

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo analizar la satisfacción de los usuarios de banca digital de los bancos del Distrito Metropolitano de Quito a través del análisis de las dimensiones que conforman la experiencia de usuario: diseño, accesibilidad y seguridad. El enfoque del estudio fue cuantitativo de tipo no experimental transversal y tuvo un alcance correlacional, la información primaria se obtuvo mediante la aplicación de encuestas a 384 usuarios de banca digital.

Los resultados obtenidos permitieron determinar que la banca móvil representa un nivel de satisfacción superior al de la banca web, siendo las mujeres quienes poseen un nivel de satisfacción más alto en comparación con los hombres, además, los millennials es la generación que más utiliza los servicios ofrecidos por la banca web y móvil. Los usuarios de banca digital se sienten insatisfechos con los servicios que ofrecen los bancos públicos y privados, de manera que se ha evidenciado la necesidad de implementar mejoras en la banca digital a fin de incrementar el nivel de satisfacción, finalmente, las pruebas de hipótesis permitieron constatar que las dimensiones de la experiencia de usuario inciden en el nivel de satisfacción de los usuarios de banca digital de los bancos del Distrito Metropolitano de Quito.

*Palabras clave:* Banca digital, banca web, banca móvil, experiencia de usuario, satisfacción

## **Abstract**

The objective of this research was to analyze the satisfaction of digital banking users of banks in the Metropolitan District of Quito through the analysis of the dimensions that make up the user experience: design, accessibility and security. The approach of the study was quantitative, non-experimental, cross-sectional and correlational. The primary information was obtained through the application of surveys to 384 digital banking users.

The results obtained allowed determining that mobile banking represents a higher level of satisfaction than web banking, being women who have a higher level of satisfaction compared to men, in addition, millennials is the generation that most uses the services offered by web and mobile banking. Digital banking users feel dissatisfied with the services offered by public and private banks, so it has been evidenced the need to implement improvements in digital banking in order to increase the level of satisfaction, finally, the hypothesis tests allowed to verify that the dimensions of the user experience affect the level of satisfaction of digital banking users of the banks of the Metropolitan District of Quito.

*Keywords:* Digital banking, web banking, mobile banking, user experience, satisfaction