	17	7
No Obtuvo Respuesta	0	0
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

La Tabla N° 19 muestra que la calificación que los clientes otorgan ante el manejo que tienen sobre las dudas o problemas ante los medios electrónicos es de un 77%

6.5.3 VALORACIÓN DE FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DEL BANCO AVANZ

Tabla N°20 Estaría dispuesto recomendar al banco
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Definitivamente SI	142	60
Probablemente SI	90	37
Definitivamente NO	7	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Con la experiencia vivida con Banco Avanz el 60% de los clientes encuestados estaría dispuesto a recomendar al banco. *Siempre el cliente es la mejor carta de presentación de una institución, ya que los clientes nuevos se sienten con más confianza cuando alguien que ha vivido la experiencia lo recomienda.* (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)

Dentro del punto de vista de lo que no les ha agradado a los clientes en este nuevo modelo ha sido la fusión de Caja y Servicio Bancario con un 38% como podemos observar en la Tabla N° 21.

Los clientes están acostumbrados a la forma tradicional de ver los bancos y lo que ha desea Banco AVANZ implementar es un modelo novedoso donde se ofrece tanto los servicios de caja como los de atención de servicio bancario, permite al cliente tener a

disposición atención en sus operaciones en efectivo y asesoramiento sobre los nuevos productos y servicios que ofrece el banco para una excelente experiencia. (Teresa Moreno Gerente de Sucursal entrevista 09 de octubre de 2020)

Tabla N°21 Que no le ha agradado de Banco AVANZ
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Medios Electrónicos	31	13
Fusión de Caja y SSBB	91	38
Mala Atención	7	3
Tiempo de Respuesta	55	23
Requisito	55	23
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Por lo general los clientes tienen el concepto de que el banco debe tener más cajeros para una mejor atención, pero esta una de las ideas que se ha querido cambiar ya que no es una opción eficiente para el modelo de atención que se ha implementado en AVANZ (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)

Tabla N°22 Que recomienda para mejorar la atención en AVANZ
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Instalaciones	14	6
Cajeros	74	31
ATM	53	22
Sucursales	67	28
Otros Productos	14	6
Otros Servicios	17	8
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°23 Que le ha atraído más de Banco AVANZ
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Medios Electrónicos	65	27
Fusión de Caja y SSBB	26	11
Profesionalidad	29	12
Calidad del Servicio	29	12
Organización	14	6
Atención Personalizada	29	12
Visita a los Negocios	24	10
Esperar Sentado	23	10
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

La Tabla N° 23 indica lo más atractivo que le ha parecido del banco ha sido los medios electrónicos con un 27%.

Los medios electrónicos han permitido acerca el Banco a los clientes ya que estos pueden realizar deposito o retiros en lugares cercano a sus casa o negocios permitiéndoles ahorrar tiempo en sus gestiones, además el área de 24/7 es una alternativa bastante amplia en momentos que necesite el cliente disponer de su dinero, complementado esto el E-banking y sus múltiples beneficios ha sido algo que los clientes resaltan en las visitas que realizamos a sus negocios. (Teresa

Moreno Gerente de Sucursal entrevista 09 de octubre de 2020)

Tabla N°24 Grado de satisfacción de uso de medios Electrónicos
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
1	0	0
2	7	3
3	0	0
4	0	0
5	7	3
6	0	0
7	24	10
8	79	33
9	88	37
10	34	14
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

La Tabla N° 24 indica que el 37% de los clientes que usa medios electrónicos dispuestos por Banco Avanz están satisfechos en un nivel de 9 en donde la escala del 1 a 10, donde 1 es insatisfecho y 10 es completamente satisfecho.

6.5.4 VALORACIÓN DE CALIDAD DE ATENCIÓN DE CLIENTES DE BANCO AVANZ

Tabla N°25 Calidad de Atención y Capacidad Técnica le trasmite confianza y seguridad
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Siempre	96	40
Casi Siempre	112	47
Normalmente	17	7
A veces	7	3
Nunca	7	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

En la Tabla N° 25 podemos apreciar que casi siempre el personal de Banco AVANZ presenta calidad en la atención y capacidades técnicas sobre el uso de los medios electrónicos con un 47%.

Dentro de Marco Teórico se aborda la calidad en la atención y es uno de los factores de impacto en la atención al cliente por medios electrónicos No se trata de emular la atención

personal a través de estos canales, sino más bien, hacer el mejor uso de estas herramientas

tecnológicas para lograr satisfacer las necesidades del cliente, aún sin contar con su presencia. (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 57)

En la Tabla N° 26 se valora la disponibilidad del personal para responder preguntas y ayudar a los clientes vemos que siempre está dispuesta a ayudar sobre dudas que presentan los clientes sobre el uso de medios electrónicos

La Visión de Banco Avanz es ser siempre referencia en innovación y calidad en la atención que se presta a los clientes, por eso

la continua capacitación del personal ha sido primordial para este propósito. Además, uno de nuestros valores tiene que ver con ser empáticos y proactivos estar atento a las necesidades de los clientes para asesorarlos de una manera especializada y personalizada. (Teresa Moreno Gerente de Sucursal entrevista 09 de octubre de 2020).

Tabla N° 26 Disponibilidad del personal para responder preguntas y ayudar
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Siempre	112	47
Casi Siempre	88	37
Normalmente	25	10
A veces	7	3
Nunca	7	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

Tabla N°27 Lenguaje comprensible y transmisión de forma sencilla y clara
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Siempre	88	37
Casi Siempre	120	50
Normalmente	17	7
A veces	0	0
Nunca	14	6
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

En la Tabla N° 27, el 47% de los clientes expresan que los asesores casi siempre transmiten un lenguaje de forma sencilla y clara sobre el uso de los medios electrónicos.

Como se cita (Herrera, Manriquez, & Jerez, 2005, pág. 56) las entidades financieras deben descubrir nuevos métodos para atraer y retener clientes, entregándoles una alta calidad de servicio durante sus contactos individuales, proceso que se conoce como de fidelización a través del servicio al cliente.

Esto hace que la calidad de la atención al cliente sea cada vez un reto para las instituciones ya que los clientes están donde se sienten más a gusto con la información que reciben, los productos y servicios, costos y están en continua valoración para determinar con quien quedarse trabajando, (Eduardo Herrera Jefe de Servicio al Cliente entrevista 15 octubre 2020)

Tabla N°28 Conocimiento e información suficiente para responder sobre el manejo de los Medios Electrónicos
Universo: 239 encuestas

Variable	Frecuencia	%
Siempre	96	40
Casi Siempre	112	47
Normalmente	17	7
A veces	7	3
Nunca	7	3
Total	239	100

Fuente: Datos primarios, encuesta, Septiembre 2020.

El 47% de los clientes expresan que los asesores poseen conocimiento e información suficiente para responder sobre el manejo de los medios electrónicos.

Valoración con relación al Banco:

La relación de los clientes con Banco AVANZ inicio principalmente por recomendación de un familiar o amigo, por la necesidad de optar a un crédito para el desarrollo de sus pequeños negocios y la necesidad de ahorrar para proyectos futuros y los criterios a tomar en cuenta para esta decisión se basó en la calidad, solidez seguridad y confianza que ha transmitido el banco a los clientes y se ha hecho llegar a través de recomendación a los nuevos clientes. También se ha tomado en cuenta que el uso de la tecnología que se ha adecuado a las necesidades de los clientes en que cada vez necesitan menos tiempo en el banco y más a sus negocios. Entrevista realizada a 67 clientes en el mes de septiembre 2020.

Valoración del acceso a los medios Electrónicos

De los entrevistados expresan que la implementación de los cambios tecnológicos que realizo Banco Avanz ha ayudado a ahorrar tiempo en sus gestiones, sin hacer filas y de una forma accesible y ágil, además poder realizar gestiones desde su casa o negocio con su celular o en

el 24/7 en horas que la sucursal se encuentra cerrada ampliado su accesibilidad, aunque algunos clientes expresan que no hay muchos ATM o que quitaron las libretas de ahorro, pero han permanecido con el banco a pesar de estos cambios. En fin, los clientes se sienten cómodos al utilizar los medios electrónicos que a proporcionado Banco Avanz para su comodidad. Entrevista realizada a 67 clientes en el mes de septiembre 2020.

Valoración de su fidelización hacia Banco Avanz

Los entrevistados expresan que una forma de mantenerse con Banco Avanz es que mantengan siempre la buena atención, calidad en el servicio, comunicación en los cambios de tasas de los créditos, tarifas y comisiones ampliar los productos y servicios que prestan tanto dentro de la sucursal como fuera esto referente a la innovación de acceder al banco desde otros medios. esta satisfacción genera que los clientes recomienden al banco compartiendo sus buenas experiencias. Entrevista realizada a 67 clientes en el mes de septiembre 2020.

Valoración en la Calidad de Atención

Los clientes comentan en su entrevista que uno de los puntos que sobresalen en la calidad de atención es en la rapidez en la atención tanto en los créditos como en la apertura de cuentas, la información brinda de cada uno y el trato de bien personalizado crean una relación de respeto y seguridad al comento que entablan una relación con el cliente. Y los inconvenientes que se han dado se ve la diligencia para dar respuesta en temas como atascos en el ATM, buzón de cheques o explicación de algún procedimiento. Entrevista realizada a 67 clientes en el mes de septiembre 2020.

LA PRUEBA DE HIPOTESIS

La hipótesis de esta investigación expresa: “A mayor uso de tecnología por los clientes, incide en la fidelización en la Sucursal de Estelí de Banco AVANZ.”, y al realizar la prueba de la hipótesis se realizó la Prueba T en el SPSS tomando en cuenta los siguientes parámetros:

Estadísticos para una muestra				
	N	Media	Desviación tip.	Error tip. de a media
Antigüedad en el banco	239	6.4	3.204	.207
Calificación de la Atención	239	3.8	.559	.036
Uso de Medios electrónicos para ahorro de tiempo	239	1.07	.258	.017
Recomendación a otros clientes del banco	239	1.49	.777	.050
Lo que le atrae más del banco	239	4.60	2.579	.167
Grado de Satisfacción en el uso de Medios Electrónicos	239	8.29	1.511	.098

Prueba para una muestra Valor de prueba = 0					95% Intervalo de confianza para la diferencia	
	t	gl	Significancia (bilateral)	Diferencia de medias	Inferior	Superior
Antigüedad en el banco	30.602	239	.000	6.343	5.93	6.75
Calificación de la Atención	85.307	239	.000	3.084	3.01	3.15
Uso de Medios electrónicos para ahorro de tiempo	64.288	239	.000	1.071	1.04	1.10
Recomendación a otros clientes del banco	29.714	239	.000	1.494	1.39	1.59
Lo que le atrae más del banco	27.560	239	.000	4.598	4.27	4.93
Grado de Satisfacción en el uso de Medios Electrónicos	84.829	239	.000	8.289	8.10	8.48

Dada la Significancia bilateral de las pruebas, la cual son menor al rango de aceptación (0.5) se rechaza la hipótesis, debido a que la fidelización de los clientes no está sujeta al uso de tecnología proporcionado por el banco, por lo tanto, esta investigación queda abierta a futuros estudios.

6.6. ESTRATEGIAS PARA APROVECHAMIENTO DE NUEVAS TECNOLOGÍAS Y FIDELIZACIÓN DE CLIENTES DE BANCO AVANZ

6.6.1 F.O.D.A.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Respaldo del Grupo Pellas • Instalaciones novedosas y 24/7 • Comisiones e intereses competitivos en el uso de medios electrónicos. • Variedad en productos y servicios utilizando medios electrónicos • Constante capacitación al personal para manejo de medios electrónicos y atención a clientes. • Crear Clientes integrales con acceso a los tipos de medios electrónicos que posee el banco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los procedimientos del manejo de medios electrónicos no están tan visibles en la página del banco • Pocas promociones y descuentos al utilizar medios electrónicos • Los clientes desean trabajar con los bancos más grandes. • Poco personal en la atención • No se da frecuentemente el mantenimiento a los medios electrónicos
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Captación de nuevos clientes interesados en el uso de medios electrónicos • Globalización de la economía • Avances tecnológicos en medios electrónicos • Mayor cobertura nacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptabilidad de los clientes antes los cambios tecnológicos • Las crisis económicas del país que afecte la adquisición de medios electrónicos a los clientes/banco • Crecimiento de la competencia en uso de nuevas tecnologías. • Fraudes cibernéticos en manejo de medios electrónicos

6.6.2 PROPUESTA DE ESTRATEGIAS PARA FIDELIZAR A LOS CLIENTES DE BANCO AVANZ

Se identificaron sus principales fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para Banco Avanz en la implementación y uso de tecnología para la fidelización de los clientes, la información obtenida de los análisis efectuados en los factores internos y externos que permitieron identificar algunas iniciativas que le banco puede implementar para lograr sus objetivos.

Estrategia N° 1: Información clara del manejo de medios electrónicos que utiliza Banco Avanz para fidelización de los clientes.

Objetivo: Apropiar a los clientes de información sobre el manejo y uso de los Medios Electrónicos que dispone Banco Avanz.

Actividades:

- Que la página Web del banco contenga información más clara concisa y accesible sobre el manejo de medios electrónicos para que el cliente conozca y haga uso de ellos.
- Un contador digital de visitas en la página Web que ayude a la valoración de un control de accesos a la información disponible.
- Un Foro virtual que complemente las dudas o recopile sugerencias de los clientes a través de la página web.

Estrategia N° 2: Incentivar el uso de los medios electrónicos que utiliza Banco Avanz para la fidelización de los clientes.

Objetivo: Aumentar el número de clientes que hagan uso de medios electrónicos en Banco Avanz.

Actividades:

- Promociones y descuentos por el uso de medios electrónicos para que el cliente se sienta recompensado por su fidelidad.
- Todos los asesores de clientes hagan campaña de la información que contiene la página Web para que el cliente se familiarice y pueda hacer uso de información disponible sobre los medios electrónicos.
- Automatización de trámites a través de los medios electrónicos, por ejemplo, solicitud de referencia bancaria, constancia de cancelación de crédito.

Estrategia N° 3: Innovación en los Productos y Servicios que ofrece Banco Avanz a sus clientes.

Objetivo: Retener clientes con productos y servicios competitivos.

Actividades:

- Brinda siempre productos y servicios con tasas y beneficios competitivos que ayuden a la retención y la captación de clientes.
- Inversión en seguro contra fraude electrónico que le permita a los clientes sentirse que su dinero está seguro y que pueden hacer uso de ellos al momento de realizar pago u operaciones en línea.
- Creación de alianzas comerciales para obtener descuentos y promociones con establecimientos por ser cliente de Banco Avanz.

Estrategia N° 4: Asesor de Clientes de Medios Electrónicos de Banco Avanz para apoyar al aprovechamiento del uso de la tecnología.

Objetivo: Asesorar a los clientes sobre los beneficios y manejo de los medios electrónicos disponibles en el 24/7 de Banco Avanz.

Actividades:

- Explicación a los clientes sobre el uso de los medios electrónicos para crear práctica sobre su uso y resaltar los beneficios que trae su uso.
- Que los suministros como papel y tinta para impresión en el kiosco, sobres para cheques para el buzón o sobres para dinero al momento de retirar en los ATM, estén siempre en óptimas condiciones.
- Orientación a los clientes que funcionario puede atender su solicitud o problema en la sucursal.

Estrategia N° 5: Mantenimiento más continuo de Medios Electrónicos proporcionados al público por Banco Avanz

Objetivo: Garantizar el buen funcionamiento de los medios electrónicos que pone Banco Avanz a disposición de los clientes.

Actividades:

- Programación trimestral de mantenimiento principalmente a los ATM, para que permitan un buen funcionamiento de los medios electrónicos y esto se traduzca en confianza para el uso de los clientes.
- Inspección periódica de los equipos tanto de funcionamiento como de seguridad.
- Limpieza continua en la parte externa e interna que permitan mejor desempeño en su funcionamiento.

CAPITULO VII: CONCLUSIONES

En base a los resultados obtenidos en la presente investigación se concluye:

Se ha podido conocer las características y beneficios que presentan la nueva tecnología que implementa Banco Avanz para la fidelización de los clientes haciendo que las operaciones bancarias sean de una manera más ágil y segura, sin perder mucho tiempo en la sucursal y que este siempre disponible cuando el cliente la necesite.

Se ha conocido al tipo de clientes que posee Banco Avanz, donde jóvenes y adultos están conociendo estos cambios y se adaptan a esta nueva forma de atención que brinda Banco Avanz, para facilitar las exigencias de tiempo que demandan sus actividades o negocios haciendo llegar el banco a ellos.

Los medios electrónicos utilizados por Banco Avanz presentan disponibilidad de tiempo y acceso las 24 horas del día los 7 días de la semana con alternativas de atención desde su E-banking, red de ATM, Sucursal Telefónica, Tarjetas de Débito y Crédito, Buzón de Cheques, entre otros, que permiten al cliente siempre poder realizar sus operaciones cuando lo disponga y crear competitividad en el sector financiero.

Se logró identificar algunas estrategias a implementar que pueden contribuir a la fidelización de los clientes en Banco Avanz como la comunicación contante, promover el uso de medios electrónicos, la innovando en nuevos productos y servicios, brindado asesoría y dando un adecuado mantenimiento para el buen funcionamiento de los equipos.

Al realizar la significancia bilateral de las pruebas, la cual son menor al rango de aceptación (0.5) se rechaza la hipótesis, debido a que la fidelización de los clientes no está sujeta al uso de tecnología proporcionado por el banco, por lo tanto, esta investigación queda abierta a futuros estudios.

CAPITULO VIII: RECOMENDACIONES

Tomando en cuenta los resultados obtenidos es importantes realizar algunas recomendaciones:

A la Institución: Se le recomienda mantener continuamente la capacitación al personal sobre las actualizaciones en los procedimientos y manejo de equipos, para que estos puedan responder ante las inquietudes de los clientes, acompañarlos en sus gestiones o en las dificultades que presenten, principalmente a las personas de la tercera edad.

Además, realizar continuo mantenimiento de los equipos que reduzcan las posibles fallas para que el cliente sienta seguridad al momento de utilizar los medios electrónicos para la realización sus operaciones bancarias.

A los clientes: le recomendamos aprovechar los medios que dispone el banco para experimentar una nueva forma de realizar actividades bancarias y poder interactuar más con el banco, para que este pueda adecuar aún más los productos y servicios que ofrece a las sus necesidades.

A la Universidad: el tema del usos de las tecnología para fidelización de clientes es un nuevo concepto que los cliente van experimentando poco a poco y la mejor manera de realizar un cambio es explorar el tema de sus beneficios y cuidados que hay que brindar ante la globalización de las operaciones y no solo en el ámbito bancario sino en todos los procesos o gestiones con que interactúan con las empresas.

BIBLIOGRAFIA

- Andino Rivera, A. (2017). *Estudio del desempeño empresarial de los hoteles en la ciudad de León, con el uso de redes sociales como herramientas publicitarias digitales, en el periodo junio a octubre 2017*. Leon, Nicaragua: UNAN LEON.
- Arbizu Jiron, L. E. (2019). *Incidencia del uso de los canales alternos de BANPRO en el mnejo de las finanzas de los estudiantes becados del turno nocturno de la FAREM Esteli e el año 2017-2018*. Esteli, Nicaragua: UNAN FAREM ESTELI.
- BANCARED. (2020). *BANCARED*. Obtenido de BANCARED Web site:
<https://www.bancared.com.ni/>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S,A,.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/NuestraEmpresa/mision.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/NuestraEmpresa/etica-empresarial.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/Depositos/CuentaProActiva.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/Depositos/CuentaAhorro.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
https://www.avanzbanc.com/Documents/CanalesAtencion/En%20tu%20horario/A_Cu alquier_Hora_Cerca_De_Vos.pdf
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/NuestraEmpresa/JuntaDirectiva.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/NuestraEmpresa/PrincipalesEjecutivos.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/NuestraEmpresa/Dignatarios.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/Depositos/CuentaCorrienteEmpresarial.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/Creditos/CreditoEmpresarial.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/ServiciosFinancieros/Zona.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/ServiciosFinancieros/CodigoParaRetiroy Deposito.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/Creditos/LineaCreditoEmpresarial.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Tarjetas/Debito.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site:
<https://www.avanzbanc.com/Pages/Tarjetas/Clasica.aspx>

- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/Tarjetas/Signature.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/ServiciosFinancieros/AvanzMovilBanking.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/ServiciosFinancieros/Transferencias/Transferencias.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/CanalesAtencion/KioscoAutoservicio.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/CanalesAtencion/BuzonCheques.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/CanalesAtencion/SucursalTelefonica.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/Tarjetas/TarjetaBusiness.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Banco Avanz S.A.* Obtenido de Banco Avanz S.A. Web site: <https://www.avanzbanc.com/Pages/Empresas/ServiciosFinancieros/PagoPlanilla.aspx>
- Banco Avanz S.A. (2019). *Informe de los Auditores Independientes y Estados Financieros 31 de Diciembre 2018.* Managua: PWC.
- Banco ProCredit S.A. (2016). *Estados Financieros por los Años que Terminaron el 31 de Diciembre de 2015 y 2014 e Informe de los Auditores Independientes.* Managua: Delouitte Touche S.A.
- Banco Procredit S.A. (2018). *Estados Financieros 31 de Diciembre de 2017.* Managua: KPMG S.A.
- Camara Nicaraguense de Internet y Telecomunicaciones. (Enero 2018). *CANITEL.* Obtenido de CANITEL Web site: <http://canitel.org.ni/wp-content/uploads/2019/03/CANITEL-Estadisticas-Ene18.pdf>
- Chavarria G, J., Navarrete G, F., & Chavarria P, J. (2017). *Efectos del Endeudamiento de los clientes que tiene tarjetas de crédito en BANPRO Sucursal Estelí en el I Semestre del año 2016.* Estelí, Nicaragua: UNAN FAREM ESTELI.
- Chiesa de Negri, C. (2005). *CRM: Las Cinco Piramides del Marketing Relacional.* Barcelona, España: Ediciones Deusto.
- de Kluyver, C. (2001). *Pensamiento Estratégico: Una Perspectiva para Los Ejecutivos.* Buenos Aires, Argentina: Pearson Education S.A.
- Gonzalez Navarrete, J., Ruiz Reyes, K., & Ruiz Gonzalez, M. (2014). *Efectos de las estrategias empresariales de los Agentes BANPRO en la satisfacción de los clientes de la ciudad de Estelí en el año 2014.* Estelí: UNAN FAREM ESTELI.
- Gonzalez Navarrete, J., Ruiz Reyes, K., & Ruiz Gonzalez, M. (2014). *Efectos de las estrategias empresariales de los Agentes Banpro en la satisfacción de los clientes de la ciudad de Estelí.* Estelí, Nicaragua: UNAN FAREM ESTELI.
- Hernández Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación.* Mexico, DF: Mc Graw Hill Interamericana.
- Herrera, J. S., Manriquez, M. J., & Jerez, M. B. (2005). *Los Bancos y las Nuevas Tecnologías.* Santiago, Chile: Universidad de Chile.

- Huete Matus, M. (2017). *Incidencia en el uso de los canales de servicios alternos - Agentes BANPRO, en la zona urbana del municipio de Matagalpa, durante el periodo 2017*. Matagalpa: UNAN FAREM MATAGALPA.
- Instituto Nicaraguense de Estudios Territoriales. (2020). *INETER*. Obtenido de INETER Web site: <http://gestionderiesgo.ineter.gob.ni/PortalMapas/index.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Educacion .
- Ley 561 Ley General de Bancos, Instituciones Financieras no Bancarias y Grupos Financieros. (30 de noviembre de 2005). Diario Oficial de La Gaceta N° 232. Managua , Nicaragua: Asamblea Nacional de la Republica de Nicaragua.
- Martinez Gutierrez, M., & Perez Sanchez, M. F. (2016). *de Servicios: Instrumentos de mercadeo de servicio para lograr la captación de nuevos clientes proporcionarles valor, satisfacción, retención y fidelización*. Managua, Nicaragua: UNAN MANAGUA.
- Mesen Figueroa, V. (2011). Fidelizacion de Clientes: Concepto y Perspectiva Contable. *TEC Empresarial*, 30.
- Perez Sanchez, M. F., & Martinez Gutierrez, M. (2016). *de Servicios: Instrumentos de mercadeo de servicio para lograr la captación de nuevos clientes proporcionarles valor, satisfacción, retención y fidelización*. Managua, Nicaragua: UNAN MANAGUA.
- Punto Facil Nicaragua. (2020). *Punto Facil*. Obtenido de Punto Facil Web site: <https://puntofacil.com.ni/>
- PuntoXpress. (2019). *PuntoXpress*. Obtenido de PuntoXpress Web site: <http://www.puntoxpress.com/nicaragua/institucional.html>
- Soley, J. (2015). Banca y Tecnologia: Dos realizades hermanadas. *Harvard Deusto Business Review*, 46-53.
- Stanton, W. J., Etzel, M. J., & Walker, B. J. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico, DF: McGraw-Hill Interamericana.

ANEXOS:

Anexo 1 Sucursales, Áreas Autoservicio y Cajeros Automáticos

Sucursales, Áreas Autoservicio y Cajeros Automáticos

Estamos más cerca de lo que pensás



ZONAS DE AUTOSERVICIO

Nombre	Departamento	Dirección de la sucursal	Kiosco	Retiros en Cajero Auto.	Depósitos en Cajero Auto.	Buzón de Cheques	Sucursal Telefónica	Horario 24/7
Chinandega	Chinandega	Gasolinera Puma El Calvario, 1% c. al este	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Julgalpa	Chontales	Esquina noreste del Parque Central 20 vrs. al norte	✓	✓	✓	✓	⊗	✓
Estell	Estell	Calle de los bancos, esquina sureste	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jalapa	Jalapa	De la Alcaldía 3 c. al oeste	✓	✓	✓	✓	✓	✓
León	León	Iglesia La Recolectión, 1 c. al este	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Matriz	Managua	Avenida Jean Paul Genie	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Plaza España	Managua	De la Rotonda El Güegüense, 75 vrs. al sur	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Plaza Once	Managua	Km. 11 carretera a Masaya	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mercado Oriental*	Managua	Gasolinera Puma Ciudad Jardín 3 c. al norte, 4% c. al oeste	✓	✓	✓	✓	✓	⊗
Masaya	Masaya	Costado sur del Mercado de Artesanías, 1/2 c. al oeste	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Matagalpa	Matagalpa	Costado este de la Catedral de Matagalpa	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Rivas	Rivas	Esquina noroeste del Parque Central	✓	✓	✓	✓	✓	✓

CAJEROS AUTOMÁTICOS fuera de sucursales

Nombre	Departamento	Dirección	Depósitos	Retiros	Horario 24/7
Edificio Pellas	Managua	Km 4% ctra. a Masaya	⊗	✓	✓
Hospital Vivian Pellas ²	Managua	Km. 9.8 ctra. a Masaya, 200 mts al oeste	⊗	✓	✓
Aeropuerto Internacional ²	Managua	Área de salida a control a migración	⊗	✓	✓
Casa Pellas Plaza España* ²	Managua	De la rotonda el Güegüense 350 mts. al sur	⊗	✓	⊗
Bello Horizonte	Managua	AMPM Bello Horizonte, rotonda Bello Horizonte 200 mts. al este	⊗	✓	✓
Super Express San Andrés	Managua	Barrio Bello Amanecer, entrada al Residencial San Andrés 100 mt. al este, Cd. Sandino	⊗	✓	✓
Super Express Plaza Vistana	Managua	Plaza Vistana, rotonda Centroamérica 100 mts. NE	⊗	✓	✓
AMPM Waspan	Managua	Frente a gasolinera UNO Waspan (antes gasolinera Shell Waspan)	⊗	✓	✓
UNO Granada	Granada	Tienda PRONTO, gasolinera UNO entrada de Granada	✓	✓	✓
Jinotega ⁴	Jinotega	Suc. Seguros América, esquina NE del Parque Central 200 vrs. al norte	✓	✓	⊗
PUMA Ocotol	Nueva Segovia	Tienda Servicoentro Ocotol, Contiguo a Brigada Militar	✓	✓	✓
Aeropuerto Costa Esmeralda ²	Tola	Km 16 ctra. Tola - Las Salinas	⊗	✓	✓

Servicios que prestan nuestros Cajeros Automáticos:



Retiros en efectivo con tarjeta de débito/ crédito



Retiro de efectivo por código



Consulta de saldos



Impresión de mini estado de cuenta



Cambio de PIN



Depósitos en efectivo (con tarjeta y código)*

*Cajeros Automáticos sujetos a horario del local:

Casa Pellas: Lunes a viernes de 7:00 a.m. a 4:30 p.m. y sábados de 8:00 a.m. a 12:00 m.d.

Mercado Oriental: Lunes a viernes 7:00 a.m. – 7:00 p.m. sáb.- dom. 7:00 a.m. – 5:00 p.m.

Jinotega: Lunes a viernes de 8:00 a.m. a 5:30 p.m. (sin cerrar a medio día) y sábados de 8:00 a.m. a 11:30 a.m.

*Cajeros Automáticos que no ofrecen servicio de depósito:

Hospital Vivian Pellas, Aeropuerto Internacional, Casa Pellas Plaza España, Aeropuerto Costa Esmeralda Tola

Anexo 2 BANCARED



Cajeros automáticos pertenecientes a BancaRed en MANAGUA

Nombre	Departamento	Municipio	Dirección del local
BDF Super Express Altamira	Managua	Altamira	Super express frente a la entrada colegio Liceo Franciscano
BDF Maxi Pall Santa Ana	Managua	Barrio Santa Ana	MaxiPall Santa Ana. Barrio Santa Ana distrito II
BDF Hospital Militar	Managua	Barrio Tiscapa	Hospital Militar. Rotonda el Gueguense 400 mts este 300 mts sur
BDF Plaza Inter	Managua	Barrio Tiscapa	Plaza Inter. Costado sur Rotonda Hugo Chavez Frias.
BDF PUMA Las Margaritas	Managua	Barrio Tiscapa	Gasolinera PUMA Las Margaritas. Costado oeste a Plaza Inter
Avanz AMPM Bello Horizonte	Managua	Bello Horizonte	AM PM Bello Horizonte. Rotonda Bello Horizonte 200 mts. Al este.
BDF MC Las Américas	Managua	Bello Horizonte	Centro Comercial Multicentro Las Americas, Food Court
BDF Unión Bello Horizonte	Managua	Bello Horizonte	Supermercado La Unión. Costado sureste Rotonda Bello Horizonte
Avanz Hospital Vivian Pellas	Managua	Carretera Masaya	Hospital Metropolitano, ctra. Masaya Km 9.8
Avanz Suc. Plaza Once	Managua	Carretera Masaya	Carretera Masaya. Km. 11. Plaza Once.
Avanz Edif. Centro Pellas	Managua	Carretera Masaya	Carretera Masaya. KM 4.5. Edificio Pellas. Seguros América.
BDF Galerías Sto Domingo	Managua	Carretera Masaya	Centro comercial Galerías Sto Domingo, area ATMs 1er piso
BDF PUMA Las Colinas	Managua	Carretera Masaya	Gasolinera PUMA Las Colinas, 1er entrada las Colinas
BDF PUMA Metrocentro	Managua	Carretera Masaya	Gasolinera PUMA Metrocentro, esquina sur de la rotonda Metrocentro
BDF Suc. Carretera Masaya	Managua	Carretera Masaya	Carretera a Masaya. Km 13. Plaza Veracruz.
BDF Unión Los Robles	Managua	Carretera Masaya	Supermercado La Union Los Robles, C. Masaya Km 4.5 Plaza Las Victorias
BDF UNO Metropolitano	Managua	Carretera Masaya	Carretera Masaya. KM 9 3/4. Gasolinera UNO Metropolitano.
Ficohsa AMPM Uniplaza Veracruz	Managua	Carretera Masaya	*AMPM. Entrada a Veracruz.
Ficohsa Plaza Gourmet	Managua	Carretera Masaya	Km. 8.5 Carretera Masaya (antiguo local Stop & Go)
Ficohsa Suc. Premier	Managua	Carretera Masaya	Contiguo a Hiper La Colonia
Ficohsa Suc. Veracruz	Managua	Carretera Masaya	Carretera a Masaya. KM 11.7. Plaza Las Tres Reinas
Avanz Aeropuerto A.C.S	Managua	Carretera Norte	Aeropuerto Internacional, C. norte km 11, Área salida a Migración
BDF PUMA Fuerza Aérea	Managua	Carretera Norte	PUMA las Mercedes, C. Norte Km. 10 Frente a la Fuerza Aérea
BDF Suc. Carretera Norte	Managua	Carretera Norte	Carretera Norte. Km 4. Frente a ferreteria Reynaldo Hernandez
BDF Súper del Ejército	Managua	Carretera Norte	Carretera Norte. Km. 3 Súper del Ejército. Frente a la Ajak Delgado
BDF Tienda del Ejército	Managua	Carretera Norte	Tienda del Ejército, C. Norte. Km. 6. Frente Parque Industrial Portezuelo
BDF Uno Waspán	Managua	Carretera Norte	Gasolinera sobre carretera. Pendiente ubicar gasolinera
Ficohsa Suc. Carretera Norte	Managua	Carretera Norte	C. Norte. Km 5.5 Del puente a desnivel 120 metros al este.
Avanz Súper Express San Andrés	Managua	Carretera Nueva a León	Entrada San Andrés 100 mts al este, Cd. Sandino
BDF Suc. Carretera Sur	Managua	Carretera Sur	Carretera Sur, Km 8. Contiguo a Medco. Nejapa
BDF Uno Ticomo	Managua	Carretera Sur	Gasolinera UNO Ticomo km 11
BDF Walmart Carretera Sur	Managua	Carretera Sur	Carretera Sur Km 4.5. En Walmart
Ficohsa Suc. 8 Sur	Managua	Carretera Sur	Carretera Sur. Km 8. Nejapa.
Avanz Súper Express Plaza Vistana	Managua	Colonia Centroamérica	Plaza Vistana Centroamérica
Ficohsa Suc. Ciudad Jardín	Managua	Ciudad Jardín	Gasolinera Puma 75 vrs. Abajo.
BDF Maxi Pall Ciudad sandino	Managua	Ciudad Sandino	Carretera nueva a León. Km 13.2. En MaxiPall Ciudad Sandino.
Ficohsa Super Express Ciudad Sandino #1	Managua	Ciudad Sandino	Entrada Ciudad Sandino 1 cuadra al Sur Este
BDF Maxi Pall El Dorado	Managua	El Dorado	MaxiPall El Dorado. Bo. El Rigüero Centro de Salud 2c. Arriba
BDF Suc. La Virgen	Managua	Larreynaga	Costado noroeste de la Rotonda La Virgen. Plaza La Virgen
BDF Suc. Las Brisas	Managua	Las Brisas	Semaforos hospital Lenin Fonseca 100 mts oeste
BDF Maxi Pall Las Colinas	Managua	Las Colinas	MaxiPall Las Colinas. Del hotel Los Balcones 200 mts norte, Las Colinas
Ficohsa Suc. Linda Vista	Managua	Linda Vista	Centro Comercial Linda Vista, Contiguo a Supermercados La Unión
BDF Maxi Pall El Mayoreo	Managua	Los Laureles Norte	MaxiPall El Mayoreo. Pista el Mayoreo
Ficohsa AMPM El Paraisito	Managua	Managua	
Avanz Suc. Mercado Oriental	Managua	Mercado Oriental	Mercado Oriental, Gasolinera Puma C. Jardín 3 c. al norte, 45 c. al oeste
Avanz Suc. Mercado Oriental	Managua	Mercado Oriental	Mercado Oriental, Gasolinera Puma C. Jardín 3 c. al norte, 45 c. al oeste
BDF C. Comercial Metrocentro	Managua	Metrocentro	Centro comercial Metrocentro
Ficohsa Suc. Metrocentro	Managua	Metrocentro	Centro comercial Metrocentro (1er Piso)
Avanz Casa Pellas Plaza España	Managua	Plaza España	De la Rotonda El Güegüense, 350 mts. al sur. Casa Pellas.
Avanz Suc. Plaza España	Managua	Plaza España	De la Rotonda El Güegüense, 75 vrs. al sur.
Avanz Suc. Plaza España	Managua	Plaza España	De la Rotonda El Güegüense, 75 vrs. al sur.
BDF PUMA Country	Managua	Plaza España	Gasolinera PUMA Country. Frente a Restaurante La Finca
BDF Suc. Plaza España	Managua	Plaza España	Rotonda El Periodista, 400 metros al norte, banda izquierda
Ficohsa Suc. Plaza España	Managua	Plaza España	De la Rotonda El Güegüense 20 vrs. al oeste, Managua
Ficohsa Suc. Plaza España	Managua	Plaza España	Costado Oeste Rotonda El Gueguense
Ficohsa AMPM Uniplaza Rubenia	Managua	Rubenia	AMPM Uniplaza La Rubenia
Ficohsa AMPM Viejo Sto. Domingo	Managua	Santo Domingo	Centro Comercial AMPM (Camino Viejo a Sto. Domingo)
BDF Maxi Pall Ticuantepe	Managua	Ticuantepe	MaxiPall Ticuantepe. Rotonda Ticuantepe 200 mts oeste
BDF Super Express Tipitapa	Managua	Tipitapa	Tipitapa, costado este del parque central
BDF Upoll	Managua	UPOLI	Universidad Politécnica de Nicaragua, frente a Villa Ruben Darlo
Avanz Suc. Matriz	Managua	Villa Fontana	Edificio Avanz, Pista Jean Paul Genie
Avanz Suc. Matriz	Managua	Villa Fontana	Edificio Avanz, Pista Jean Paul Genie
BDF PUMA Universitaria	Managua	Villa Fontana	Gasolinera PUMA Universitaria. Rotonda Universitaria
BDF Suc. Edif. Corporativo	Managua	Villa Fontana	Pista Jean Paul Genie. Del Club Terraza 400 metros al este.
BDF Suc. Villa Fontana	Managua	Villa Fontana	Pista Jean Paul Genie. Del Club Terraza 400 metros al este.
BDF Unión Villa Fontana	Managua	Villa Fontana	Supermercado La Unión. Villa Fontana. contiguo a Rosti Pollo
BDF Super Express Villa Libertad	Managua	Villa libertad	Super Express: frente a farmacia Marlen
Avanz AMPM Waspán	Managua	Waspán	Km. 7.5, marginal carretera Norte, Waspán, Managua
BDF Maxi Pall Waspán	Managua	Waspán Sur	MaxiPall Waspán, Waspán Sur
Ficohsa AMPM Zumen	Managua	Zumen	AMPM Costado oeste del mercado Israel Lewwite, Plaza Vivos

BANCAREDD Más cerca de lo que necesitas.

Cajeros automáticos pertenecientes a BancaRed en otros DEPARTAMENTOS

Nombre	Departamento	Municipio	Dirección del local
Avanz Sac. Chinandega	Chinandega	Chinandega	Gasolinera Puma El Calvario, 16 c. al este
Avanz Sac. Chinandega	Chinandega	Chinandega	Gasolinera Puma El Calvario, 16 c. al este
BDF Plaza Occidente Chinandega	Chinandega	Chinandega	Plaza Occidente. Entrada a la ciudad de Chinandega.
BDF Sac. Chinandega	Chinandega	Chinandega	Esquina de los bancos
Ficohsa Sac. Chinandega	Chinandega	Chinandega	Carretera Panamericana. Costado sur Norte los Farallones.
BDF PUMA Diriamba	Carazo	Diriamba	Gasolinera PUMA. Rkxj publico 1/2 c. sur, Diriamba
Avanz Sac. Estelí	Estelí	Estelí	Calle de los bancos. Esquina Sureste.
Avanz Sac. Estelí	Estelí	Estelí	Calle de los bancos. Esquina Sureste.
BDF Sac. Estelí	Estelí	Estelí	Multicentro Estelí. Frente a Bepico.
BDF Super Express Estelí	Estelí	Estelí	Parque central frente al edificio González
Ficohsa Sac. Estelí	Estelí	Estelí	Calle de los bancos. Esquina Noroeste. De la Carretera N al sur
Avanz UNO Granada	Granada	Granada	Tienda PRONTO, gasolinera UNO entrada de Granada
BDF Sac. Granada	Granada	Granada	Calle Alvarado. Contiguo a La Curacao
Ficohsa Puma Granada	Granada	Granada	Gasolinera Puma. Entrada a Granada, Calle La Inmiciada
Avanz Sac. Jalapa	Nueva Segovia	Jalapa	De la Alcaldía 3 c. al oeste
Avanz Sac. Jalapa	Nueva Segovia	Jalapa	De la Alcaldía 3 c. al oeste
Avanz Seguros América Jinotepe	Jinotepe	Jinotepe	Esquina noroeste del Parque Central 200vrs al norte, Seguros América
Avanz JINOTEPE	Carazo	Jinotepe	Calle Central. De la Parroquia Santiago 1/2 C. Norte (gobierno)
BDF Sac. Jinotepe	Carazo	Jinotepe	Calle Central. De la Parroquia Santiago 1/2 c. Norte
Avanz Sac. Jitigüipa	Chorales	Jitigüipa	Esquina noroeste del Parque Central 20 vrs. al norte
BDF Sac. Jitigüipa	Chorales	Jitigüipa	Esquina noroeste del Parque Central
Avanz Sac. León	León	León	Iglesia La Recolectión, 1 c. al este
BDF Paseo Real León	León	León	Plaza Paseo Real. Sobre la avenida Pedro Anzures Palacios
BDF Sac. León	León	León	Esquina de los bancos
Ficohsa Sac. León	León	León	Esquina de los bancos 20 varas al oeste
Avanz Sac. Masaya	Masaya	Masaya	Costado sur del Mercado de Artesanías, 16 c. al oeste
BDF Paseo Masaya	Masaya	Masaya	Paseo Masaya. Solona Los Encuentros, 150 Metros Norte.
BDF Sac. Masaya	Masaya	Masaya	Costado este parque central. Contiguo a Café Kafe
BDF ATM Super Express Venacruz 2	Masaya	Venacruz	Entrada Venacruz 10m hacia este, Plaza Madrigal
Avanz Sac. Matagalpa	Matagalpa	Matagalpa	Costado este de la Catedral de Matagalpa
Avanz Sac. Matagalpa	Matagalpa	Matagalpa	Costado este de la Catedral de Matagalpa
BDF Sac. Matagalpa	Matagalpa	Matagalpa	Calle de los Bancos
Ficohsa Sac. Matagalpa	Matagalpa	Matagalpa	Calle de los Bancos
Ficohsa PUMA Los Brindes	León	Nagarote	Gasolinera Puma, Los Brindes, Km. 16 Carretera Nueva a León
Avanz PUMA Ocojal	Nueva Segovia	Ocojal	Tienda Servicentro Ocojal, Contiguo a Brigada Militar
Avanz Sac. Rivas	Rivas	Rivas	Esquina noroeste del Parque Central
BDF Sac. Rivas	Rivas	Rivas	De claro 1 c. oeste
Ficohsa AMPM Los Mangos Rivas	Rivas	Rivas	Plaza Los Mangos o gasolineras
BDF Super Express San Juan del Sur	Rivas	San Juan del Sur	SuperExpress San Juan del Sur
Ficohsa AMPM San Marcos	Carazo	San Marcos	
BDF UNO Sebaco	Matagalpa	Sebaco	Gasolinera UNO. Frente al colegio Ruben Dario, sebaco
BDF Sac. Somoto	Madriz	Somoto	Frente a la alcaldía municipal
Avanz Aeropuerto Costa Esmeralda	Rivas	Tola	Aeropuerto Costa Esmeralda

Anexo 3 Guía de Usuario de la Aplicación AVANZ Móvil



GUÍA DE USUARIO DE LA APLICACIÓN AVANZ MÓVIL

I. INTRODUCCIÓN A AVANZ MÓVIL

AVANZ continúa desarrollando tecnologías para facilitar tu operatividad habitual las 24 horas del día, los 365 días del año, por medio de la aplicación AVANZ Móvil, en la cual podrás realizar tus transacciones de manera rápida, segura y fácil desde tu celular o Tablet.



La aplicación estará disponible para equipos con sistema operativo Android 4.0 o superior o IOS 7.0 o superior. Para obtener la aplicación descárgala desde Google Play Store o App Store con el nombre de AVANZ Móvil.

Nota: El ejemplo e imágenes que se muestran en este documento corresponden a gestiones realizadas en un celular con sistema operativo Android. Luego de instalar la APP, observa que cuenta con la opción “Ubícanos” el que será de tu utilidad cuando requieras conocer la dirección, horario de atención y número de teléfono de las unidades de atención de AVANZ tanto en Managua como en los departamentos. Además, podrás conocer la ubicación de la red de ATM y la disponibilidad de horario.

La opción “Tasa de cambio” muestra los tipos de cambios a la fecha.

Para ingresar registra tu usuario y contraseña que utilizas en e-banking. Alternativamente, en celulares con sistema operativo IOS, podrás ingresar por medio de tu huella digital o reconocimiento facial. En caso de haber olvidado o bloqueado la contraseña da click en “NO RECUERDO MI CONTRASEÑA” para que llames a nuestra Sucursal Telefónica y puedas recuperarla o desbloquearla.

En la aplicación tendrás disponible los servicios de “Cuentas”, “Transferencias” y “Pagos”.



II. CUENTAS

En este módulo podrás visualizar el saldo de tus créditos (préstamos y/o tarjetas de crédito) y de tus cuentas de ahorro, corriente o depósitos a plazo fijo en estado activo.



Da click “Ver detalle” para consultar información sobre las últimas transacciones realizadas.

Si lo que estas consultando es una cuenta:

1. La información que aparecerá será de un mes atrás.
2. Se incluye el saldo inicial y el saldo final del último mes.

Si lo que estas consultando es una tarjeta de crédito:

1. Aparecerán los saldos a la fecha
2. Aparecerán los saldos al corte anterior (ultimo corte)

Si lo que estas consultando es un préstamo: observarás información del saldo, tasa interés, días de mora, entre otra información importante de tu crédito.

3. Observarás el detalle de la cuota.

En caso de que desees consultar el “Concepto”, da click sobre el monto de cada transacción. También, por medio del botón “pagar” podrás realizar la cancelación de la cuota del crédito con débito a tu cuenta de AVANZ.

Para pagar tu cuota únicamente seleccione el préstamo, la cuenta a debitar y el monto. Finalmente ingresa tu contraseña de e-banking para autorizar el pago.

Observe las siguientes imágenes.

← Pago de Préstamos

Préstamo N°
XXXX USD Saldo de Préstamo USD 2348.74

Moneda del Pago
Dólares / USD

Cuenta a Debitar
XXXX USD Saldo USD 215.40

Monto
125.00

REALIZAR PAGO

III. TRANSFERENCIAS



Con este servicio podrás transferir fondos a cuentas propias u otros beneficiarios tomando en cuenta las mismas condiciones del sistema ACH o TEF, las cuales son:

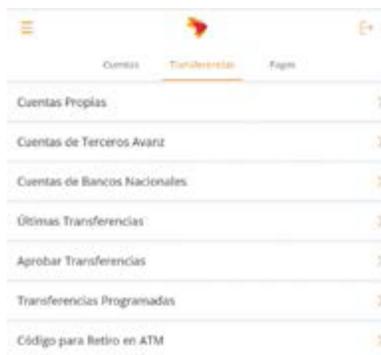
- a) Los factores de validación de la transferencia son: coincidencia del tipo de moneda de la cuenta receptora y número de dicha cuenta. No se validan los nombres de los beneficiarios de la transferencia.
- b) Podrá transferir por el sistema ACH de acuerdo con los siguientes horarios y montos máximos:

Horarios	Periodicidad	Monto Máximo	
08:30:01 am - 07:30:00 pm	Lunes a viernes	US\$ 250,000.00	C\$ 7,000,000.00
08:30:01 am - 12:00:00 md	Sábado		
7:00:01 pm - 8:30:00 am	Lunes a Viernes	US\$ 7,500.00	C\$ 215,000.00
A partir de 12:00:01 pm	Sábado		
Todo el día	Domingo y días feriados		

Todas las transferencias nacionales mayores a estos montos serán transmitidas por medio del proceso de Transferencias Electrónicas de Fondos (TEF), las cuales son acreditadas luego de la revisión de los funcionarios de AVANZ.

- c) Las transferencias enviadas después de las 10:00 p.m. serán registradas con la fecha del siguiente día hábil.

El módulo de transferencias tiene las opciones que observarás en la siguiente imagen.



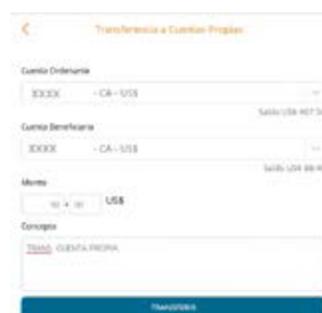
a. Transferencias-Cuenta Propias

Esta opción es para transferir fondos entre tus distintas cuentas.

Selecciona la cuenta ordenante y beneficiaria.

Ingresa el monto en la moneda de la cuenta beneficiaria y registra el concepto de la transferencia.

Para confirmar, da click en “Transferir” e ingresa tu “Contraseña “de e-banking.



b. Transferencias-Cuentas de Terceros AVANZ

Las transferencias a cuentas de terceros que son clientes de AVANZ son realizadas utilizando medios de autenticación tales como: contraseña de e-banking y código numérico de tu dispositivo Token o tu AVANZ Token (digital).

Esta opción es para transferir fondos a cuentas de otros clientes AVANZ.

Para enviar una transferencia a una cuenta beneficiaria de AVANZ selecciona la cuenta ordenante y la cuenta beneficiaria. El campo “Nombre del Beneficiario” y “Dirección del Beneficiario” se completarán automáticamente conforme lo previamente registrado.

Luego da click en el botón “Siguiente” para continuar con el registro del monto y el concepto de la transferencia.

Para finalizar, da click en el botón “Transferir” y seguidamente ingresa tu contraseña de e-banking y el código numérico generado por el Token y observarás el mensaje de “Transferencia Exitosa”.

En esta opción también podrás registrar un nuevo beneficiario. Para esto, en “Nombre del beneficiario” da click “Agregar- Nuevo Beneficiario” y enseguida completa el nombre y apellido, número de cuenta y dirección del beneficiario. Para concluir el registro del beneficiario, marca con un check “Guardar beneficiario agregado”.

Observa las imágenes.

c. Transferencia a cuenta de Banco Nacional

Para realizar transferencias a cuentas de Bancos Nacionales necesitas la autenticación de tu contraseña de e-banking y el código numérico de tu Token.

Selecciona la cuenta ordenante y el banco beneficiario, para lo cual la aplicación mostrará el listado de bancos nacionales.

Luego, selecciona la cuenta beneficiaria o cuenta que recibirá los fondos. El nombre y dirección del beneficiario se completan automáticamente.

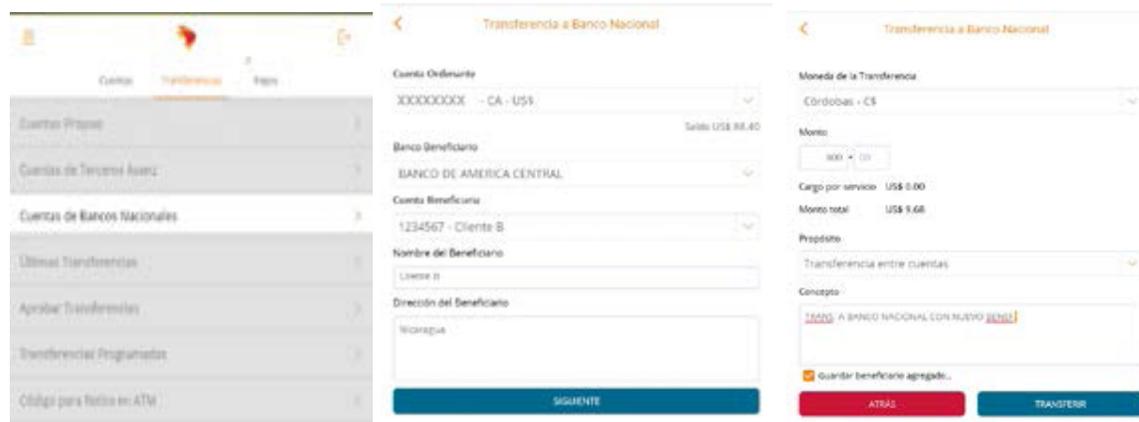
Seguidamente, digita el monto a transferir y el propósito de la transferencia.

Registra el concepto de la transacción y da click en el botón “Transferir”.

En esta opción también podrás registrar un nuevo beneficiario. Para esto, en “Nombre del beneficiario”, da click en “Agregar - Nuevo Beneficiario” y enseguida completa el nombre y apellido, número de cuenta y dirección del beneficiario.

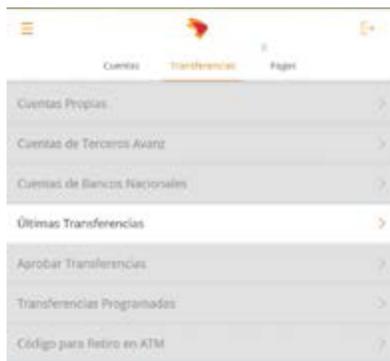
Para concluir el registro del beneficiario, marca con un check en “Guardar beneficiario agregado”.

Enseguida observa las siguientes imágenes.



d. Últimas Transferencias

En esta sección podrás consultar la fecha, el estado de tus transferencias realizadas, el monto transferido, número de la cuenta ordenante y beneficiaria.



e. Aprobar Transferencias

Esta opción está habilitada para los usuarios facultados para aprobar, autorizar o rechazar transferencias.

f. Transferencias Programadas

En esta opción programa tus transferencias con fecha predefinida según la frecuencia de envío.

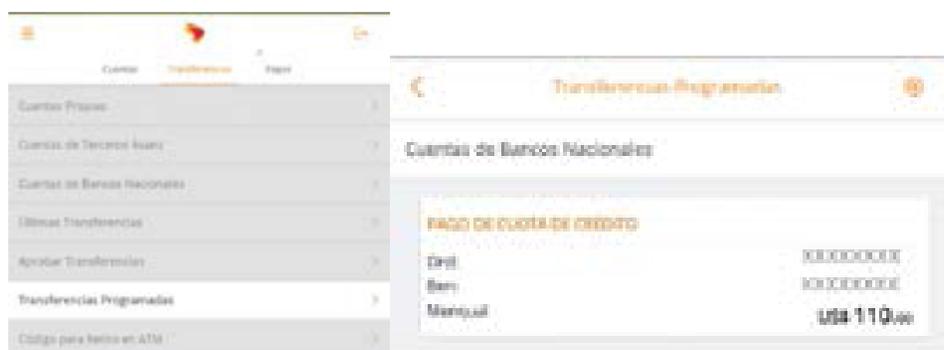
Al ingresar a la opción de transferencias programadas observarás la pantalla en la que se presentan las transferencias programadas. Si no tienes programada observará el mensaje “No existen transferencias programadas Registradas”.

Para registrar una transferencia da click en el botón. +

De inmediato observarás la pantalla en la que se registrará la transferencia.

Selecciona una de las siguientes:

- Tipo de transferencia
- Cuenta ordenante
- Banco beneficiario
- Cuenta beneficiaria
- Monto a transferir



También debes completar los campos:

- Frecuencia
- Fecha inicial
- Descripción de la transferencia

Observa la siguiente imagen.

Transferencias Programadas

Tipo de Transferencia: Cuentas de Bancos Nacionales

Cuenta Ordenante: XXXX - CA - USD

Banco Beneficiario: BANCO DE LA PRODUCCION

Cuenta Beneficiaria: Mucela

Monto: \$ 0.00 USD

Carga por servicio: 0.00 USD

Monto total: 0.00 USD

Propósito: Pago de crédito

Frecuencia: Bimestral

Fecha Inicial: 20/10/2017

Descripción de la transferencia: Pago de cuota de crédito

Si el tipo de transferencia es a cuenta de bancos nacionales observarás el cargo por servicio y debe seleccionar el “Propósito”.

En caso de requerir intercambio de moneda, el tipo de cambio utilizado es preferencial de +- 5 centavos con respecto a la tasa del día en ventanilla.

Por medio del registro de usuario y contraseña de e-banking autorizarás la programación de la transferencia.

Si la transferencia fue programada exitosamente, observarás el mensaje “Se ha programado la transferencia exitosamente”.

g. Cancelación de una transferencia programada

Para cancelar una transferencia programada ingresa en el módulo de “Transferencias Programadas”, observarás las transferencias que has programado.

Coloca tu dedo sobre la transferencia programada que deseas cancelar, deslízalo hacia la izquierda y se mostrarán las opciones de “Eliminar” / “Cancelar”.

Da click en eliminar e ingresa tu contraseña de e-banking para autorizar la eliminación.

Luego en la pantalla principal observarás que ha sido removida la transferencia.



h. Código para retiro

El servicio de retiro por código en ATM lo podrás utilizar cuando requieras que otra persona realice retiro de tu cuenta sin utilizar tú tarjeta de débito. Para generar un código ingresa a la opción “Código para retiro en ATM”.

Enseguida, selecciona la cuenta ordenante, la moneda y el monto que será retirado.



Digita el número de celular y confírmalo. El número ingresado recibirá un SMS con detalles del retiro.

En seguida, observarás los montos del cargo por servicio y el monto total que será debitado de tu cuenta.

Para finalizar la solicitud de retiro ingresa tu contraseña y código de seguridad de tu dispositivo token o de AVANZ Token.

Automáticamente, tanto el usuario ordenante como el beneficiario recibirán un SMS que contiene el código de retiro de 08 dígitos y el monto a retirar.

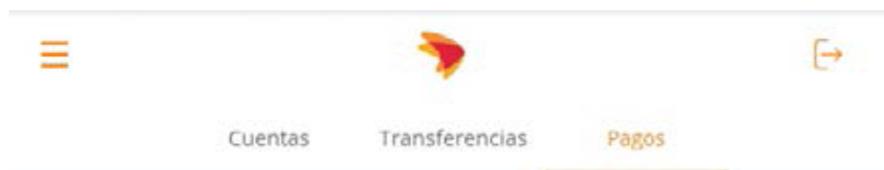
 A screenshot of the 'Código para Retiro en ATM' form in the Banco AVANZ mobile application. The form contains the following fields and information:

- Cuenta Ordenante:** A dropdown menu showing 'XXXXXX - CA - USD' with a small 'USD 100.00' label to the right.
- Moneda:** A dropdown menu showing 'Córdobos - CR'.
- Monto:** A text input field with '0.00' and 'CR' next to it.
- Número de Celular:** A text input field containing '558888528'.
- Confirmar Número de Celular:** A text input field containing '558888528'.
- Cargo por servicio:** 'USD 5.00'.
- Monto total:** 'USD 5.00'.
- Botón:** A blue button labeled 'Retirar Código'.

Nota: El código tiene una vigencia de 24 horas, en caso de que no haya sido utilizado luego de este período se cancelará.

IV. “PAGOS”

El módulo de pagos contiene las opciones de “Préstamos”, “Pagos de Servicios” y “Pagos de tarjeta de crédito”.



a. Préstamos

Para pagar la cuota de tu crédito con débito a cuenta debes considerar:

1. No se permite realizar pagos a préstamos en cobro judicial o saneado.
2. No se aceptan pagos para cancelación de préstamos.
3. El límite máximo es de US\$ 5,000 por día para un mismo préstamo.

Selecciona el préstamo al que realizarás el pago y la cuenta a debitar.

Digita el monto a pagar y da click en “Realizar pago”.

Para autorizar el pago ingresa tu contraseña de e-banking.

b. Pago de Servicios

El módulo de “Pago de Servicios” está disponible para que canceles tus facturas de servicios básicos, recargas y otros.



El pago es realizado por medio de débito a cuenta y se procesa en línea.

Sin embargo, las facturas canceladas luego de las 10:00 p.m. serán procesadas el siguiente día hábil. También, podrás registrar y consultar tus “Favoritos”.

Además, las condiciones para recargas son:

- Recargas Claro desde C\$ 10.00 (diez córdobas) hasta C\$ 2,500.00 (dos mil quinientos córdobas) y máximo 03 recargas por día a un mismo número de celular.
- Recargas Tigo desde C\$ 10.00 (diez córdobas) hasta C\$ 400.00 (cuatrocientos córdobas) sin límites en el número de recargas por día.

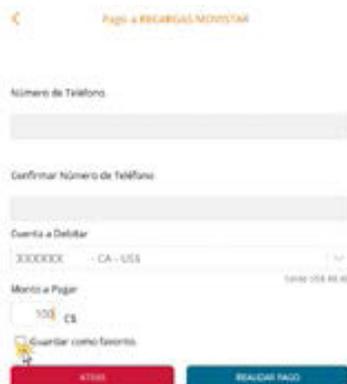
i. Registro y Consulta de Favoritos

En el módulo de pagos de servicios es posible almacenar información de los servicios que cancelas frecuentemente, ya que puedes resguardar datos de las facturas que pagas (número de celular, número de contrato, número patronal, entre otros), esto con el objetivo de evitar completar todos los campos cada vez que pagues.

Para resguardar los datos de cada servicio que pagas observarás en la parte inferior la opción, guardar como favorito, la cual se presenta cuando registras los datos de la factura o número para recarga.

Luego de registrada la información deberás poner una marca para guardar los datos del servicio que cancelas.

Observe la siguiente imagen.



Luego ingresa un nombre para identificarlo fácilmente. De esta forma evitarás registrar nuevamente la información requerida cada vez que ordenas un pago.

Para visualizar los servicios almacenados como “Favoritos”, da click en el botón que se muestra en la pantalla inicial de “Pago de Servicios”. Observarás los favoritos registrados por cada servicio y únicamente deberás da click en el botón para continuar con la gestión del pago.

Para confirmar la gestión escribí tu contraseña. El soporte del pago es el número de transacción que genera y muestra la aplicación.

Además, en el estado de cuenta podrás observar que el débito fue realizado, por tanto, este documento también es un comprobante de la transacción.

2. CLARO - FACTURAS

Esta opción es para cancelar facturas telefónicas.

Para ello selecciona el “tipo de producto” siendo las opciones Casa Claro o Móvil post pago. Indica el “Tipo de referencia” entre contrato o teléfono.

Ingresa el “Número de Referencia”, el cual puede ser el número celular, número de contrato o número de teléfono convencional, según aplique. Da click en el botón “Siguiente”.

Nota: El sistema validará si el cliente está registrado en esa empresa y en caso que haya error con el número indicado se mostrará un mensaje de alerta.

En caso de tener facturas pendientes selecciona la factura que cancelarás. También selecciona la cuenta de la cual se debitará el monto a pagar. Completa el “Monto a pagar” el cual puede ser un pago parcial o total de la cuenta.

Para finalizar, da click en “Realizar pago” y seguidamente registra tu contraseña.

3. TIGO RECARGAS

Con este servicio podrás realizar recargas con débito a cuenta a cualquier número de celular Tigo.

Primero ingresa el número de celular, luego confirmalo y da click en el botón “Siguiete”.



Seguidamente, ingresa el monto a recargar y da click en “Realizar pago”.

Para finalizar, registra tu contraseña de e-banking.

4. TIGO FACTURAS

Para realizar el pago de facturas Tigo, selecciona el “Tipo de referencia” siendo las opciones número de contrato o teléfono.

Completa el “Número de referencia” ingresando el correspondiente al tipo de referencia.

Luego, en el caso que haya facturas pendientes de pago, podrás seleccionar la factura que cancelarás. Observarás que en la parte inferior se detalla el monto de la factura.

Selecciona, la cuenta a debitar y registra el monto a pagar.

Para finalizar, da click en el botón “Realizar pago” y seguidamente ingresa tu contraseña de e-banking.

La aplicación mostrará un número de referencia con el que fue autorizado el pago.

5. DISNORTE-DISSUR

Selecciona alguno de los dos servicios según corresponda a DISNORTE o DISSUR.

Ingresa el número de referencia de cobro y los últimos 02 dígitos que se muestran en el código de barra de la factura y da click en “Siguiete”.

Seguidamente, selecciona la cuenta a debitar, ingresa el monto a cancelar y da click en “Realizar pago”. A continuación, deberás confirmar la transacción registrando tu contraseña de e-banking. El número de referencia debe ser resguardado como soporte de que la gestión fue exitosa.

6. ENACAL

Para pagar el servicio de ENACAL debes registrar el número de cuenta que aparece en la parte superior derecha de tu factura.

Da click en el botón “Siguiete” para observar los campos de la cuenta.

Enseguida se mostrará(n) la(s) factura(s) pendiente(s), selecciona la factura a pagar y automáticamente observarás el monto. Seguidamente, da click en realizar pago, ingresa contraseña de e-banking y captura el número de referencia.

7. DGI

Por medio del servicio de cancelación DGI podrás realizar pagos tributarios (impuestos) únicamente con registrar el número de BIT y el número RUC.

Luego, deberás seleccionar la cuenta, registrar el monto a cancelar, da click en “Realizar Pago” e ingresa tu contraseña de e-banking.

El sistema generará el número de referencia de la transacción.

8. INATEC

El pago de INATEC por medio de la aplicación lo realizas registrando los datos contenidos en la factura, tal como se muestra a continuación:

Seguidamente, completa el monto a pagar y da click en el botón “Realizar Pago”. Ingrese tu contraseña de e-banking y resguarde el número de referencia.

9. INSS

El pago de INSS lo realizas ingresando el número de referencia que encontrarás en la parte superior derecha de la factura. Da click en el botón “Siguiente”.

Enseguida selecciona la cuenta, ingresa el monto y da click en “Realizar pago”. Para finalizar confirma la transacción ingresando tu contraseña de e-banking.

c. PAGO DE TARJETA DE CRÉDITO



Paga tu tarjeta de crédito únicamente seleccionando la tarjeta a pagar, la moneda del pago, la cuenta a debitar e indica el monto del pago.

Para autorizar el pago, da click en “Realizar pago” y digita tu contraseña de e-banking.

 Pago Tarjeta de Crédito

Tarjeta de Crédito N°
XXXXXX - TC - US\$  Saldo US\$ 1.349,47

Moneda del Pago
Dólares - US\$ 

Cuenta a Debitar
XXXXXX - CA - US\$  Saldo US\$ 81,22

Monto
30 00 US\$

REALIZAR PAGO

Anexo 4 PuntoXpress Departamento de Estelí



Departamento Esteli	Municipio	Nombre del Comercio	Dirección	Horario Lunes a Viernes	Horario Sábado	Horario Domingo
Esteli	Estelí	Masesa Chrisley 1	De Iniser media c. al norte.	8:00 am - 5:30 pm	8:00 am - 5:30 pm	CERRADO
Esteli	Estelí	Masesa Chrisley 2	Carretera Panamericana, de Tránsito 75 vrs. Al norte.	8:00 am - 5:30 pm	8:00 am - 5:30 pm	CERRADO
Esteli	Estelí	Pronto	KM 150 Carretera Panamericana	24 horas	24 horas	24 horas
Esteli	Estelí	Super Express Estelí	Avenida Central	6:00 am -10:00 pm	6:00 am -10:00 pm	6:00 am -10:00 pm
Esteli	Estelí	Motorepuestos Crisley 3 El Rosario	De la Tabacalera Olivas media c. al este.	8:00 am - 5:30 pm	8:00 am - 5:30 pm	CERRADO
Esteli	Estelí	Tienda El Bodegón	Frente a Mercadito Verde.	8:00 am - 5:00 pm	8:00 am - 3:00 pm	CERRADO
Esteli	Estelí	Servicentro	Del Hotel El Mesón 3 y media c. al este.	8:30 am - 5:30 pm	8:00 am - 2:00 pm	CERRADO
Esteli	Estelí	FDL	Del Supermercado Las Segovias 75 vrs al sur.	8:00 am - 4:30 pm	8:00 am - 12:00 md	CERRADO
Esteli	Condega	Servicentro	Frente a Recreativo Xilonem.	8:00 am - 5:00 pm	8:00 am - 2:00 pm	CERRADO
Esteli	Condega	Masesa Condega	En costado norte del Parque Central.	8:00 am - 5:30 pm	8:00 am - 5:30 pm	CERRADO
Esteli	Trinidad	Masesa Trinidad	De la Petronic media c. al norte.	8:00 am - 5:30 pm	8:00 am - 5:30 pm	CERRADO
Esteli	Pueblo Nuevo	Servicentro	De la entrada principal 1 y media c. al sur.	8:30 am - 5:30 pm	8:00 am - 2:00 pm	CERRADO
Esteli	San Juan de Limay	Servicentro	De la Policía media c. al norte.	8:30 am - 5:30 pm	8:00 am - 2:00 pm	CERRADO

Anexo 5 Punto Fácil Nicaragua



COMERCIO AFILIADO	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	DIRECCION FISICA DEL PUNTO	LUNES A VIERNES	SABADO	DOMINGO
ECONORTE - LA TRINIDAD	ESTELI	ESTELI	CLARO 1 1/2 CUADRA AL SUR	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
ECONORTE - ESTELI	ESTELI	ESTELI	FRENTE AL COSTADO SUR DE DISNORTE, CENTRO COMERCIAL ANGELA MOLINA, MOD. NO. 6.	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
AMPM26 ESTELI	ESTELI	ESTELI	MULTICENTRO ESTELI PLANTA BAJA.	24 horas	24 horas	24 horas
PULPERIA EL REY JESUS	GRANADA	NANDAIME	BARRIO RICARDO MORALES AVILES HOSPITAL PRIMARIO MONTE CARMELO 1 CUADRA AL NORTE	6:00AM-2:00PM, 4:00PM-9:00PM	6:00AM-2:00PM, 4:00PM-9:00PM	6:00AM-2:00PM, 4:00PM-9:00PM
AMPM34 NANDAIME	GRANADA	NANDAIME	KM 67 CARRETERA PANAMERICANA, NANDAIME, DEL ESTADIO MUNICIPAL DE SANTA ANA 3 CUADRAS AL SUR, 1/2 CUADRA AL OESTE, PLAZA SANTA ANA.	24 HORAS	24 HORAS	24 HORAS
AMPM37 GRANADA	GRANADA	GRANADA	CALLE LA CALZADA, AVENIDA LA SIRENA	24 HORAS	24 HORAS	24 HORAS
AGENCIA MERCAJO	JINOTEGA	JINOTEGA	DE LA ALCALDIA 3 CUADRAS 1/2 AL NORTE.	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
COOPERATIVA LA UNION EL CUA	JINOTEGA	CUA	BARRIO SECTOR B OCTAVIO RIZO.FRENTE A CASA DEL MINSA DEL CUA	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
AMPM36 JINOTEGA	JINOTEGA	JINOTEGA	IGLESIA SAN JUAN 1 CUADRA 1/2 AL NORTE	24 HORAS	24 HORAS	24 HORAS
GLOBAL TRACK JINOTEGA	JINOTEGA	JINOTEGA	DE LA TIENDA ROSY 1C AL SUR CONTIGUO A DISNORTE.	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
MINI SUPER YADIRITA	LEON	ACHUAPA	BARRIO EL CENTRO, FRENTE DONDE FUE EL CINE	8:00AM-5:00PM	8:00AM-12:00PM	NA
AMPM32 LEON	LEON	LEON	1ERA CALLE NE, ESQUINA DE LOS BANCOS CONTIGUO A ÓPTICAS LA CURACAO.	24 HORAS	24 HORAS	24 HORAS
AGENCIA CONEXION	LEÓN	NAGAROTE	DEL PREESCOLAR JARDINES DE NIÑOS FELICES 1/2 CUADRA AL SUR. CONTIGUO A OFIPAGOS	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
FARMACIA AVE MARIA NO.1 LA PAZ CENTRO	LEÓN	La Paz Centro	ANTIGUO CENTRO DE SALUD, 1 C NORTE 1 1/2 C ESTE	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
VENTAS Y SERVICIOS PAR EL SAUCE	LEÓN	EL SAUCE	MERCADO DE TERMINAL DE BUSES, DE LA BARBERIA EL ESTILIANO 20 METROS AL ESTE.	8:00 AM-4:00 PM	NO OPERA	8:00 AM-4:00 PM
VENTAS Y SERVICIOS PAR SANTA ROSA DEL PEÑON	LEÓN	SANTA ROSA DEL PEÑON	DEL CENTRO DE SALUD 35 METROS AL NORTE	8:00 AM-4:00 PM	8:00 AM- 5:00 PM	8:00 AM-5:00 PM
FARMACIA LA FAMILIAR	LEÓN	LEÓN	DEL SUPERMERCADO LA COLONIA (LA SALLE), 3C ABAJO 1/2C AL SUR.	8:00AM-10:00PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
PAYSER	LEÓN	LA PACENTRO	DE LA ALCALDIA 2 CUADRAS AL SUR	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-4:00 PM	NO OPERA
AGENCIA MULTIPAGOS MALPAISILLO	LEÓN	MALPAISILLO	BARRIO CAYETANO SANCHEZ, FRENTE A LA GASOLINERA SHELL.	8:00 AM-5:00 PM	8:00 AM-5:00 PM	NO OPERA
VARIEDADES CARMAR	MADRIZ	SOMOTO	CONTIGUO A LA CURACAO SOMOTO	08:00AM-6:00PM	08:00AM-2:00PM	NO OPERA
VARIEDADES LUPITA	MANAGUA	MATEARE	ESQUINA OPUESTA AL CENTRO DE SALUD MATEARE	8:00 AM-4:00 PM	8:00 AM-1:00 PM	NO OPERA
AMPM02 LAS CONCHITAS	MANAGUA	MANAGUA	PLAZA LA CONCHITA MÓDULOS 1-2 - ROTONDA RIGOBERTO LÓPEZ 200M ESTE	24 horas	24 horas	24 horas
AMPM04 PLAZA ESPAÑA	MANAGUA	MANAGUA	PLAZA COMERCIAL EL RETIRO MÓDULO 25 - ROTONDA EL GÜEGÜENSE 150M SUR	24 horas	24 horas	24 horas
AMPM05 BELLO HORIZONTE	MANAGUA	MANAGUA	ROTONDA BELLO HORIZONTE 200M ESTE	24 horas	24 horas	24 horas
AMPM06 LINDA VISTA	MANAGUA	MANAGUA	SEMÁFOROS LINDA VISTA 100M SUR	24 horas	24 horas	24 horas
AMPM07 ESCALA	MANAGUA	MANAGUA	EDIFICIO ESCALA MÓDULO 1A - ENTRADA A LAS CUMBRES	24 horas	24 horas	24 horas

<http://www.puntofácil.com.ni/ComerciosAvanz.pdf>

Anexo 6 Formato de Guía de Observación



**Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria
UNAN - FAREM- Estelí**

Guía de Observación en Banco AVANZ Sucursal Estelí:

Objetivo: Identificar las condiciones y cómo actúan los clientes que asisten al 24/7 y a la sucursal de Banco AVANZ Sucursal Estelí en el manejo de los medios tecnológicos disponibles.

Fecha: _____ Hora de inicio: _____ Hora de finalización: _____

Aspectos a Observar:

Organización _____ Limpieza _____ Señalización _____

Medios disponibles a los clientes:

Condiciones de Funcionamiento

Bueno _____ En mantenimiento _____ Fuera de Servicio _____ Mal Estado _____

Cantidad de personas que hacen uso del área de 24/7 _____

Dominio de uso de los medios electrónicos por los clientes _____

Cantidad de personas que visitan la sucursal. _____

Tiempo de espera en ser atendido en sucursal _____

Que gestión se realizó en sucursal

Resumen de lo observado:

Anexo 7 Formato de Encuesta a Clientes



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria
UNAN - FAREM- Estelí

Encuesta a dirigida a Clientes de Banco AVANZ Sucursal Estelí

Objetivo: Conocer el grado de utilización y satisfacción de los medios electrónicos proporcionados a los clientes de Banco AVANZ.

Favor marcando con una X las siguientes preguntas o contestar según se le pregunte.

I. DATOS GENERALES DEL CLIENTE:

1. **Sexo:** F ___ M ___
2. **Edad:** _____
3. **Nivel Académico:** Primaria ___ Secundaria ___ Técnico ___ Universidad ___
4. **Estado Civil:** _____
5. **Ocupación u oficio:** _____

II. RELACION CON EL BANCO

6. **¿Hace cuánto tiempo es cliente del Banco AVANZ?** _____

7. **¿Por qué medio conoció Banco AVANZ?**

Página Web ___ Llamada Telefónica ___ Referencia ___ Redes Sociales ___ TV ___

Radio ___ Revistas/Periódico _____

8. **¿Porque decidió ser cliente del Banco AVANZ?**

Recomendacion ___ Local atractivo ___ Buena atención ___ Confianza ___

Otros (anotar):

9. ¿Cómo Califica la Atención en Banco AVANZ?

Insatisfecho_____ Medio insatisfecho_____ Satisfecho _____ Muy Satisfecho_____

10. ¿Qué tipo de productos tiene con Banco AVANZ?

Corriente_____ Ahorro_____ Crédito_____ CDP _____ Tarjeta de Crédito_____

11. ¿Con que frecuencia visita Banco AVANZ?

Diario_____ 3 veces por Semana _____ Cada 15 días_____ 1 vez al mes_____ O Mas_____

12. ¿En comparación con otras Instituciones Financieras como califica a Banco AVANZ?

Mucho Mejor_____ Algo Mejor _____ Iguales _____ Algo Peor _____ Mucho Peor_____

III. ACCESO A LA TECNOLOGIA DEL BANCO**13. ¿Qué tipo de acceso tiene a internet?**

Plan Prepago_____ Pospago_____ Wifi _____ Plan Corporativo_____

14. ¿Qué tipo de operaciones bancarias realiza en AVANZ?

Deposito_____ Retiro _____ Pago de Servicios Básicos _____

Pago de Crédito _____ Pago de Tarjeta de Crédito_____ Pago de Tarjetas en otros Bancos _____

Transferencia a otros bancos_____ Transferencias entre cuentas _____ Recargas _____

Consulta de Saldo_____ Mesa de Cambio _____ Depósito de Cheques _____ Cambio
de Cheque Fiscal_____ Cambio cheque Cuenta Corriente _____

Solicitud de Chequera_____ Solicitud de Código para depósitos_____

Bloqueo de Tarjeta por perdida_____

15. ¿Qué medios utiliza para realizar sus operaciones/gestiones bancarias?

E-banking_____ Sucursal Telefónica_____ ATM AVANZ_____ Kiosco Autoservicios_____

Buzón de Cheques_____ Transferencias ACH_____ PuntoXpress_____ Punto Fácil_____

Sucursal_____ Banca Red _____ Pago de Planilla_____ Redes Sociales(WhatsApp)_____

Correo AVANZ_____ Queja o Sugerencia _____

16. ¿Con que frecuencia utiliza la tecnología o medios electrónicos para realizar sus gestiones?

En todas mis transacciones _____ En la mayoría de mis transacciones_____

En algunas de mis transacciones _____ Nunca la utilizo en mis transacciones _____

17. ¿Cuáles son las principales transacciones que realiza usando medios electrónicos de AVANZ?

Tipo de transacción	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	No la uso
Depósito				
Retiro				
Pago de Servicios Básicos				
Pago de Crédito				
Pago de Tarjeta de Crédito				
Pago de Tarjetas en otros Bancos				
Transferencia a otros bancos				
Transferencias entre cuentas				
Recargas				
Consulta de Saldo				
Mesa de Cambio				
Depósito de Cheques				
Cambio de Cheque Fiscal				
Cambio cheque Cuenta Corriente				
Solicitud de Chequera				
Solicitud de Código para depósitos				
Bloqueo de Tarjeta por perdida				

18. ¿Siente que al utilizar medios electrónicos ahorra tiempo en sus gestiones?

Sí _____ No _____

19. ¿Qué tan satisfecho está con:

Tipo de servicio	Muy Satisfecho	Satisfecho	Poco Satisfecho	Nada Satisfecho
Facilidad en el manejo de medios electrónicos				
Información para el manejo de los medios electrónicos				
Asesoría para el manejo de los medios electrónicos				
Rapidez de la gestión usando medios electrónicos				

20. ¿Cómo califica su atención ante las dudas/problemas del manejo de medios electrónicos?

Rápida _____ Lenta _____ Insuficiente _____ No obtuve respuesta _____

IV. FIDELIZACION AL BANCO AVANZ**21. ¿Por su experiencia con Banco AVANZ estaría dispuesto a recomendar a un familiar, compañero de trabajo/amigo/familiar?**

Definitivamente SI _____ Probablemente SI _____ Indeciso _____

Probablemente NO _____ Definitivamente NO _____

22. ¿Que no le ha agradado de su experiencia con Banco AVANZ?

Medios Electrónicos _____ Fusión de Caja y SSBB _____ Mala Atención _____

Tiempo de respuesta _____ Requisitos _____

Otros (anotar): _____

23. ¿Que recomienda usted para mejorar la atención en Banco AVANZ?

Instalaciones _____ Cajeros _____ ATM _____ Sucursales _____

Productos (Sugerir) _____

Servicios(Sugerir) _____

24. ¿Qué es lo que más le atrae en el modelo de atención de Banco AVANZ?

Fusión de Caja y SSBB _____ Medios Electrónicos _____ Profesionalidad _____

Calidad del Servicio _____ Organización _____ Atención Personalizada _____

Visitas a los Negocios _____ Esperar sentado _____

Medidas de distanciamiento social _____

Otros (anotar): _____

25. ¿Por favor Indicarnos su grado de satisfacción con el uso de medios electrónicos en Banco AVANZ en una escala del 1 al 10, donde 10 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho?

1 _ 2 _ 3 _ 4 _ 5 _ 6 _ 7 _ 8 _ 9 _ 10 _

V. CALIDAD EN LA ATENCIÓN:**26. ¿La atención y Capacidad técnica del personal del Banco le transmite confianza y Seguridad?**

Siempre _____ Casi Siempre _____ Normalmente _____ A Veces _____ Nunca _____

27. ¿El personal del Banco está disponible para responder a sus preguntas y prestarle ayuda?

Siempre _____ Casi Siempre _____ Normalmente _____ A Veces _____ Nunca _____

28. ¿Se utiliza un lenguaje comprensible e intenta transmitir de forma sencilla y clara las explicaciones sobre el uso de los medios electrónicos?

Siempre _____ Casi Siempre _____ Normalmente _____ A Veces _____ Nunca _____

29. ¿Se demuestra conocimiento e información suficiente para responder a las preguntas que hace sobre el manejo de los medios electrónicos en Banco AVANZ?

Siempre _____ Casi Siempre _____ Normalmente _____ A Veces _____ Nunca _____

Muchas Gracias por la atención y tiempo dedicado a atender esta encuesta.

Anexo 8 Formato de Entrevista a Clientes



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria
UNAN - FAREM- Estelí

Entrevista a dirigida a Clientes de Banco AVANZ Sucursal Estelí

Objetivo: Conocer la opinión de los clientes de Banco AVANZ Sucursal Estelí con la implementación del uso de la tecnología.

I. RELACION CON EL BANCO:

1. ¿Cómo inicio su relación con Banco AVANZ y como ha sido trabajar con ellos?
2. ¿Siente que el Banco se adecua a sus necesidades o le toca a Usted adecuarse al banco ¿Porque?

II. ACCESO A LA TECNOLOGIA DEL BANCO

3. ¿Qué beneficios o inconvenientes ha traído para usted estos nuevos cambios tecnológicos que ha implementado Banco AVANZ?
4. ¿Se siente cómodo al usar los medios electrónicos que Banco AVANZ le ha proporcionado para mayor comodidad?

III. FIDELIZACION A BANCO AVANZ

5. ¿Qué propondría como cliente para mantener su fidelidad con Banco AVANZ?
6. ¿Estaría dispuesta a recomendar a Banco AVANZ por los cambios tecnológicos que a realizados para sus clientes?

IV. CALIDAD EN LA ATENCIÓN:

7. ¿Qué aspectos son importantes al momento de valor la atención al cliente?
8. ¿A tenido algún inconveniente con el uso de medios electrónicos de Bancos AVANZ?
9. ¿Podría explicarnos como se solucionó su inconveniente?

Muchas Gracias por la atención y tiempo dedicado a atender esta entrevista.

Anexo 9 Formato de Entrevista a Funcionario



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria
UNAN - FAREM- Estelí

Entrevista a dirigida a Funcionario de Banco AVANZ Sucursal Estelí

Objetivo: Conocer como pretende alcanzar la fidelización de los clientes de Banco AVANZ Sucursal Estelí con la implementación del uso de la tecnología.

I. CARACTERISTICAS TECNOLOGICAS DEL BANCO

1. ¿Porque el Banco decidió incorporar tecnologías en sus servicios a clientes?
2. ¿Cuál ha sido las nuevas tecnologías implementadas en el sistema de atención al cliente para su fidelización?
3. ¿Qué inversiones ha realizado el banco para garantizar el manejo de tecnología para sus clientes?
4. ¿Cuánto ha sido el tiempo para la implementación de esta nueva tecnología en todas sus sucursales?
5. ¿Se han realizado capacitaciones sobre las nuevas tecnologías a todo el personal de la sucursal de Bancos AVANZ sobre estos cambios tecnológicos?
6. ¿Han realizado algún estudio donde evalúen el resultado de estas nuevas tecnologías utilizadas por Banco AVANZ?

II. CARACTERIZACION DE CLIENTES QUE USAN TECNOLOGIAS

7. ¿Cuáles son las características de los clientes que prefieren el uso de las tecnologías?
8. ¿Cuáles son los clientes que más solicitan asesoría en el uso de tecnologías?
9. ¿Qué características tienen los clientes que no quieren utilizar tecnología?
10. ¿Cómo se han sentido los clientes con el uso de la tecnología antes y después de haberse implementado?

III. VENTAJAS DEL USO DE TECNOLOGIA

11. ¿Qué nuevos beneficios trae para que los clientes de Banco AVANZ Sucursal estos nuevos cambios tecnológicos?
12. ¿Qué resultados se han obtenido de este modelo que utiliza el banco?
13. ¿Cuál ha sido la valoración de los clientes al acceso rápido y desde cualquier lugar al banco a través del uso de la tecnología?
14. ¿Cómo ha sido la relación costos vs. tecnología?
15. ¿Considera que el establecimiento de nueva tecnología en la banca producirá un efecto competitivo con los otros bancos?

IV. DESVENTAJAS DEL USO DE TECNOLOGIA

16. ¿Qué estrategias ha implementado el banco para garantizar la seguridad tecnológica en el banco?
17. ¿Qué medida se toman para las personas de la tercera edad que no manejan medios electrónicos?
18. ¿Qué pasa en el caso que el cliente no tiene acceso a la tecnología?
19. ¿Qué nuevas estrategias tiene pensado realizar para seguir marcado fidelización de los clientes de Banco AVANZ?
20. ¿La utilización de tecnología a remplazado puestos de empleados?

V. EVALUANDO EL USO DE LA TECNOLOGIA

21. ¿Cuáles son las principales debilidades que presenta Banco AVANZ con el uso de la tecnología?
22. ¿Cuáles son las principales fortalezas de Banco AVANZ con el uso de la tecnología?
23. ¿Cuáles son las principales amenazas de Banco AVANZ con el uso de la tecnología?
24. ¿Cuáles son las oportunidades de Banco AVANZ con el uso de la tecnología?

Muchas Gracias por la atención y tiempo dedicado a atender esta entrevista.

Anexo 10 Formato de Entrevista a Asesor de Clientes



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua
Facultad Regional Multidisciplinaria
UNAN - FAREM- Estelí

Entrevista a dirigida a Asesor de Cliente de Banco AVANZ Sucursal Estelí

Objetivo: Conocer el proceso de adaptación de los clientes de Banco AVANZ Sucursal Estelí con la implementación del uso de la tecnología a través de la atención brindada por el Asesor de Clientes.

I. CARACTERISTICAS TECNOLOGICAS DEL BANCO

1. ¿Cuáles son los medios electrónicos utilizados con más frecuencia por los clientes de Banco AVANZ?
2. ¿Se han realizado capacitaciones sobre las nuevas tecnologías a todo el personal de la sucursal de Bancos AVANZ sobre estos cambios tecnológicos?
3. ¿Cuál ha sido la mejora tecnológica más aceptada por los clientes y por qué?
4. ¿Cuál de las mejoras tecnológicas que los clientes no le han dado importancia en su uso?

II. CARACTERIZACION DE CLIENTES QUE USAN TECNOLOGIAS

5. ¿Cuáles son las características de los clientes que prefieren el uso de las tecnologías?
6. ¿Cuáles son los clientes que más solicitan asesoría en el uso de tecnologías?
7. ¿Qué características tienen los clientes que no quieren utilizar tecnología?

III. VENTAJAS DEL USO DE TECNOLOGIA

8. ¿Qué nuevos beneficios trae para que los clientes de Banco AVANZ Sucursal estos nuevos cambios tecnológicos?
9. ¿Cuál ha sido la valoración de los clientes al acceso rápido y desde cualquier lugar al banco a través del uso de la tecnología?

IV. DESVENTAJAS DEL USO DE TECNOLOGIA

10. ¿Qué recomendaciones da a los clientes para garantizar la seguridad ante fraudes a los clientes?
11. ¿Cómo es la relación de las personas de la tercera edad con el manejo de los medios electrónicos?
12. ¿Qué haces cuando el cliente no tiene acceso a la tecnología?
13. ¿Sientes que la utilización de tecnología puede afectar su puesto de trabajo?

V. EVALUANDO EL USO DE LA TECNOLOGIA

14. ¿Qué consideras como debilidades con el uso de la tecnología para Banco AVANZ?
15. ¿Cuáles será las fortalezas de Banco AVANZ con el uso de la tecnología?
16. ¿Cuál sería una amenaza para Banco AVANZ con el uso de la tecnología?
17. ¿Dónde están las oportunidades para Banco AVANZ con el uso de la tecnología?

Muchas Gracias por la atención y tiempo dedicado a atender esta entrevista.

Anexo 11 Formato de Entrevista a Técnico



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua

Facultad Regional Multidisciplinaria

UNAN - FAREM- Estelí

Entrevista a dirigida a Técnicos de Mantenimiento de Banco AVANZ Sucursal Estelí

Objetivo: Conocer las causas por las cuales se realizan mantenimientos no programados en los equipos electrónicos disponibles para los clientes de Banco AVANZ Sucursal Estelí.

1. ¿Cada cuánto está programado habitualmente el mantenimiento de los siguientes equipos?

Sucursal Telefónica _____ ATM Clásico _____ SMART ATM _____
 Pagina Web _____ E-banking _____ Kiosco de Autoservicio _____ Sistema de Fila _____
 Sistema Bancario _____

2. ¿Cuáles son los motivos de los mantenimientos no programados de los equipos de Bancos AVANZ?

Reparación Hardware _____ Reparación Software _____ Mal uso del Equipo _____

3. ¿Cuáles son las condiciones en las cuales a encontrados los equipos de Bancos AVANZ al momento de una visita?

Regular _____ Bueno _____ Fuera de Servicio _____ Obstruido _____
 Sin Funcionamiento _____ Nuevo _____

4. ¿Tomando en cuenta su evaluación de los equipos de Bancos AVANZ cuál ha sido la causa de los mantenimientos no programados?

Problemas de funcionamiento _____ Mal Manejo por los Clientes _____
 Mal Manejo por los Funcionarios _____ Instrucciones de uso no claras en el equipo _____

5. ¿Cuál sería las medidas a tomar para un buen funcionamiento de los equipos de Bancos Avanz?

Mantenimientos Periódicos _____ Capacitación de Funcionarios _____
 Acompañamiento al Cliente _____ Actualización de Equipos _____ Mensajes Informativos _____

Muchas Gracias por la atención y tiempo dedicado a atender esta entrevista.