

## **RESUMEN**

La decisión de uso banca electrónica o E-Banking por parte de los usuarios en el Ecuador se ven influenciados por factores de percepción positivos y negativos, el presente estudio determina el comportamiento de los clientes de banca online y de qué manera son influenciados en la decisión de uso de estos servicios. El perfil, los factores como tiempo, percepción de riesgo, la percepción de satisfacción de necesidades, la imagen de la institución financiera, permitieron obtener un panorama de cómo se encuentran estos servicios, tomando en cuenta que los mismos permiten, para las instituciones financieras, abaratar los costos de alcance por tipo de canal, siendo internet en este caso, uno de los canales más rentables al momento de realizar transacciones en línea. La metodología usada para esta investigación fue realizar encuestas de uso, percepción de riesgos, percepción de imagen de ventajas de banca electrónica para analizar cómo influyen estos factores en la decisión de uso y analizar las particularidades de cada uno de los factores individualmente, y por supuesto estas fueron fundamentadas en diferentes teorías de investigaciones previas que permitió una mejor observación a los factores mencionados. El análisis de resultados permitió observar las características de cada uno de los factores en los encuestados y como estos, a través de la comprobación de hipótesis, la efectiva relación de variables independientes vs dependiente, específicamente sobre los factores principales de influencia en la decisión de uso de E-Banking, permitiendo así construir una estructura de factores que se relaciones con la variable dependiente antes mencionada.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **E-BANKING**
- **DIMENSIONES DE PERCEPCIÓN DEL RIESGO**
- **TIEMPO**
- **SEGURIDAD ELECTRONICA**

## **ABSTRACT**

The decision electronic banking or e-Banking use by users in Ecuador are influenced by factors of positive and negative perception, this study determines the behaviour of online banking customers and how they are influenced in the decision use of these services. Profile, factors such as time, risk perception, the perception of satisfaction of needs, the image of the financial institution, allowed to obtain an overview of how are these services, taking into account that they allow for financial institutions, lower costs reach by channel type, with Internet in this case, one of the most profitable when transacting online channels. The methodology used for this research was to conduct surveys of use, risk perception, image perception of advantages of electronic banking to analyse how these factors influence the decision to use and analyse the particularities of each of the factors individually, and of course these were based on different theories of previous research which allowed better observation to the above factors. The analysis of results allowed to observe the characteristics of each of the factors on respondents and how they, through hypothesis testing, the actual relationship of independent variables vs dependent specifically on the main factors influencing the decision to use E-Banking, allowing to build a structure of factors that relations with the aforementioned dependent variable.

### **KEYWORDS:**

- **E-BANKING**
- **DIMENSIONS OF PERCEPTION OF RISK**
- **TIME**
- **ELECTRONIC SECURITY**