



## **ACTITUD DE LOS CLIENTES DEL BANCO SUD AMERICANO DE TALCA RESPECTO A LA PAGINA WEB DE DICHA ENTIDAD BANCARIA**

**CARMEN JULIA BLAKE COFRÉ  
LORETO ELCIRA GÓMEZ GÓMEZ  
INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN**

### **RESUMEN**

Millones de computadores conectados en todo el planeta dan origen a un extraño lugar, regido por sus propias leyes del espacio, tiempo y convivencia; una especie de gran club universal sin jerarquías ni barreras, donde todos los que poseen un PC y una Línea telefónica pueden acceder a información rápida y de bajo costo, en un ambiente de absoluta y total libertad, es lo que se llama "Internet".

La expansión de Internet en Chile ha sido intensa en los últimos años. Pero el número nunca se había disparado tanto como desde comienzos de 1999, año al término del cual, según cifras de la Comisión de Infraestructura Nacional de Información, se llegó a 750 mil personas.

El problema relevante que motivo nuestra investigación es la falta de estudios referente a los usuarios de esta red de información y la revolución que Internet está causando en todo el mundo.

La idea central del estudio es determinar la actitud que tienen los clientes del Banco Sud Americano de Talca, respecto a la Página Web de dicho banco, analizando los 3 componentes principales que constituyen la actitud: Cognoscitivo, afectivo y de comportamiento.

La investigación se llevó a cabo mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra representativa de los clientes, que sirvió de base para poder obtener conclusiones relevantes y así determinar la actitud de los clientes del Banco Sud Americano de Talca frente a la Página Web que ofrece esta institución financiera.

Finalmente, el análisis de los tres componentes que conforman la actitud y sobre la base de la definición de actitud utilizada; nos llevó a concluir que no existe actitud por parte de los clientes del Banco Sud Americano de Talca respecto a la Página Web de dicha Institución.