

UNIVERSIDAD PRIVADA DE TACNA
ESCUELA DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN GESTIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS



**EL USO DE LOS CANALES NO TRADICIONALES Y SU RELACIÓN CON EL
VOLUMEN DE OPERACIONES DE LA AGENCIA 3 POCOLLAY
DEL BANCO DE LA NACIÓN, PERIODO 2018 - 2019**

Tesis

Presentada por:

BACH. JACKELINE DENY ORTIZ SOSA

Asesor:

Dr. Juan Guillermo Aranibar Ocola

Para Obtener el Grado Académico de:

MAESTRO EN GESTIÓN Y POLÍTICAS PÚBLICAS

TACNA – PERÚ

2021

Agradecimientos

A Dios, por siempre darme fortaleza y guiar mis pasos en todo momento.

Dedicatoria

A mi familia, que siempre confiaron en mí en cada una de las decisiones tomadas.

A mis amigos y compañeros de trabajo que me animaron a concluir la presente tesis.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

AGRADECIMIENTO	iii
DEDICATORIA	iv
INDICE DE CONTENIDOS	v
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN.....	x
ABSTRACT	xi
INTRODUCCIÓN	12
CAPÍTULO I.....	15
1. EL PROBLEMA.....	15
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.2.1 Interrogante Principal.....	18
1.2.2 Interrogantes Secundarias	18
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	18
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	20
1.4.1 Objetivo General	20
1.4.2 Objetivos Específicos.....	20
CAPÍTULO II	21
2. MARCO TEÓRICO	21
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	21
2.2 USO DE CANALES NO TRADICIONALES	27

2.1.1	Beneficios de los canales no tradicionales	29
2.1.2	Peligros de los canales no tradicionales	31
2.1.3	Inclusión financiera y bancarización.....	32
2.1.4	Tipos de canales no tradicionales.....	35
2.1.5	Banca digital.....	36
2.1.6	Legislación sobre los canales no tradicionales.....	38
2.1.7	Indicadores de uso de canales no tradicionales.....	42
2.3	VOLUMEN DE OPERACIONES	44
2.3.1	Concepto	44
2.3.2	Líneas de negocio.....	47
2.3.3	Servicios del Banco de la Nación.....	48
2.3.4	Servicios del Banco de la Nación.....	51
2.3.5	Indicadores de volumen de operaciones.....	52
2.4	DEFINICIÓN DE CONCEPTOS.....	54
CAPÍTULO III.....		56
3.	MARCO METODOLÓGICO.....	56
3.1	HIPÓTESIS	56
3.1.1	Hipótesis General.....	56
3.1.2	Hipótesis Específicas	56
3.2	VARIABLES.....	57
3.2.1	Variable Asociada.....	57
3.2.2	Variable de Supervisión	57
3.3	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	58
3.4	NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN	59
3.5	ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN	60

3.6	POBLACIÓN Y MUESTRA	60
3.6.1	Unidad de Estudio.....	60
3.6.2	Población.....	60
3.6.3	Muestra.....	61
3.7	PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	62
3.7.1	Procedimiento	62
3.7.2	Técnicas.....	62
3.7.3	Instrumentos	62
	CAPÍTULO IV	63
4.	LOS RESULTADOS.....	63
4.1	DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO.....	63
4.2	DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	63
4.3	RESULTADOS	64
4.4	PRUEBA ESTADÍSTICA.....	74
4.5	COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS (DISCUSIÓN)	74
4.6	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	83
4.7	PROPUESTA DE MEJORA.....	84
	CAPÍTULO V	87
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
5.1	CONCLUSIONES.....	87
5.2	RECOMENDACIONES	90
	ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA	96
	ANEXO B: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	97
	ANEXO C: ORGANIGRAMA DEL BANCO DE LA NACIÓN.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Descriptivos de la variable asociada y sus indicadores.....	64
Tabla 2 Operaciones realizadas en canales no tradicionales.....	69
Tabla 3 Prueba de normalidad de volumen de operaciones y banca celular.....	75
Tabla 4 Correlación entre volumen de operaciones y banca celular.....	76
Tabla 5 Prueba de normalidad de volumen de operaciones y agentes multired	77
Tabla 6 Correlación entre volumen de operaciones y uso de agentes multired	78
Tabla 7 Prueba de normalidad de volumen de operaciones y uso del cajero automático.....	79
Tabla 8 Correlación entre volumen de operaciones y uso del cajero automático.....	80
Tabla 9 Normalidad de volumen de operaciones y uso de canales no tradicionales	81
Tabla 10 Correlación de volumen de operaciones y canales no tradicionales	82

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Evolución de los canales de atención	40
Figura 2. Volumen de operaciones 2014 – 2018.....	45
Figura 3. Volumen de operaciones por canal de atención	46
Figura 4 Cantidad de operaciones realizadas en la oficina	65
Figura 5 Cantidad de operaciones de retiro.....	66
Figura 6 Cantidad de operaciones de depósito.....	67
Figura 7 Cantidad de operaciones de pago de servicios	68
Figura 8 Operaciones realizadas en canales no tradicionales	70
Figura 9 Cantidad de operaciones en cajero automático.....	71
Figura 10 Cantidad de operaciones por banca celular	72
Figura 11 Cantidad de operaciones en agentes multired.....	73

RESUMEN

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo y tiene como objetivo general determinar la relación entre el uso de los canales no tradicionales y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019. Para ello se realizó un análisis documental de las operaciones realizadas en los canales no tradicionales (cajero automático, agente multired y banca celular) y las operaciones realizadas en la oficina de la Agencia 3 Pocollay. La investigación es tipo básica o pura, corte longitudinal, enfoque deductivo y naturaleza cuantitativa. La investigación corresponde al tipo Relacional y con un diseño No Experimental. La técnica utilizada para recoger la información es el análisis documental y el instrumento utilizado fue el registro. Para medir las variables uso de canales no tradicionales y volumen de operaciones se ha trabajado a una escala numérica discreta. El procesamiento estadístico se llevó a cabo en el programa SPSS Statistics 24.

Se utilizó el estadístico r de Pearson y rho de Spearman de acuerdo con el supuesto de normalidad. Se puede observar un grado de correlación de 0.528 y un p – valor de 0.0080, lo cual da cuenta de una correlación moderada entre ambas variables (uso de canales no tradicionales y volumen de operaciones). En ese sentido, con un nivel de confianza del 95% se comprueba la hipótesis general, concluyendo que el uso de los canales no tradicionales se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Palabras clave: Agentes Multired, canales bancarios, ATM, POS, Bancos.

ABSTRACT

This research has a quantitative approach and its general objective is to determine the relationship between the use of non-traditional channels and the volume of operations of Banco de la Nación's Agency 3 Pocollay, period 2018 - 2019. For this, an analysis was carried out documentary of the operations carried out in non-traditional channels (ATM, multi-network agent and mobile banking) and the operations carried out in the office of the Agency 3 Pocollay. The investigation is basic or pure type, longitudinal cut, deductive approach and quantitative nature. The research corresponds to the Relational type and with a Non-Experimental design. The technique used to collect the information is the documentary analysis and the instrument used was the registry. To measure the variables, use of non-traditional channels and volume of operations, a discrete numerical scale has been used. Statistical processing was carried out in the SPSS Statistics 24.

Pearson's r statistic and Spearman's ρ statistic were used according to the assumption of normality. A degree of correlation of 0.528 and a p - value of 0.0080 can be observed, which accounts for a moderate correlation between both variables (use of non-traditional channels and volume of operations). In this sense, with a confidence level of 95%, the general hypothesis is verified, concluding that the use of non-traditional channels is related to the volume of operations of Banco de la Nación's Agency 3 Pocollay, period 2018 - 2019.

Key words: Multired agents, banking channels, ATM, POS, Banks

INTRODUCCIÓN

El Banco de la Nación es una empresa del estado peruano creado mediante Ley 16000 del 27 de enero de 1966. La razón de ser del Banco de la Nación es equilibrar el costo de los productos y servicios financieros en el mercado de tal manera que la población pueda tener acceso al sistema financiero nacional a través de precios justos y razonables. Tal es así que, desde sus inicios, el Banco de la Nación ha concentrado a nivel nacional las tareas financieras de enfoque social que no son rentables para la banca privada, como son: pago de remuneraciones al sector público, pago de pensiones del sector público, cobro de tasa administrativas de las entidades públicas, depósitos judiciales, entre otros.

Desde muchos años atrás se decía que el Banco de la Nación era una entidad recaudadora por las funciones que realizaba, casi el 80% de sus operaciones a nivel nacional tenían que ver con remuneraciones, pensiones y tributos. Hoy en día hay que agregarle el pago de beneficios por los programas de inclusión social (Pensión 65, Juntos, entre otros). Es decir, el banco acostumbró a sus usuarios y clientes a visitar sus agencias para poder realizar sus operaciones.

El Banco de la Nación depende directamente del Ministerio de Economía y Finanzas, y su principal función es atender las necesidades financieras de las poblaciones más vulnerables y alejadas de todo el territorio nacional, es por ello que cuenta con 492 agencias y oficinas especiales, 949 cajeros automáticos, más de 17 mil agentes multired y otros canales como “rapidito”. Toda esta infraestructura le permite al Banco de la Nación tener la mayor cobertura a nivel nacional más que cualquiera de los bancos privados.

No obstante, el banco modernizó sus sistemas y orientó su estrategia hacia una banca de negocios, es decir, se dedica a colocar préstamos, tarjetas de crédito, seguros, entre otros. De igual manera, modernizó sus canales de atención y también implementó nuevos canales como son: banca celular, banca online y agentes multired en gobiernos regionales y municipales. El objetivo es descongestionar las agencias a través del uso de los nuevos puntos de atención o canales no tradicionales que tiene el banco. Sin embargo, ha sido difícil convencer y capacitar a los clientes y usuarios del banco a que usen dichos canales, ya que el nivel de cultura financiera es bajo. Es decir, más del 70% de los clientes y usuarios no confían o no manejan en las nuevas tecnologías para realizar sus transacciones financieras.

Por lo antes expuesto, se considera necesario el desarrollo de la presente investigación titulada “El uso de los canales no tradicionales y su relación con el volumen De operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019 “, estructurándose para ello el trabajo en cuatro capítulos:

Capítulo I:

Corresponde al planteamiento del problema, formulación del problema, justificación de la investigación, objetivo general, objetivos específicos, conceptos básicos y los antecedentes de la investigación.

Capítulo II:

Trata sobre el Fundamento Teórico Científico, en donde se conceptualizan las dos variables en estudio como son: el uso de canales no tradicionales y el volumen de operaciones.

Capítulo III:

Este capítulo corresponde al marco metodológico, en donde se presentan las hipótesis, se identifican y describen las variables, el tipo y diseño de la investigación, el ámbito de estudio, población y muestra y por último las técnicas e instrumentos utilizados.

Capítulo IV:

Contiene los resultados, en donde se mostrarán las tablas y figuras estadísticas con la información recogida en campo. Asimismo, se realiza la prueba estadística y por último la comprobación de hipótesis.

Finalmente, en el Trabajo de Investigación se consideran las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y los anexos respectivos, que complementan la información proporcionada y contribuyen a una mejor comprensión del mismo.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Banco de la Nación es una empresa del estado peruano creado mediante Ley 16000 del 27 de enero de 1966. La razón de ser del Banco de la Nación es equilibrar el costo de los productos y servicios financieros en el mercado de tal manera que la población pueda tener acceso al sistema financiero nacional a través de precios justos y razonables. Tal es así que, desde sus inicios, el Banco de la Nación ha concentrado a nivel nacional las tareas financieras de enfoque social que no son rentables para la banca privada, como son: pago de remuneraciones al sector público, pago de pensiones del sector público, cobro de tasa administrativas de las entidades públicas, depósitos judiciales, entre otros.

Desde muchos años atrás se decía que el Banco de la Nación era una entidad recaudadora por las funciones que realizaba, casi el 80% de sus operaciones a nivel nacional tenían que ver con remuneraciones, pensiones y tributos. Hoy en día hay que agregarle el pago de beneficios por los programas de inclusión social (Pensión 65, Juntos, entre otros). Es decir, el banco acostumbró a sus usuarios y clientes a visitar sus agencias para poder realizar sus operaciones.

El Banco de la Nación depende directamente del Ministerio de Economía y Finanzas, y su principal función es atender las necesidades financieras de las poblaciones más vulnerables y alejadas de todo el territorio nacional, es por ello que cuenta con 492 agencias y oficinas especiales, 949 cajeros automáticos, más de 17 mil agentes multired y otros canales como “rapidito”. Toda esta infraestructura le permite al Banco de la Nación tener la mayor cobertura a nivel nacional más que cualquiera de los bancos privados.

No obstante, el banco modernizó sus sistemas y orientó su estrategia hacia una banca de negocios, es decir, se dedica a colocar préstamos, tarjetas de crédito, seguros, entre otros. De igual manera, modernizó sus canales de atención y también implementó nuevos canales como son: banca celular, banca online y agentes multired en gobiernos regionales y municipales. El objetivo es descongestionar las agencias a través del uso de los nuevos puntos de atención o canales no tradicionales que tiene el banco. Sin embargo, ha sido difícil convencer y capacitar a los clientes y usuarios del banco a que usen dichos canales, ya que el nivel de cultura financiera es bajo. Es decir, más del 70% de los clientes y usuarios no confían o no manejan en las nuevas tecnologías para realizar sus transacciones financieras.

El problema radica en que una transacción financiera realizada en ventanilla tiene un costo de S/0.80 mientras que una transacción en agente multired cuesta S/0.30 (según tarifario del banco), a través de banca celular el costo es S/0.05 y a través de los cajeros es S/0.15. Según la memoria institucional del banco del 2018, se han registrado más de 500 millones de operaciones a nivel nacional, de las cuales, el 30% se han realizado en agencias. El banco busca fomentar en los clientes y usuarios el uso de los canales no tradicionales (web, agente multired y banca celular) de tal manera que puedan disminuir los gastos operativos

excesivos a causa de la contratación de personal, nuevas agencias, servicios de seguridad, servicios de caudales, entre otros.

El Banco de la Nación busca trasladar más del 90% de sus operaciones a través de los canales no tradicionales de tal manera que los clientes y usuarios no congestionen las agencias, lo cual le permitirá al banco enfocarse en otras áreas de negocio, así como también fortalecer su política de conversión hacia una banca digital al servicio de todos los peruanos.

En medio de la crisis del Covid – 19, el gobierno implementó bonos sociales para la población más vulnerable, el problema en la forma de pago de los bonos recaer en el bajo nivel de bancarización en el país. Ese aspecto trajo como consecuencia que las personas cobren los bonos en las agencias del Banco de la Nación, lo cual generó un hacinamiento nunca visto, exponiendo a los usuarios y personal del banco a contagiarse con el Covid – 19. La falta de costumbre y confianza no le permitió a la población utilizar los canales no tradicionales. Sin embargo, en la segunda etapa de los bonos sociales, se utilizó la modalidad de transferencia vía banca celular mejorando el proceso de pago y reduciendo el hacinamiento en las agencias y oficinas del banco.

La tendencia de la banca en todo el mundo es automatizar los servicios bancarios a través de internet, ya sea mediante banca virtual o banca celular, lo cual es una gran ventaja tanto para los clientes y usuarios como para el banco respecto a los costos asociados a dichos canales de atención.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 Interrogante Principal

¿Qué relación existe entre el uso de los canales no tradicionales y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?

1.2.2 Interrogantes Secundarias

- ¿Qué relación existe entre el uso de banca celular y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?
- ¿Qué relación existe entre el uso de los agentes multired y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?
- ¿Qué relación existe entre el uso del cajero automático y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Justificación Teórica

La presente investigación tiene justificación teórica porque permite aplicar el método científico en el estudio de los canales no tradicionales y su relación con el volumen de operaciones en la Agencia 3 Pocollay.

Justificación Práctica

Estudiar la relación entre el uso de los canales no tradicionales y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay, se justifica en lo práctico porque le permitirá al Banco de la Nación emplear nuevas estrategias para educar a sus usuarios y clientes en el uso de los canales alternativos o no tradicionales, de tal manera que la atención en oficina sea única y exclusivamente para los programas sociales, personas de la tercera edad, personas con discapacidad y para operaciones complejas que requieren cierto nivel de seguridad como son los cheques, transferencias y por su puesto todo lo relacionado a la gestión comercial (tarjetas, seguros, préstamos, etc).

Asimismo, se justifica en lo práctico por cuanto le permitirá al administrador de la agencia evaluar el nivel de descarga de operaciones, es decir, cuantificar el nivel de operaciones realizadas en los canales no tradicionales versus las operaciones realizadas en la agencia, lo ideal según las nuevas políticas del banco, es que las operaciones comunes se trasladen completamente hacia los canales no tradicionales por su menor costo y amplitud de cobertura, mientras que el resto de operaciones se realicen en la oficina de Pocollay. Las agencias en Tacna fueron medidas por metas en cuanto a la instalación de cierta cantidad de agentes multired (canal no tradicional) con el objetivo de disminuir la carga operativa en la oficina orientando los esfuerzos hacia la gestión comercial.

Al emplear nuevas estrategias para educar a los usuarios en el uso de canales no tradicionales los clientes perderían el miedo al uso de estos y el tiempo de espera en oficina disminuiría, esto llevaría a que aquellos clientes que no utilizan los bancos por el tiempo que toma realizar una transacción y el miedo regresaran, esto nos llevaría a fortalecer la bancarización.

Justificación Metodológica

La Investigación tomará en cuenta los principios del Método Científico, por lo tanto, los procedimientos y técnicas utilizados en la investigación tienen validez y confiabilidad, pudiendo ser estandarizados para ser empleados en otros trabajos de investigación. De igual manera, al ser la presente investigación de tipo básica o no experimental, permitirá generar nuevo conocimiento respecto a las variables en estudio.

Por lo antes expuesto, se justifica metodológicamente la ejecución de la investigación denominada: “El uso de los canales no tradicionales y su relación con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019”.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo General

Determinar la relación entre el uso de los canales no tradicionales y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Establecer la relación entre el uso de banca celular y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.
- Determinar la relación entre el uso de los agentes multired y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.
- Establecer la relación entre el uso de los cajeros automáticos y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

En la revisión a los antecedentes de investigación, se pudo verificar que existen estudios relacionados con el tema de investigación; entre los que encontramos estudios nacionales e internacionales, los cuáles son mencionados a continuación:

Internacionales:

Ramos (2015), en su investigación cuyo título es: *“El papel de los corresponsales bancarios en el proceso de bancarización: una aproximación al concepto de inclusión financiera en Colombia”*, presentada en la Universidad Santo Tomás – Colombia, tuvo como objetivo determinar el impacto que han tenido los corresponsales bancarios en el proceso de Bancarización en Colombia, en el periodo 2008 a 2013. La población estuvo constituida por los 49181 corresponsales bancarios de Colombia, obteniéndose una muestra de 96 corresponsales a un nivel de confianza del 95%. Para verificar la hipótesis principal se utilizó un modelo econométrico o de regresión lineal. El estudio concluye que los corresponsales bancarios han sido importantes para el proceso de bancarización e inclusión financiera. Asimismo, los corresponsales bancarios tienen una correlación positiva con la apertura de productos financieros, es decir, influyen directamente en la bancarización.

Moncayo (2013) en su investigación cuyo título es: ***“Propuesta de Bancarización a través de la inclusión de corresponsales no bancarios”***, presentada en la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de Ecuador; tuvo como objetivo proponer un modelo de negocios de integración bancaria a través de corresponsales no bancarios. La población estuvo conformada por los 55 corresponsales bancarios de ubicados en los cantones de las provincias de Guayas y Santa Elena. La investigación fue no experimental de corte transversal, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. La investigación concluye que los corresponsales no bancarios permiten generar nuevas oportunidades para fortalecer la bancarización y la cultura financiera. Asimismo, los corresponsales bancarios representan una alternativa para ampliar la cobertura de productos y servicios financieros a través de la alianza con pequeños comercios (tiendas, bodegas, boticas, etc) que se encuentran ubicados estratégicamente y al alcance de todas las personas.

González y Bermúdez (2017) en su investigación titulada: ***“Análisis de las transacciones de los corresponsales no bancarios en la empresa Pro mujer aplicado en los ATM del Banco de la Producción (BANPRO) en la ciudad de Masaya en el año 2016”***, presentada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua; tuvo como objetivo analizar las transacciones de los corresponsales no bancarios en la empresa Pro Mujer aplicado en los ATM del Banco de la Producción (Banpro) en el año 2016. La investigación fue de tipo de experimental y se utilizó el método del caso para poder cumplir con los objetivos. Asimismo, gracias a los corresponsales no bancarios las mujeres clientas de Pro mujer han podido desarrollarse y mejorar sus negocios ya que pueden disponer de créditos o efectivo mediante operaciones bancarias en los corresponsales ahorrando tiempo y dinero por la cercanía de los mismos.

Novillo (2018) en su investigación titulada: "***Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto sobre su desempeño comercial***" presentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Colombia; tuvo como objetivo Analizar las incidencias en el desempeño comercial de los afiliados al programa de inclusión financieras, considerando solo a los CNB en la ciudad de Guayaquil.. La investigación fue no experimental, deductiva, exploratoria. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. La población estuvo constituida por los administradores de los 2324 corresponsales no bancarios de la ciudad de Guayaquil. Se utilizó un muestreo probabilístico con un margen de error del 7,5% y nivel de confianza del 95%, obteniéndose una muestra de 160 corresponsales no bancarios. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Para verificar las hipótesis se utilizó estadística descriptiva, así como la prueba Chi Cuadrado para verificar la hipótesis general. La investigación concluye que los corresponsales no bancarios influyen positivamente en los negocios al aumentar el nivel de clientes y en consecuencia el nivel de ventas aumentó.

Cepeda (2014) en su investigación titulada: "***Impacto de los corresponsales no bancarios (Banco del Barrio - Guayaquil, Mi Vecino - Pichincha, Tu Banco Aquí - Pacífico, etc) en el índice de bancarización del Ecuador: 2008 - 2013***" presentada en la Universidad de Guayaquil, Ecuador; tuvo como objetivo demostrar el impacto de los Corresponsales no Bancarios en la bancarización del Ecuador en el periodo 2008-2013. La investigación fue no experimental, deductiva, cuantitativa y de nivel explicativo. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. La población estuvo constituida por los usuarios de los corresponsales no bancarios de 8 locales de zonas aledañas de Guayaquil. La muestra estuvo constituida por 27 usuarios de los corresponsales. La investigación concluye que los corresponsales no bancarios impulsaron el

incremento de la bancarización en Guayaquil, aunque no exclusivamente, ya que existen otros factores asociados a dicho impacto no considerados en la investigación.

Nacionales

Hijar (2016) cuyo título es: *“Influencia del uso de multired móvil en la bancarización por cobertura del Banco de La Nación en el departamento de Junín 2011-2012”*, presentada en la Universidad del Centro del Perú, Huancayo; tuvo como objetivo conocer la influencia que tiene el uso del Multired Móvil en la Bancarización por cobertura del Banco de la Nación en el Departamento de Junín. La investigación de tipo básica o pura y no experimental, de corte transversal y de nivel relacional. La muestra estuvo conformada por 392 clientes y/o usuarios que utilizaron los servicios del multired móvil en los distritos de Junín. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Para verificar las hipótesis se utilizó la prueba de correlación R de Pearson. La investigación concluye que: “... el uso del multired móvil influyó significativamente en la Bancarización por Cobertura del Banco de la Nación en el Departamento de Junín pues en el período 2011-2012 se realizaron 4782 operaciones en los distritos estudiados donde antes del operativo no había operaciones”.

Pineda (2017) cuyo título es: *"Análisis de las plataformas de atención al usuario y su incidencia en el volumen de operaciones del Banco de la Nación Agencia 1 Puno, periodos 2014 - 2015"* presentado en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno; tuvo como objetivo determinar en qué medida las plataformas de atención al usuario constituyen una herramienta esencial para

conocer el volumen de operaciones de la Agencia 1 Puno del Banco de la Nación, Periodos 2014 – 2015. La investigación fue pura o básica de tipo no experimental, nivel explicativo y de corte transversal. La técnica utilizada fue la encuesta, la entrevista y la observación. La muestra estuvo constituida por el 30% de los usuarios del Banco de la Nación de la ciudad de Puno. La investigación concluye que “... los beneficios del uso de las plataformas de atención tienen incidencia positiva en el volumen de operaciones, habiendo un incremento del 5.12% del año 2014 al 2015, cifra que muestra que existe mayor demanda de usuarios del Banco de la Nación, y que este cumple con satisfacer esta demanda”.

Magallanes (2017) cuyo título es: “***Impacto de un canal alternativo del Banco de la Nación en el distrito turístico de Marcona, Ica***”, presentada en la Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Ica; tuvo como objetivo determinar el impacto de los dispositivos POS como nuevo canal de atención en el desarrollo turístico de Marcona. El estudio fue de tipo básico o puro con diseño no experimental, de corte transversal y nivel explicativo. La técnica usada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. La investigación concluye que la instalación de un nuevo canal de atención como son los agentes multired van a influir positivamente en el desarrollo turístico de Marcona ya que le permitirá tener una ventaja competitiva a los comercios de dicha localidad, en vista que contarán con la tecnología necesaria para que los usuarios o clientes del Banco de la Nación de dicha localidad pueda realizar sus transacciones financieras de forma segura, práctica y rápida.

Aredo (2016) cuyo título es: “*Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del Centro de Contacto del Banco de Crédito del Perú - Sede Trujillo, 2015*”, presentada en la Universidad Nacional de Trujillo; tuvo como objetivo determinar cómo influyen los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del centro de contacto del Banco de Crédito del Perú sede Trujillo. La investigación fue no experimental de tipo transeccional y de nivel correlacional. Se utilizó el método deductivo y analítico, aplicando entrevistas y encuestas. La población estuvo constituida por los 7200 clientes del Banco de Crédito sede Trujillo que realizan sus operaciones a través de los diferentes canales de atención. La muestra se configuró con un nivel de error de 5% y un nivel de confianza del 95%, obteniéndose la cantidad de 365 clientes. La investigación concluye que los canales alternativos más utilizados por los clientes del banco son el cajero automático y los agentes BCP. Asimismo, los canales alternativos generan beneficios a los clientes como: ahorro de tiempo, ahorro de dinero, accesibilidad, comodidad y rapidez.

Locales

Iparraguirre (2016) cuyo título es: “*La calidad de servicio de los agentes multired y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Región Tacna, año 2015*”, presentada en la Universidad Privada de Tacna; tuvo como objetivo conocer la relación que tiene la calidad del servicio que brindan el canal de atención no tradicional como Agente Multired con la satisfacción de los clientes que utilizan tal canal de atención, en el Departamento de Tacna. La investigación de tipo básica o pura y no experimental, de corte transversal y de nivel relacional. La muestra estuvo conformada por 195 clientes y/o usuarios que utilizaron los servicios del canal de atención Agente Multired en la región Tacna. La técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento el cuestionario. Se logro

concluir que ambas variables están correlacionadas en un sentido moderado y que se deben desarrollar mejores estrategias que apunten a la mejora en la satisfacción de los usuarios de este tipo de canales.

2.2 USO DE CANALES NO TRADICIONALES

Arguedas, Sánchez y García (2019) mencionan que: “... los canales tradicionales del sector financiero (oficinas físicas y cajeros automáticos), se añaden otros nuevos: internet, los gestores, la banca móvil y la banca telefónica; y el cambio a esta nueva realidad no puede consistir en la superposición de los segundos en los primeros. El objetivo es pasar de una experiencia multicanal a la total omnicanalidad”. (p. 20)

La banca en el Perú está evolucionando de acuerdo con el avance de las nuevas tecnologías, los llamados canales no tradicionales se están convirtiendo poco a poco en los más usados por la gente en el mundo, ya que brindan beneficios como ahorro de tiempo y rapidez. Sin embargo, la mayor utilización de estos canales dependerá del nivel de bancarización en el país, ya que muchas personas aún tienen resistencia a usarlos por temor a los ataques informáticos de robo de claves y clonación de tarjetas.

Castillo, Gabaldón, Ruiz y Sainz (2019) exponen que: “la banca electrónica ha sido utilizada como alternativa a los modelos tradicionales de negocio en el segmento de relación con los clientes minoristas, personas y empresas de pequeña dimensión”. (p. 36)

La mayoría de los canales no tradicionales han sido adaptados y orientados para que los clientes minoristas realicen sus operaciones (transferencias, retiros, pago de servicios, entre otros), ya que representa el mayor volumen respecto de la cantidad total de clientes que tiene cualquier entidad financiera. Asimismo, ese mayor volumen de clientes minoristas es el que demandaba mayor cantidad de agencias y personal para que puedan ser atendidos, lo cual originaba sobre costos operativos que no resultaban rentables para los bancos.

La disponibilidad de diversos canales de atención a permitido democratizar la banca, permitiendo nuevas oportunidades de negocio para las entidades financieras, tales como las apps conocidas como Fintech (Tecnología financiera), las cuales están transformando el modelo tradicional de banco hacia un banco completamente digital y omnipresente sin importar los límites o barreras de tiempo y espacio.

Hoy desde cualquier smartphone se pueden realizar las transacciones financieras cotidianas sin necesidad de visitar una agencia bancaria. Lo cual ha resultado beneficioso tanto para la entidad financiera como para el cliente, razón por la cual se ha popularizado y extendido su uso rápidamente en todo el mundo gracias a su facilidad y practicidad en la ejecución de las transacciones financieras.

2.1.1 Beneficios de los canales no tradicionales

Castillo et al (2019) mencionó que:

El desarrollo de la banca electrónica ha contribuido significativamente a la reducción de los costes de transacción y de asimetrías de información. La utilización de la banca digital permite la disminución de los costes de comunicación, computación y proceso de datos y, desde la perspectiva del cliente, supone un acceso más rápido, sencillo y homogéneo a la información financiera”. (p. 36)

Los canales no tradicionales han ayudado a que democratizar el acceso a los servicios financieros y además han permitido que muchas personas puedan bancarizarse en el país. El uso de los canales no tradicionales ha generado un impacto positivo en la vida de los ciudadanos, ya que les ha permitido tener su información financiera en tiempo real, lo cual antes era imposible ya que dicha información podía ser obtenida sólo en las agencias bancarias. La tecnología permite que la población tenga hoy en día al banco en sus manos y a su disposición durante las veinticuatro horas del día.

Hay que considerar que las transacciones financieras generaban un costo para los clientes o usuarios de las entidades bancarias, los cuales se justificaban por la apertura de nuevas agencias, la contratación de personal en ventanillas, el servicio de seguridad en las oficinas, el servicio de caudales o transporte de dinero, entre otros. Atenderse en una

oficina física significan costos elevados para los bancos y demás entidades financieras, por ello que, el uso masivo de los canales no tradicionales representa una oportunidad de eficiencia operativa y eficacia en la atención a los clientes y usuarios.

BBVA Innovation Center (2012) mencionaron que:

La banca móvil ofrece nuevas formas de relación con el cliente, como la captación y conservación o las ventas cruzadas y dirigidas. Y un nuevo canal, que además resulta ser el más rentable. Dependiendo del contexto y geografía, la banca móvil puede ser aditiva o transformadora”. (p. 6)

Se dice que es aditiva porque la banca móvil se sustenta en los smartphones, los cuales son de uso masivo en todo el mundo, y por lo tanto representa un canal cómodo para los clientes y usuarios. Asimismo, es transformadora porque como ningún otro dispositivo, el smartphone es utilizado en los lugares más recónditos del mundo, razón por la cual es como una puerta de acceso al mundo, es decir, por las condiciones geográficas de distintos lugares del país, sería inviable técnica o económicamente implementar nuevas agencias, por lo que los smartphones representan el único acceso a los servicios bancarios.

Según el reporte de inclusión financiera de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, al 31 de diciembre del 2018 el sistema financiero peruano estaba compuesto por 60 empresas, las cuales tenían S/462 687 millones de soles en activos. Ello representaba unas 4697 oficinas a nivel

nacional, 26741 cajeros automáticos, unos 158948 cajeros corresponsales (POS) y unos 94 establecimientos de operaciones básicas (EOB).

De lo anterior, se puede apreciar que existen muchos canales de atención para poder acceder a los productos y servicios financieros, sin embargo, las variables cultura financiera y bancarización influyen en el uso de los canales no tradicionales. Tal es así, que a nivel nacional sólo el 38% de la población adulta tiene una cuenta bancaria. Eso demuestra un bajo nivel de bancarización en el país, lo cual se debe a las diferencias socioeconómicas, la falta de oportunidades los niveles de pobreza que existen actualmente.

BBVA Innovation Center (2012) mencionó los siguientes beneficios de la banca móvil:

- Migración de las transacciones del cliente al canal menos costoso.
- Complementa el modelo de banca centrada en el cliente.
- Puede ayudar a los bancos a generar nuevas propuestas de valor y fuentes de ingreso, como los pagos vía móvil, las ventas cruzadas y las ventas dirigidas.

2.1.2 Peligros de los canales no tradicionales

El uso de los canales no tradicionales como son: banca web, cajeros, banca móvil, entre otros; han generado preocupaciones en los clientes y usuarios debido a los múltiples casos de fraudes bancarios, robo de contraseñas, clonación de tarjetas, entre otros. El mundo del internet siempre ha tenido desafíos en cuanto a lograr ser un medio 100% seguro

para todos los internautas. Sin embargo, a pesar de los peligros y riesgos de internet, las entidades financieras han implementado diversos mecanismos de seguridad como: claves digitales, claves token, encriptado, reconocimiento dactilar, entre otros. Todo ello con la finalidad de transmitirles seguridad a todos los usuarios de los canales no tradicionales o de la banca digital.

BBVA Innovation Center (2012) expuso lo siguiente:

Según una reciente encuesta de KPMG sobre el uso de la banca móvil, la seguridad, adopción de tecnología, el coste y la regulación son los mayores desafíos a los que se enfrenta la banca móvil. Los dos primeros desafíos tienen que ver con la preocupación de los consumidores, mientras que los dos últimos se refieren al proveedor. (p. 18)

Los usuarios de la banca móvil necesitan garantías de que sus transacciones financieras mediante los smartphones son seguras y que ante cualquier eventualidad de pérdidas o robos sea la entidad bancaria quien asuma la responsabilidad y reponga los fondos al cliente o usuario de este canal no tradicional. Sin embargo, una de las soluciones ante este tipo de riesgos son los seguros de tarjeta, los cuales tienen un costo muy bajo y sirven de garantía en los casos de hurto, pérdida, robo y otros.

2.1.3 Inclusión financiera y bancarización

En América Latina el nivel de acceso a servicios financieros formales es relativamente bajo, esto debido a la informalidad de las economías y al

bajo nivel de cultura financiera de la población. La inclusión financiera según Ontiveros et al (2009) debe analizarse desde las siguientes dimensiones:

- Profundidad: esta dimensión hace referencia a la importancia que tiene la bancarización sobre la economía, ya que, de alguna manera, formaliza las transacciones financieras entre los ciudadanos permitiendo que el dinero se encuentre circulando en el sistema financiero. Muchos estudios sobre bancarización sólo se centran en la profundidad, siendo medida a través de los créditos o depósitos respecto del PBI.
- Cobertura: se refiere a la distribución de los servicios financieros en todo el territorio de un país, también denominada cobertura financiera, es decir, la disponibilidad de los canales bancarios en cada uno de los departamentos y ciudades del país. A pesar del crecimiento del sistema financiera, aún es bajo el nivel de cobertura de los servicios financieros, lo cual muchas veces se debe a los costos generados por la ubicación geográfica de algunas zonas del país.
- Intensidad de uso: se refiere a la cantidad de operaciones financieras realizadas por los usuarios de un país. Generalmente, se toma en cuenta el número de créditos otorgados como indicador de intensidad. Es importante que las personas de los distintos niveles socioeconómicos tengan acceso a los servicios financieros, pero más importante es que hagan uso de estos, los cuales muchas veces están disponibles, pero no se hace uso por las barreras de las tasas

de interés elevadas de algunas entidades financieras. Eso reduce las oportunidades de crecimiento y desarrollo de una población generando desigualdades y brechas sociales que postergan el progreso y el desarrollo económico de un país.

Ontiveros et al (2009) identificaron las siguientes barreras u obstáculos que impiden la inclusión financiera, y son:

- Limitaciones socio económicas: la desigualdad y la injusticia en la distribución de la riqueza en un país afecta el nivel de cultura financiera, lo cual a su vez influye negativamente en la demanda de servicios financieros.
- Limitaciones institucionales: la falta de un marco normativo y regulatoria del sector financiero no genera confianza y por ende ello impacta en el desarrollo de la oferta financiera. Otros factores son: inestabilidad política, la carga regulatoria, la corrupción, entre otros.
- Limitaciones técnicas: la geografía del país es un factor que impide el desarrollo de la cobertura financiera, así como también la dispersión poblacional (pequeñas comunidades) ya que las entidades financieras necesitan un mínimo de operaciones para que resulte factible la inauguración de nuevas oficinas y/o agencias bancarias. Los costos de mantenimiento de cuentas corrientes y de ahorros es otro factor de limita el desarrollo de la bancarización, así como las altas tasa de interés en los productos financieros activos.

2.1.4 Tipos de canales no tradicionales

Los canales no tradicionales para el bajo nivel de cultura financiera en el Perú son los siguientes:

- Cajeros automáticos: equipos electrónicos que permiten realizar operaciones básicas con efectivo, es decir, retiros, transferencias, consulta de saldos y movimientos, entre otros. Según la Asociación de Bancos del Perú (Asbanc), a junio de 2019, hubo 7424 cajeros automáticos (ATM) a nivel nacional. Los cuales son utilizados principalmente por la gente joven adulta que conoce el funcionamiento y operatividad del cajero, por el contrario, la población adulta mayor prefiere seguir siendo atendido por las ventanillas de las oficinas bancarias ya que les genera mayor confianza.
- Cajeros corresponsales: son aquellos dispositivos instalados en los negocios pequeños (tiendas, bodegas, restaurantes, boticas, mercados, entre otros) los cuales permiten realizar diversas operaciones comunes sin necesidad de visitar una agencia bancaria. Comúnmente, son llamados agentes, los mismos que se han sido implementados por la mayoría de los bancos para descentralizar sus operaciones a la vez que disminuyen los costos operativos. Según Asbanc, en junio de 2019 hubo 81557 cajeros corresponsales (agentes) a nivel nacional.
- Banca celular: el uso de los smartphones para la realización de operaciones bancarias se ha vuelto algo masivo a nivel nacional, tal es así que el uso de este canal se ha vuelto popular ya que el cliente

o usuario a través de un aplicativo puede realizar transacciones vía web afectando directamente su cuenta de ahorros o de crédito, lo cual agiliza dichas operaciones ya que no tienen restricción de tiempo ni espacio.

2.1.5 Banca digital

La banca digital es un nuevo modelo de banca que atiende las necesidades modernas de los nuevos clientes, los cuales prefieren bancos virtuales que les brinden acceso en tiempo real y de forma virtual. Las largas colas en los bancos son cosa del pasado en los países modernos, ya que el uso masivo de las tecnologías ha vuelto una necesidad que todos los servicios, cualquiera sea su tipo, se pueda acceder a través de un smartphone. Noboa (2017) al respecto menciona: “El modelo tradicional de banca es obsoleto en países desarrollados. Está diseñado para satisfacer las necesidades de un cliente que ya no existe, basado en un modelo económico que rápidamente desaparece”. (p. 1)

Hoy en día la tecnología ofrece todas las herramientas necesarias para poder digitalizar cada una de las operaciones brindadas en una agencia u oficina bancaria. Además, utilizar la tecnología hace más barato y eficiente todo el proceso. Por ello, el modelo de banco moderno debe estar orientado hacia la digitalización de todos los procesos de tal manera que cualquier persona pueda tener al banco en sus manos (smartphone).

Al final, las agencias y oficinas tendrán que ir reduciéndose dramáticamente para dar paso a la transformación digital bancaria, la cual prescinde de infraestructura física, es decir, que no necesita de ambientes

o sucursales bancarias. Sin embargo, éstas no desaparecerán del todo ya que su función cambiará, ya que dejarán de ser transaccionales y pasarán a ser de asesoría y orientación. Esto quiere decir, que el personal de las oficinas bancarias se dedicará a asesorar financieramente a los clientes para una adecuada toma de decisiones ya sea de inversión o financiamiento. Esa será la razón de ser de las oficinas bancarias en el futuro.

Asimismo, hay que considerar un fenómeno que está obligando a los bancos a convertirse en digitales, estas son los startups denominadas Fintech (Financial Technology). Las Fintech están ofreciendo alternativas que sin lugar a duda harán que desaparezca la banca tradicional.

Noya (2016) mencionó que:

Los principales culpables de la transformación digital que va a cambiar por completo el panorama del sector bancario son miles de ‘startups’ que están desafiando todos y cada uno de los múltiples productos y servicios que un banco puede ofrecer. Estos startups forman el denominado sector “fintech”, y están protagonizando un apasionante desafío al poder establecido de la banca. (p. 25)

La ventaja de las fintech es que han entrado al mercado de forma masiva y enfocándose en productos o servicios bancarios específicos. Han realizado una propuesta de valor que está por encima de todo lo que un banco tradicional puede ofrecer. Se pueden encontrar fintechs para: financiación alternativa, pagos digitales, gestión de inversiones,

criptomonedas y neobancos. Asimismo, los desarrolladores de fintech cuentan con inversionistas que ofrecen capital ángel (capital semilla) para poder desarrollar sus proyectos a cambio de una participación de los ingresos a obtener en caso logre el éxito en el mercado.

Las fintech ofrecen transacciones más baratas, seguras, inmediatas y user – friendly (amigables). Esto ha permitido que los grandes bancos se vean amenazados por la velocidad con la que han conquistado varios sectores del mercado. Quizás en un futuro puedan reemplazar a los bancos tal y como los conocemos hoy en día. Al respecto Noya (2016) mencionó:

El sector de las finanzas alternativas ha sido uno de los más dinámicos, y también el que ha recibido, quizá, mayor repercusión en los medios de comunicación, ya que compite con la banca en el negocio original y central de la misma: el de la intermediación, otorgando préstamos y captando depósitos a cambio de una rentabilidad. (p. 27)

2.1.6 Legislación sobre los canales no tradicionales

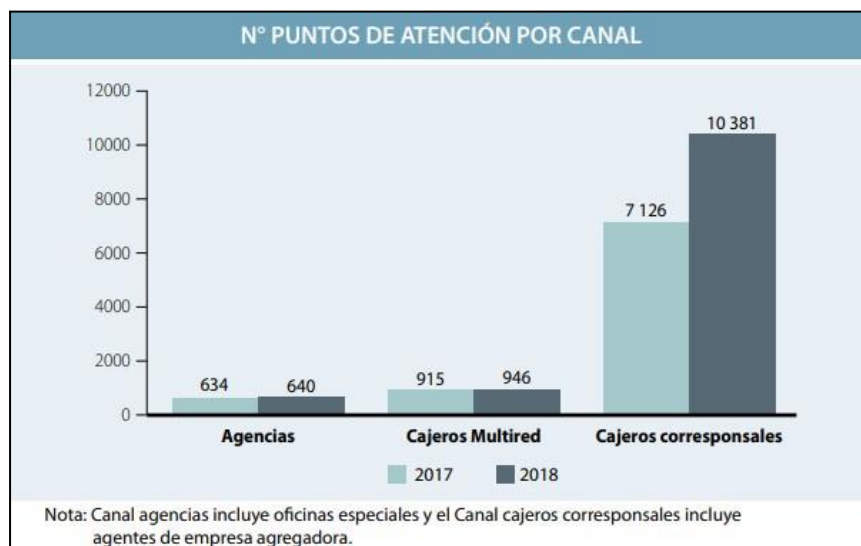
Uno de los objetivos del nuevo milenio es la inclusión financiera como medida de justicia social y nuevas oportunidades para los ciudadanos del Perú. Todos deben poder acceder a los servicios financieros sin limitación alguna. Para fortalecer ello, mediante la Resolución N° 6285 – 2013, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP's aprueban el reglamento de apertura, conversión, traslado o cierre de oficinas, uso de locales compartidos, *cajeros automáticos* y *cajeros corresponsales*. Dicha norma indica lo siguiente:

Numeral 3. Cajeros Corresponsales

Son puntos de atención que funcionan en establecimientos fijos o móviles, pertenecientes a un operador. Se considera operador de cajeros corresponsales a la persona natural o jurídica, diferente de las empresas que integran el sistema financiero, que opera los cajeros corresponsales. Se considera agregador de operadores de cajeros corresponsales a la persona jurídica cuyo objeto principal consiste en afiliar y administrar operadores de cajeros corresponsales.

Ello sin lugar a duda permitió que los cajeros corresponsales se desplegaran a nivel nacional, los cuales fueron llamados agentes multired. El Banco de la Nación actualmente tiene a nivel nacional 15866 agentes multired distribuidos en todas las provincias y distritos del país.

Figura 1.

Evolución de los canales de atención

Fuente: Memoria Anual 2018 del Banco de la Nación

De la Figura 1, se puede notar claramente que la estrategia del Banco de la Nación es fortalecer los canales no tradicionales como son los cajeros automáticos y los cajeros corresponsales, siendo estos últimos quienes mayor prioridad han tenido considerando el bajo costo de implementación y mantenimiento, aparte de que permite que los pequeños negocios puedan desarrollarse económicamente.

Asimismo, en enero de 2013 se aprobó la Ley N° 29985, “Ley que regula las características básicas del dinero electrónico, como instrumento de inclusión financiera”, la cual permitió desarrollar nuevos canales de atención como son: teléfonos, smartphones, tabletas, computadoras, entre otros. Esto benefició a muchas personas en los distritos más alejados en vista que el acceso a los servicios financieros podía realizarse de forma virtual dejando de ser necesarias las agencias y oficinas físicas.

El Banco de la Nación aprovechó esta nueva normativa para implementar los canales: Banca SMS, Banca App, Banca Web y Págalo.pe.

- Banca SMS: este servicio permitía realizar consultas, transferencias y pagos a través de celulares de baja gama utilizando los servicios de SMS. Tal es así que marcando desde cualquier celular el código *551# se puede acceder a operaciones como: consulta de saldos, consulta de movimientos, transferencias, giros, pago de celulares, entre otros. Este gran avance permitió que muchos usuarios de cuentas de ahorros puedan realizar operaciones tan comunes como ver su saldo o hacer transferencias menores.
- Banca APP: gracias al avance y desarrollo de los dispositivos móviles, el Banco de la Nación también desarrollo su aplicación para smartphones, la cual está disponible en Google Play Store y Apple Store. Esta aplicación de corte moderno permite realizar operaciones como: consulta de saldos y movimientos, consulta de cuenta CTS, consulta y ampliación de Préstamos Multired, transferencias mismo banco, transferencias interbancarias inmediatas, pago de tarjeta de crédito de otros bancos inmediato, pagos varios y recargas telefónicas, retiro sin tarjeta, entre otras.
- Banca Web: los clientes del banco de la nación, es decir, aquellos que poseen una cuenta de ahorros y una tarjeta multired pueden acceder a la intranet del banco, desde donde pueden realizar diversas operaciones, incluso muchas más que a través de los dos

canales anteriores. Esto ha permitido democratizar el acceso a los servicios del banco, ya que desde cualquier lugar los clientes pueden realizar de transparente y segura sus operaciones financieras.

- Págalo.pe: esta es la última plataforma lanzada por el banco destinada para todos aquellos ciudadanos que no son clientes del Banco de la Nación y que por ende no tienen una cuenta de ahorros en dicha entidad bancaria. Págalo.pe es una aplicación disponible en Google Play Store y Apple Store, desde la cual se pueden realizar operaciones de pago de tasas de diferentes entidades públicas. La fortaleza de Págalo.pe es que se puede pagar con tarjetas Visa, Mastercard o American Express de cualquier entidad financiera (no necesariamente tarjetas del Banco de la Nación).

2.1.7 Indicadores de uso de canales no tradicionales

Los canales no tradicionales poco a poco vienen teniendo mayor aceptación de los usuarios financieros, toda vez que presentan ventajas importantes en cuanto a tiempo, economía y practicidad. Asimismo, los canales no tradicionales se basan en el uso de nuevas tecnologías, es decir, forman parte de la banca electrónica o digital.

Muñoz (2011) mencionó que la banca electrónica opera: “por medios electrónicos como puede ser cajeros automáticos, teléfono y otras redes de comunicación. Tradicionalmente, este término ha sido atribuido a la banca por Internet o banca online, pero conviene aclarar su significado”. (p. 142)

El Comité de Basilea para la Supervisión Bancaria Basilea (1998) expuso que la banca electrónica se orienta a: “consumidores por medio de canales electrónicos. Estos productos y servicios pueden incluir la recepción de depósitos, préstamos, manejo de cuentas, asesoría financiera, pago electrónico de facturas y el suministro de otros productos y servicios de pago electrónico”. (p. 15)

Por lo antes referido, para medir objetivamente la variable uso de canales no tradicionales se consideraron los siguientes indicadores en función de lo expuesto en los párrafos anteriores:

- **Uso de Banca Celular:** este indicador mide la cantidad de operaciones realizadas a través de la banca celular el Banco de la Nación, el mismo que se puso a disposición de los clientes para realizar las operaciones más cotidianas como pueden ser: consulta de saldos, transferencias, giros y pago de servicios de telefonía.
- **Uso de Agentes Multired:** a través de este indicador se mide la cantidad de operaciones realizadas en los agentes multired instalados en todo el distrito de Pocollay, los mismos que ponen a disposición de la población más de 30 operaciones bancarias. Este canal funciona gracias a un equipo POS con chip telefónico que le permite acceder a la red privada del Banco de la Nación.
- **Uso de Cajero Automático:** a través de este indicador se mide la cantidad de operaciones realizadas en el cajero automático, el mismo que principalmente se orienta a operaciones de retiro de efectivo, aunque también sirve para consulta de saldos y cobro de

giros bancarios. Con el paso de los años, este tipo de canal de atención ha tomado mayor protagonismo, ya que se han ido incrementando la cantidad de operaciones disponibles en el mismo. La banca toma como propuesta la descentralización de operaciones con efectivo con este tipo de canales, ayudando a incrementar los niveles de bancarización y utilización del banco.

2.3 VOLUMEN DE OPERACIONES

2.3.1 Concepto

El volumen de operaciones es la cantidad total de transacciones realizadas por una entidad financiera durante un periodo determinado a través de cada uno de sus canales de atención en una zona o región establecida. Generalmente, la mayor cantidad de operaciones se realizaban en las oficinas bancarias, sin embargo, esto viene cambiando durante los últimos años debido a la implementación de nuevos canales basados en la tecnología emergente de los smartphones.

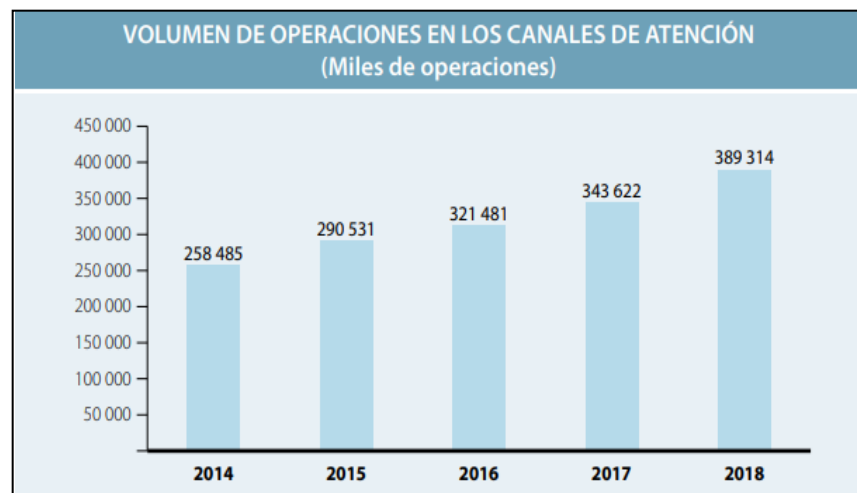
Los canales físicos a través de los cuales el Banco de la Nación atiende a sus millones de clientes son: agencias, cajeros automáticos y cajeros corresponsales. No cabe duda alguna que el Banco de la Nación es la única entidad financiera que está presente en cada uno de los distritos y provincias del Perú. De acuerdo con el Plan Operativo 2019, el área de influencia del banco abarca a 1489 de 1874 distritos a nivel nacional, de los cuales, en 482 se tienen agencias y oficinas especiales, en 268 se tienen cajeros automáticos y en 1453 se tienen agentes multired, todo ello representa una cobertura del 80% aproximadamente a nivel nacional.

Para el presente año 2019, según el Plan Operativo 2019 del Banco de la Nación, se esperan realizar más de 170 millones de operaciones a nivel nacional. Siendo el servicio de pagaduría (remuneraciones, pensiones, programas sociales, entre otros) el que ocupa el mayor porcentaje del total, ya que aproximadamente son 37 millones de operaciones cada cuatrimestre.

Es preciso señalar que lo anterior son proyecciones o metas que cumplir para el periodo 2019. Sin embargo, los resultados del 2018 indican un mayor volumen de operaciones tal y como se aprecia a continuación:

Figura 2.

Volumen de operaciones 2014 – 2018



Fuente: Memoria Anual 2018 del Banco de la Nación

De la Figura 2, se puede observar que la tendencia del volumen de operaciones es creciente y sostenida a través de los años 2014 al 2018, lo cual se debe principalmente a la política de cobertura nacional que tiene

el banco y que es una de sus principales razones de creación, es decir, ser el banco al alcance de todos los peruanos.

Es importante señalar que las operaciones en los canales alternativos han mostrado un crecimiento mayor, ya que en el 2014 representaban el 53% y en el 2018 han representado el 72.10% del total de transacciones. Dichos resultados demuestran que las personas demandan de más canales alternativos ya que generan mayor velocidad y practicidad, lo cual no sucede en las oficinas que a menudo se encuentran con colas interminables, especialmente en las fechas de pago de remuneraciones y pensiones al personal del sector público.

Las operaciones realizadas en cada canal de atención pueden verse en el siguiente gráfico:

Figura 3.

Volumen de operaciones por canal de atención

PARTICIPACIÓN DEL VOLUMEN DE OPERACIONES POR CANALES DE ATENCIÓN					
	2014	2015	2016	2017	2018
Agencia	47.0%	41.8%	37.2%	33.8%	27.9%
Cajeros Multired	29.5%	28.5%	25.3%	22.9%	20.3%
Agente Multired	10.2%	13.2%	18.0%	20.0%	19.8%
Banca Celular	0.9%	5.3%	8.3%	11.8%	14.3%
Internet	6.6%	5.6%	5.4%	5.4%	4.8%
POS	5.7%	5.7%	5.8%	6.2%	6.5%
Otros Canales	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.4%

Fuente: Memoria Anual 2018 del Banco de la Nación

De la figura 3, se puede apreciar que el volumen de operaciones en agencias viene disminuyendo paulatinamente año tras año, contrariamente a lo que sucede con los canales alternativos como: agente

multired, banca celular, internet, POS y otros. El crecimiento del volumen de operaciones de los canales alternos permitirá que las agencias se descongestionen permitiendo una atención rápida y oportuna. En ese sentido, es necesario seguir implementando nuevos agentes multired y educar al público en el uso de los canales web y banca celular.

2.3.2 Líneas de negocio

En el Plan Operativo 2019 del Banco de la Nación se consideran las siguientes líneas de negocio:

- Negociación y ventas: ingresos generados principalmente por la realización de operaciones de tesorería, compra y venta de títulos, monedas y commodities por cuenta propia, entre otras actividades de naturaleza similar.
- Banca minorista: servicio orientado al financiamiento a clientes minoristas incluyendo tarjetas de crédito, préstamo hipotecario, entre otros.
- Banca comercial: financiamiento a clientes no minoristas a través de servicios como: factoring, descuento, arrendamiento financiero, entre otros.
- Liquidación y pagos: actividades relacionadas con pagos y cobranzas, transferencia interbancaria de fondos, compensaciones y liquidación, entre otras actividades de naturaleza similar.

- Otros servicios: servicios de custodia, fideicomisos, comisiones de confianza y otros servicios.

2.3.3 Servicios del Banco de la Nación

En la Memoria Anual 2018 del Banco de la Nación se indica lo siguiente:

El Banco de la Nación tiene como objetivo estratégico mejorar continuamente la calidad de los servicios que se prestan a los ciudadanos. Por ello, durante el año 2018 implementó mejoras en el diseño y características de los productos y servicios que brinda con la finalidad de cubrir las necesidades del público que acude al Banco, haciendo énfasis en aquellos productos y servicios que no son ofrecidos por la banca múltiple y centrando sus esfuerzos en la atención de sectores vulnerables de la población.

El Banco de la Nación al ser una entidad de carácter público, tiene como fin social fomentar la inclusión financiera, ofreciendo los servicios y productos bancarios que ninguna otra entidad bancaria privada podría ofertar por no ser viable económicamente. Por eso se le denomina el banco de todos los peruanos, ya que su misión es llevar sus servicios hasta la provincia más alejada del Perú, procurando que cada ciudadano tenga las mismas oportunidades de acceder a un préstamo o a una tarjeta multired.

El Banco de la Nación tiene los siguientes servicios en cada uno de sus canales de atención:

- Servicio de pagaduría: este servicio permite el pago de remuneraciones del personal que labora en el sector público, dichos pagos los realiza en cuentas de ahorros que puede abrir cualquier trabajador del sector público. En el 2018 se realizaron 13.7 millones de abonos de pagos a las cuentas de ahorros de los cuenta habientes del sector público.
- Programas sociales: el Banco de la Nación es un aliado en cuanto a fortalecer las acciones de inclusión social a través del pago de transferencias monetarias a todos aquellos ciudadanos de los programas sociales como: Pensión 65, Programa Juntos y Contigo. Durante el 2018 se beneficiaron a más de un millón de ciudadanos en todo el Perú.
- Fondo de inclusión social energético (FISE): este fondo pertenece a las medidas de inclusión social desarrolladas por el Estado, el cual consiste en expandir la red energética en los sectores más vulnerables de la población. Durante el 2018 se atendió a más de nueve millones de beneficiarios a nivel nacional.
- Pago de tasas y servicios públicos: este servicio permite que los ciudadanos puedan pagar las tasas administrativas de cualquier entidad pública, ya que el Banco de la Nación es el principal recaudador de las entidades públicas como: Reniec, Ositran, Poder Judicial, Mintra, etc. Durante el 2018 se realizaron 43 millones de operaciones de pago de tasas y servicios públicos, correspondiendo el 61% a pago de tasas.

- Recaudación Sunat: es el servicio de recaudación de tributos a nivel nacional que se realiza por encargo de Sunat. Para ello los clientes deben portar su PDT o formulario físico. Durante el 2018 se realizaron 15.9 millones de operaciones de este tipo.
- Servicio de corresponsalía: permite realizar el servicio de cobro por encargo o recaudación de terceros, los cuales pueden ser otras entidades del sistema financiero en vista de la presencia del banco a nivel nacional. Durante el 2018 se realizaron cinco millones de operaciones de este tipo.
- Giros: este servicio permite enviar dinero sin necesidad de contar con una cuenta de ahorros o ser cliente del Banco de la Nación. Muchas veces se requiere enviar dinero a una persona que se encuentra en una zona o distrito alejado, en estos casos el Banco de la Nación actúa como intermediario para poder realizar el envío de dinero. En el 2018 se realizaron más seis millones de giros a nivel nacional.
- Préstamos personales: dicho servicio permite que los trabajadores activos y pensionistas del sector público puedan acceder al crédito bancario. Según el tipo de crédito se clasifican en: préstamo multired, crédito hipotecario y tarjeta de crédito. Durante el 2018 se colocaron créditos por un monto total de casi 6 mil millones de soles.

Banca seguros: este servicio se realiza en convenio con las compañías de seguro promoviendo de esta manera a cultura de prevención cautelando los bienes y activos de los clientes. Dichos seguros pueden: seguro cuota protegida, seguro de protección de tarjeta de débito, seguro oncológico,

seguro de sepelio, entre otros. Durante el 2018 se colocaron casi 800 mil seguros a nivel nacional.

2.3.4 Servicios del Banco de la Nación

El Banco de la Nación es conocido por sus interminables colas, las cuales generan molestia e incomodidad en los usuarios que hacen uso de sus servicios de pagaduría. Ello encaminó a proponer nuevas políticas para reducir el hacinamiento en las oficinas y agencias a nivel nacional. Una de las políticas fue la implementación de los agentes bancarios, los cuales han resultado ser una gran medida en vista que han logrado descongestionar muchas oficinas a nivel nacional.

Mas y Siedek (2008) mencionan que los agentes bancarios tienen las funciones estratégicas siguientes:

- Descongestión de sucursales: permite disminuir la cantidad de personas que visitan las agencias ya que se atienden en los agentes bancarios los cuales brindan beneficios como rapidez, comodidad y cercanía.

- Orientación hacia un nuevo segmento de clientes: este canal podría ayudar al banco a identificar nuevos segmentos de clientes de bajos recursos, los cuales no hubieran podido ser identificados de no ser por los agentes bancarios.

- Ampliación de la cobertura geográfica: los agentes bancarios pueden ser considerados como alternativas de agencias o sucursales, ya que por diversas razones hay distritos que no cuentan con oficinas bancarias debido al costo de su implementación, sin embargo, los agentes permiten una presencia bancaria sin necesidad de generar gastos excesivos.

2.3.5 Indicadores de volumen de operaciones

Krugman y Wells (2007) mencionó que una entidad financiera es: “Una entidad que transforma los fondos que recibe de un gran número de individuos en activos financieros. Los intermediarios financieros más importantes son los fondos de inversión los fondos de pensiones las compañías aseguradoras y las entidades bancarias”. (p. 226)

El Banco de la Nación (2018) tiene: “el propósito de brindar servicios financieros a más peruanos realiza la implementación progresiva de canales de atención que permitan satisfacer la demanda bancaria insatisfecha” (p. 75). La estrategia del Banco de la Nación se basa en incrementar su presencia a nivel nacional, evaluando las condiciones territoriales y de conectividad de las zonas más alejadas para poder implementar los canales más adecuados como agencias, agentes multired o cajeros automáticos.

En ese sentido, para medir objetivamente la variable volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay se tomó en cuenta los siguientes indicadores:

- **Operaciones de retiros:** este indicador mide la cantidad de operaciones de retiros realizados en las ventanillas con la tarjeta multired que se otorga a los clientes. Los retiros dentro de la agencia no tienen límite y se realizan previa identificación del titular de la tarjeta.
- **Operaciones de depósitos:** este indicador mide la cantidad de depósito en cuentas de ahorros realizados en las ventanillas. Los depósitos se encuentran afectos al ITF que es el 0.05% del monto depositado.
- **Operaciones de pago de servicios:** este indicador mide la cantidad de pagos de servicios, siendo los servicios de telefonía y cable los principales. En la experiencia que se tiene en cuanto a la administración bancaria, ésta toma como oportunidad la realización de convenios con distintas instituciones que tienen la necesidad de recaudar fondos a usuarios, otorgando la responsabilidad de tal acto a la entidad financiera, generando flujos de efectivo como ingresos para el banco por parte de las comisiones que cobra, y simplificando también gastos para la entidad por efectos de traslados de fondos, habilitación de unidades de cobro, seguridad, entre otros.

2.4 DEFINICIÓN DE CONCEPTOS

Banca Móvil (m – banking)

La banca móvil es: “el acceso a través de un dispositivo móvil a servicios financieros prestados sobre un almacén de valor bancario, como una cuenta corriente o una cuenta de ahorro”. (Ontiveros, Enríquez, Fernández, Rodríguez, & López, 2009)

Banca por ordenador

Castillo et al (2019) lo definen como: “Servicios bancarios accesibles a los consumidores a través de una conexión por internet a un centro de computación de la entidad financiera, con el objetivo de realizar operaciones financieras, recibir y pagar cuentas, etc”. (p. 33)

Bancarización

Ontiveros et al (2009) mencionaron que la bancarización es: “Formación de relaciones estables y amplias entre las instituciones financieras y sus usuarios, respecto de un conjunto de servicios financieros disponibles”. (p. 10)

Dinero bancario

El dinero bancario es: “Valor creado por los bancos privados mediante las anotaciones en las cuentas de los clientes de los créditos suscritos y de otros compromisos de pago, con un respaldo en dinero interno (legal) en cuantía sujeta a la regulación bancaria de cada país”. (Ontiveros, Enríquez, Fernández, Rodríguez, & López, 2009)

Dispositivo ATM (Cajero Automático)

Castillo et al (2019) lo definen como: “Terminales electrónicas que proveen las instituciones financieras y otras empresas que permiten a los consumidores retirar efectivo de sus cuentas bancarias, imponer depósitos, consular saldos y movimientos y realizar transferencias de fondos”. (p. 33)

Remesas

Una remesa es: “Transferencias de dinero de los trabajadores emigrantes a su país de origen. También pueden incluir los emigrantes de poblaciones rurales a las ciudades dentro de un mismo país”. (Ontiveros, Enríquez, Fernández, Rodríguez, & López, 2009)

Tarjeta Smart

Castillo et al (2019) explican que la Tarjeta Smart: “... incorpora uno o más chips, lo que permite la capacidad de almacenar datos, realizar cálculos o procesar propósitos especiales, como la validación de los números de identificación, autorizar gastos, verificar los movimientos y los saldos de cuentas y emitir informes personales”.(p. 35)

Inclusión Financiera

Superintendencia de Banca y Seguros (2020) lo define como: En el Perú, la Inclusión Financiera se define como el “acceso y uso de los servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población”.

Canales Electrónicos

Banco de Bogotá (2020) lo define como: “Son las opciones que te ofrece el banco para que los usuarios puedan realizar transacciones o tener información de sus productos sin necesidad de desplazarse a una oficina. Dentro de las opciones que puedes encontrar están el portal web del banco, las aplicaciones móviles, portal telefónico, entre otros canales”.

Riesgo Operativo

“El riesgo operativo se define como el riesgo de pérdida debido a la inadecuación o a fallos de los procesos, el personal y los sistemas internos o bien a causa de acontecimientos externos”. (Jose Ignacio Llaguno Musons, 2005)

Operaciones Activas

Esan (2018) explica que “las operaciones activas comprenden las distintas modalidades de crédito, clasificadas por créditos directos e indirectos. Los primeros son aquellos en los que el banco desembolsa dinero al cliente y, en consecuencia, le cobra una tasa de interés. Mediante los créditos indirectos, en cambio, el banco garantiza al cliente ante un tercero y por tanto le cobra una comisión”.

Operaciones Pasivas

Superintendencia de Banca y Seguros (2017) lo define: “Son todas las operaciones que realizan las entidades financieras con el fin de captar recursos económicos de los agentes económicos superavitarios, sean estos personas naturales o jurídicas (empresas). En contraprestación la entidad les ofrece un pago (tasa de interés pasiva) que varía de acuerdo con la entidad”.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1 HIPÓTESIS

3.1.1 Hipótesis General

El uso de los canales no tradicionales se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

3.1.2 Hipótesis Específicas

- El uso de banca celular se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

- El uso de los agentes multired se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

- El uso del cajero automático se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

3.2 VARIABLES

3.2.1 Variable Asociada

3.2.1.1 Denominación de la Variable

Uso de los canales no tradicionales

3.2.1.2 Indicadores

- Uso de banca celular
- Uso de agentes multired
- Uso de cajero automático

3.2.1.3 Escala para la Medición

Numérica (Ratio – Discreta)

3.2.2 Variable de Supervisión

3.2.2.1 Denominación de la Variable

Volumen de operaciones

3.2.2.2 Indicadores

- Operaciones de retiros
- Operaciones de depósitos
- Operaciones de pago de servicios

3.2.2.3 Escala para la medición

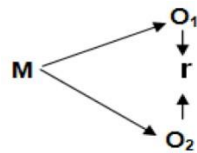
Numérica (Ratio – Discreta)

3.3 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

- Por su finalidad: Investigación Pura, porque se utiliza conocimientos teóricos para generar nuevo conocimiento.
- Por su orientación temporal: Longitudinal, porque el estudio se realizará en más de un periodo.
- Por el contexto en que se realiza: De campo, porque se observa el fenómeno en el ambiente natural.
- Por la naturaleza de la fuente: Empírica, porque se estudian las características del mundo real a través de la observación y la medición.
- Por el control de las variables: No Experimental, porque estudia los hechos tal y como suceden en la realidad, sin intervenir en ellos.
- Por su carácter: Cuantitativa, porque se utilizarán instrumentos de medición, es decir, la información es cuantificable numéricamente.

- Por el nivel de conocimiento: Correlacional, porque busca la asociación entre factores.

El diseño de la investigación es No Experimental Descriptivo - Correlacional



Dónde:

M: Muestra

O₁: Observación de la Variable Independiente

O₂: Observación de la Variable Dependiente

r: Correlación entre dichas variables

3.4 NIVEL DE LA INVESTIGACIÓN

El nivel de la presente investigación fue relacional ya que se busca conocer el nivel de relación de una variable asociada (Uso de los canales no tradicionales) con una variable de supervisión (Volumen de operaciones). Como el objetivo es encontrar la relación de una variable con otra, a este tipo de estudios se les denomina relacionales.

3.5 ÁMBITO Y TIEMPO SOCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

Es de ámbito distrital ya que se evaluarán las operaciones realizadas en la Agencia 3 Pocollay y en todos sus canales de atención durante el periodo 2018 - 2019.

3.6 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.6.1 Unidad de Estudio

Según Supo (2016, p. 4) la define como: “Es la unidad de la cual se necesita información, es el individuo o conjunto de individuos de donde se obtiene el dato; la unidad de estudio corresponde a la entidad que va a ser objeto de medición y se refiere al qué o quién es sujeto de interés en una investigación”.

Es posible que la obtención de dicha información pueda requerir pasos intermedios. La unidad de estudio es única en un trabajo de investigación. Para el presente trabajo de investigación, la unidad de estudio fue cada operación o transacción con código de agencia 094 correspondiente a la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación.

3.6.2 Población

Para Bernal (2006), la población es el conjunto de elementos o individuos que poseen características en común o similares y sobre los cuales se desea hacer inferencias. Es decir, la población viene a ser el total de elementos que sirven de referencia para verificar las hipótesis.

La población para el presente trabajo de investigación estuvo constituida por todas las transacciones realizadas mensualmente en la agencia, cajero, agentes multired o banca celular del distrito de Pocollay, los cuales corresponden a la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación.

Para poder obtener la información, se hizo uso del sistema de gestión de datos denominado Smart, el cual es usado por el Banco de la Nación para hacer seguimiento a las metas asignadas a cada una de las agencias a nivel nacional.

Canal de Atención	Promedio Transacciones mensual
Agencia Pocollay	15,506
Cajero Automático	7,657
Agentes Multired	5,154
Banca Celular	2,528
Total	30,845

3.6.3 Muestra

Bernal (2006, p. 161) define la muestra como: “la parte de la población que se selecciona, de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la medición y la observación de las variables objeto de estudio”.

Para la presente investigación se utilizó el censo, ya que se recogió información de toda la población. Los criterios de inclusión fueron los siguientes:

- Código de operación 094 – Pocollay.
- Operaciones realizadas en agentes multired, cajero automático y banca celular de clientes con cuentas de ahorros 094.

3.7 PROCEDIMIENTO, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

3.7.1 Procedimiento

La recolección de la información se hará a través del Banco de la Nación, para lo cual se remitirá un documento solicitando los datos de la investigación invocando como fundamento la Ley N° 27806, Ley de Transparencia y acceso a la información pública.

3.7.2 Técnicas

Para la presente investigación, se utilizó la técnica de observación y análisis documental para obtener información objetiva acerca de las variables a investigar y que serán procesadas mediante herramientas informáticas.

3.7.3 Instrumentos

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el instrumento guía de análisis documental, los mismos que se procesaron en registros de Excel previa depuración de datos de ser necesario.

CAPÍTULO IV

4. LOS RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo se llevó a cabo realizando visitas a algunos agentes multired del distrito de Pocollay los cuales vienen operando arduamente en sus operaciones diarias, ya que la comisión que obtienen está directamente relacionada con la cantidad de operaciones mensuales. Asimismo, se coordinó con el personal de la Agencia 3 Pocollay para que tengan conocimiento del trabajo a realizar y que los resultados obtenidos serían compartidos para tomar decisiones que ayuden a alcanzar los objetivos de la entidad.

4.2 DISEÑO DE LA PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

La información se procesó a través del programa SPSS Versión 24 en lo concerniente al tratamiento estadístico. Las tablas y figuras elaboradas en SPSS se trasladaron posteriormente a Microsoft Word.

La presentación de la información se dio a través de tablas y figuras estadísticas, luego del procesamiento de ésta, se hizo una presentación escrita tabular y gráfica para la discusión y análisis de los resultados.

4.3 RESULTADOS

De la información recolectada se tienen los siguientes resultados:

Variable: Volumen de operaciones

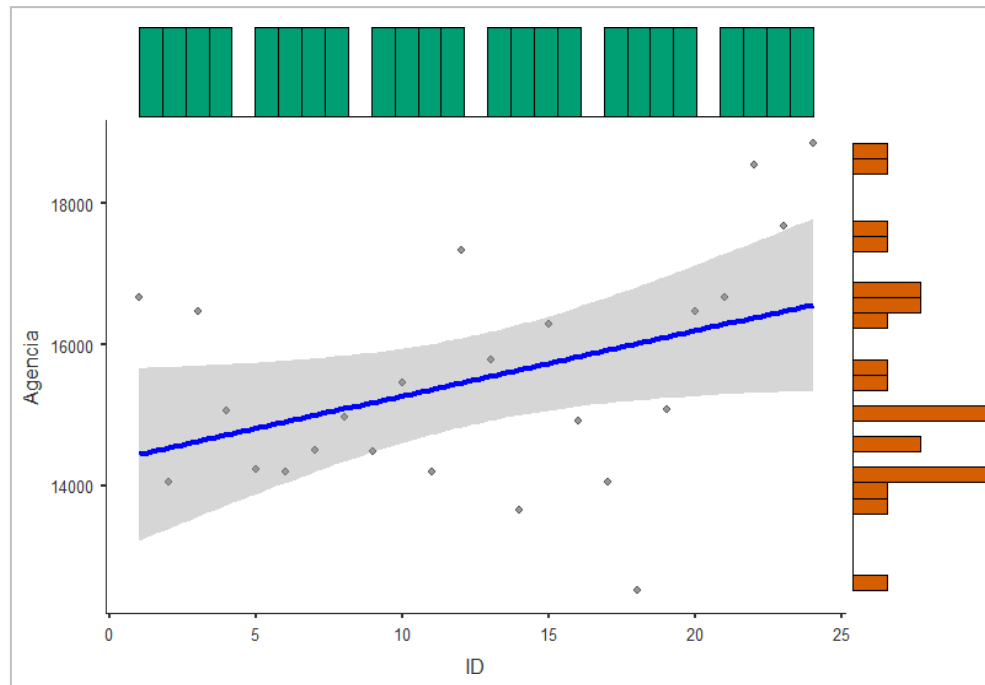
Tabla 1

Descriptivos de la variable asociada y sus indicadores

	Agencia	Retiros	Depósitos	Pago de servicios
Mean	15506	3877	2481	1085
Median	15065	3767	2411	1055
Standard deviation	1594	398	255	112
Variance	2.54e+6	158695	65046	12474
Minimum	12518	3130	2003	876
Maximum	18850	4713	3016	1320
Skewness	0.459	0.460	0.459	0.459
Kurtosis	-0.274	-0.274	-0.276	-0.275
Std. error kurtosis	0.918	0.918	0.918	0.918
Shapiro-Wilk W	0.959	0.959	0.959	0.960
Shapiro-Wilk p	0.426	0.426	0.428	0.431

Según se observa en la Tabla 1, los datos mensuales tienen una desviación estándar de la variable volumen de operaciones en agencia y sus tres indicadores es considerable, lo cual denota que existe mucha variabilidad en los datos, que se podría explicar por el crecimiento en el número de operaciones que se ha dado desde enero del 2018 a diciembre de 2019. Asimismo, se puede verificar que la variable analizada y sus indicadores presentan normalidad ya que el p-valor es mayor que 0.05. Utilizando la prueba de Shapiro Wilk ya que la muestra recogida se ajusta a lo necesario.

Figura 4
Cantidad de operaciones realizadas en la oficina

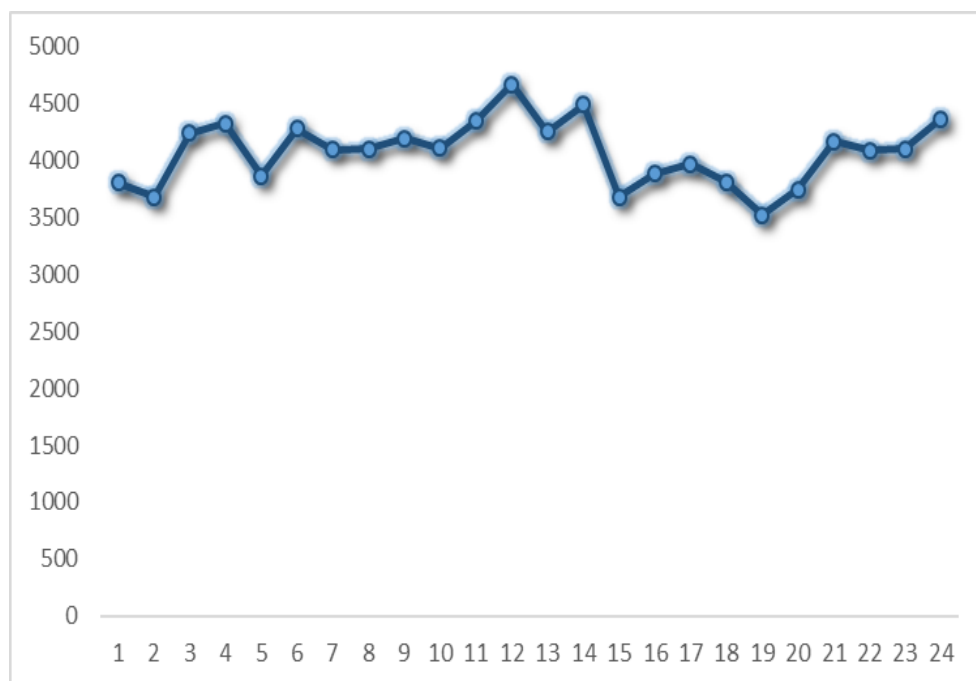


Según se observa en la Figura 4, el nivel de las operaciones en la Agencia 3 Pocollay ha venido incrementándose con ciertas caídas por un tema de estacionalidad debido a la temporada de verano en donde las operaciones disminuyen por la menor afluencia de público. Sin embargo, este panorama es contrario al que se espera, porque la nueva política de la alta dirección del Banco de la Nación es disminuir en lo posible la cantidad de operaciones realizadas en las ventanillas, debiendo educar a los clientes y usuarios a utilizar los canales no tradicionales.

Las oficinas del Banco de la Nación en el futuro serán centros de orientación y asesoría financiera, derivando todas las operaciones comunes a los canales no

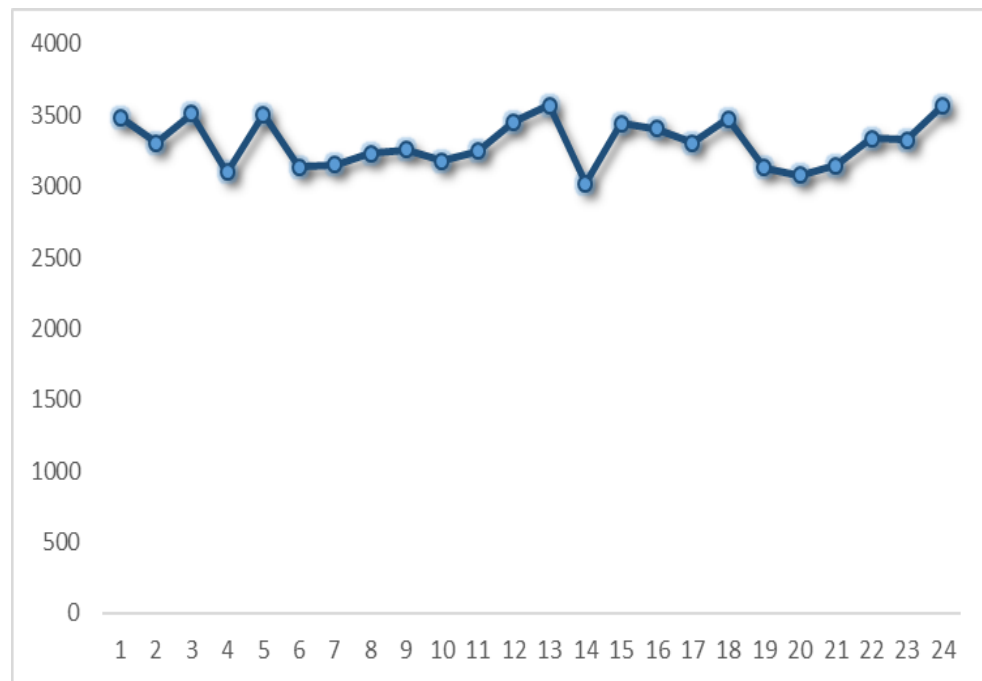
tradicionales que en el futuro serán en realidad los canales tradicionales, ya que la nueva realidad y el avance de la tecnología lo hacen posible.

Figura 5
Cantidad de operaciones de retiro



Según se observa en la Figura 5, la cantidad de operaciones de retiro de cuentas de ahorros se han mantenido ciertamente estables salvo en los últimos meses, en los cuales se ve un ligero crecimiento. Asimismo, es claro mencionar que los clientes tienen a disposición el cajero automático, sin embargo, optan por hacer retiros en las ventanillas. La falta de confianza y cultura financiera los lleva a hacer colas para realizar este tipo de operaciones.

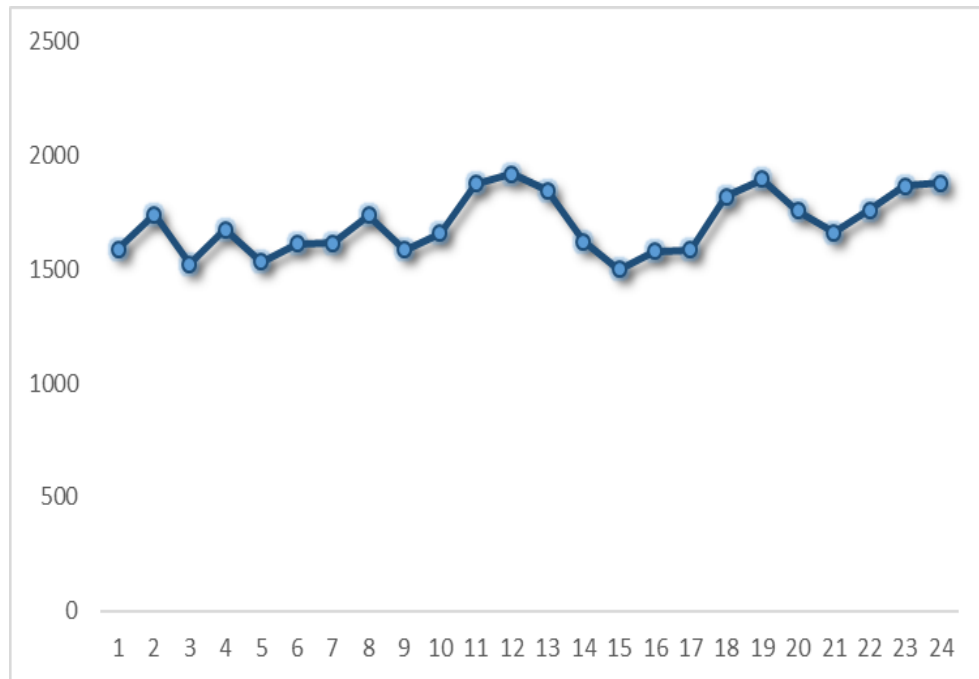
Figura 6
Cantidad de operaciones de depósito



Según se observa en la Figura 6, la cantidad de depósitos a cuentas de ahorro están entre 1000 y 1400 por mes, lo cual demuestra que los clientes y usuarios no aprovechan los agentes multired, ya que en dicho canal de atención también pueden realizarse depósitos a cuentas. Las mayores cantidades de depósitos puede verse en los meses festivos de diciembre y en campaña escolar.

Asimismo, a través del canal banca celular se pueden hacer transferencias hacia otras cuentas de ahorros, facilitando dicho trámite para que cualquiera lo pueda hacer desde su teléfono celular, sin embargo, la costumbre hace que las personas sigan visitando la oficina del Banco de la Nación en Pocollay para poder realizar este tipo de transacción.

Figura 7
Cantidad de operaciones de pago de servicios



Según se observa en la Figura 7, la cantidad de operaciones referidas a pago de servicios tiene mayor volumen durante los últimos meses del año. Asimismo, este tipo de operaciones están entre 1500 y 2000 por mes, aunque la tendencia a futuro va a ser menor, ya que los nuevos puntos de pago de servicios básicos como: teléfono, luz, celular, internet, entre otros, se han extendido por todo Tacna.

El pago de los servicios más básicos no son exclusividad del Banco de la Nación ya que pueden realizarse a través de múltiples canales, incluso otros bancos también realizan el servicio de recaudación de estos conceptos, lo cual hace pensar que el canal preferido por los usuarios será la banca en línea.

Variable: Canales no tradicionales

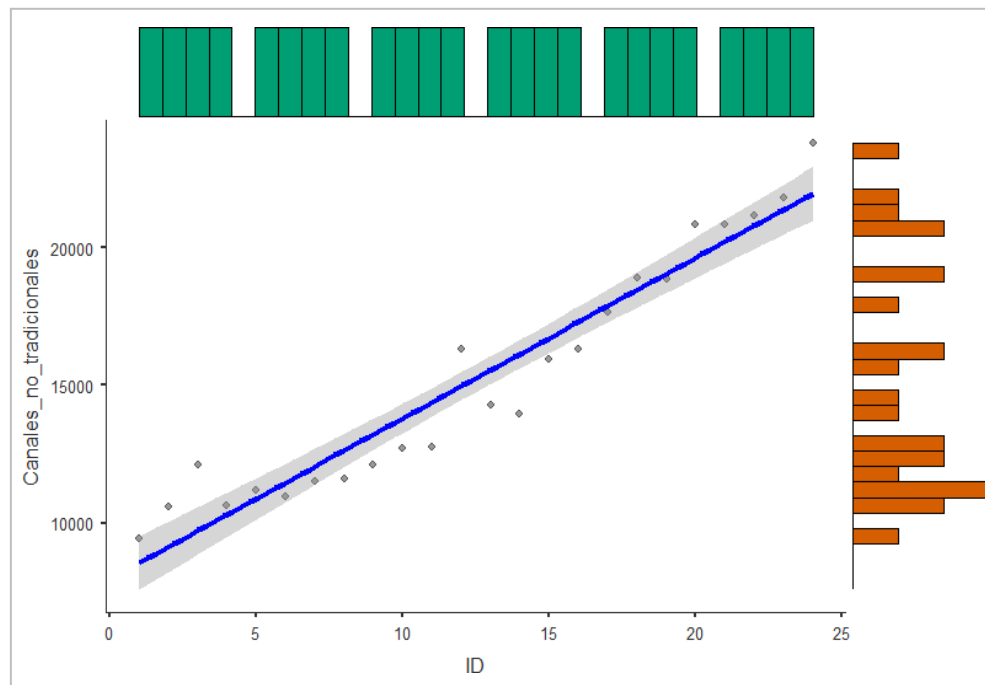
Tabla 2
Operaciones realizadas en canales no tradicionales

	Canales no tradicionales	Cajero automático	Banca celular	Agente multired
Missing	0	0	0	0
Mean	15256	7657	2528	5154
Median	14118	7601	2314	4606
Standard deviation	4282	1048	1066	2908
Variance	1.83e+7	1.10e+6	1.14e+6	8.46e+6
Minimum	9432	6395	0	1702
Maximum	23786	11437	4393	9955
Skewness	0.494	2.07	-0.105	0.324
Std. error skewness	0.472	0.472	0.472	0.472
Kurtosis	-1.09	6.61	0.0737	-1.47
Std. error kurtosis	0.918	0.918	0.918	0.918
Shapiro-Wilk W	0.917	0.821	0.973	0.888
Shapiro-Wilk p	0.050	< .001	0.729	0.012

Según se observa en la Tabla 2, la variable canales no tradicionales y sus indicadores presentan una desviación estándar considerable debido a la dispersión de los datos, es decir, la cantidad de operaciones realizadas en los canales no tradicionales ha venido incrementándose de forma sostenida, lo cual demuestra que los clientes y usuarios están aprendiendo a hacer uso de éstas, las cuales representan un beneficio en tiempo, practicidad y seguridad.

Asimismo, se puede verificar que la variable canales no tradicionales presenta una distribución normal, el indicador cajero automático no presenta normalidad, el indicador banca celular si presenta normalidad y el indicador agente multired no presenta normalidad; todo ello basado en el p-valor de la prueba de Shapiro – Wilk.

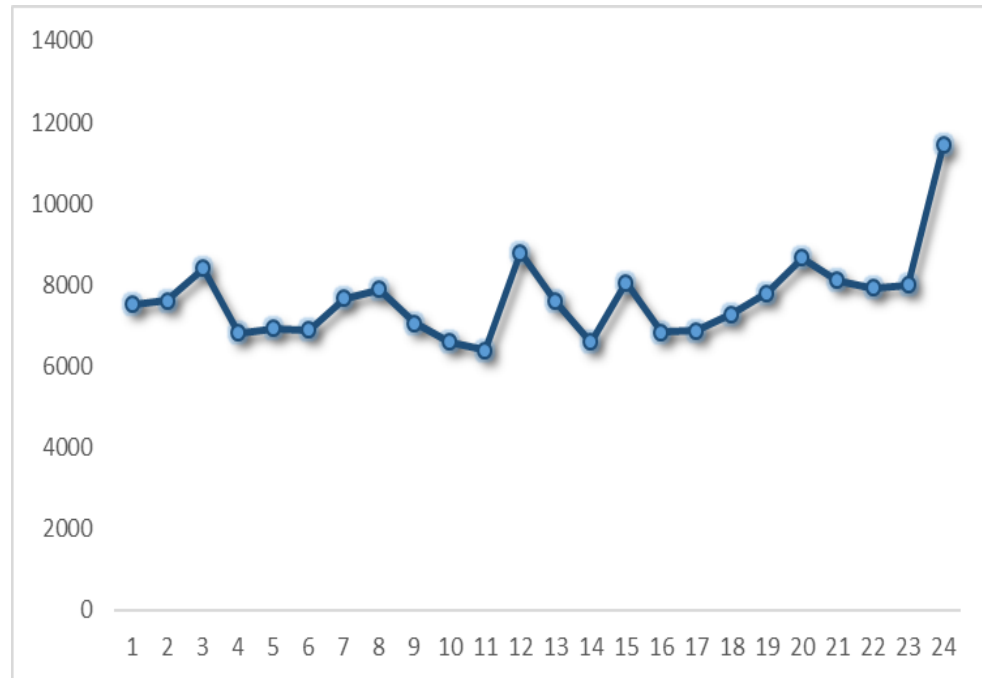
Figura 8
Operaciones realizadas en canales no tradicionales



Según se observa en la Figura 8, la cantidad de operaciones realizadas en los canales no tradicionales han ido aumentando a través del tiempo, lo cual denota que los usuarios vienen haciendo uso continuo de este tipo de medios alternativas que ofrece el Banco de la Nación. Los principales canales no tradicionales son: cajeros automáticos, banca celular y agentes multired. De los tres, los más utilizados fueron el cajero automático y los agentes multired, quedando en tercer lugar el canal banca celular, aunque su crecimiento tiene una

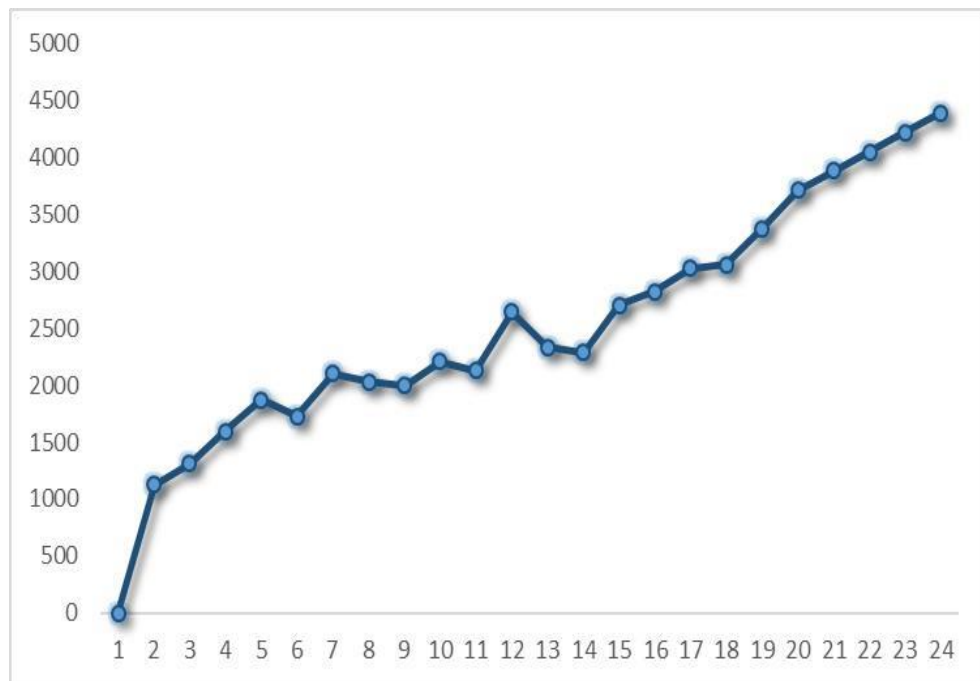
gran expectativa y actualmente está recibiendo todos los esfuerzos del personal del banco para extender su uso.

Figura 9
Cantidad de operaciones en cajero automático



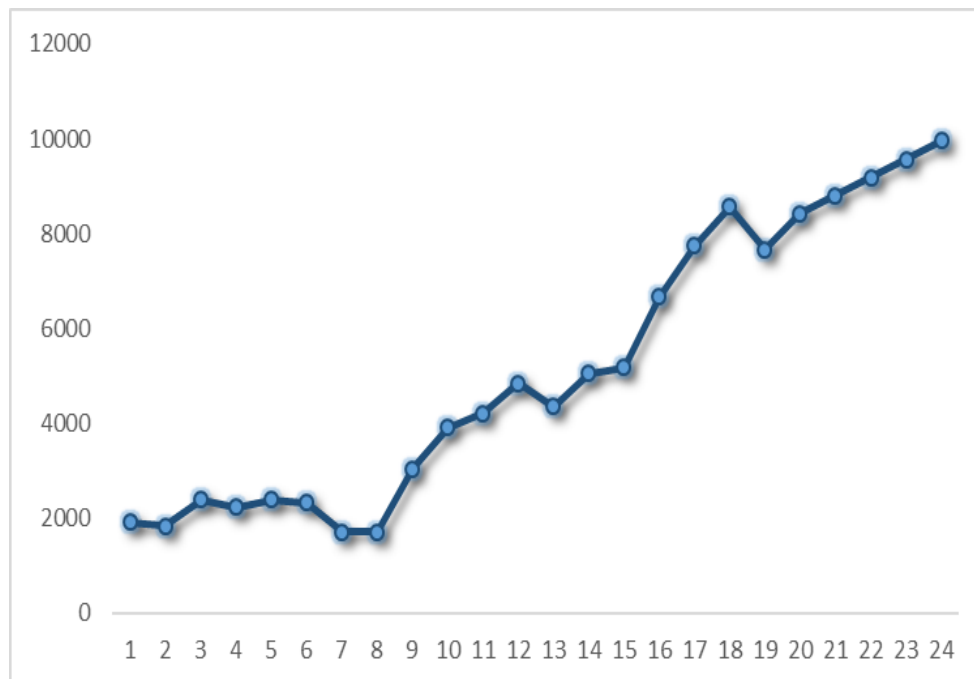
Según se observa en la Figura 9, la cantidad de operaciones en cajero automático es variable, ya que la Agencia 3 Pocollay solo cuenta con un ATM, el cual es usado principalmente por el personal de la Municipalidad de Pocollay, pobladores que tienen tarjeta multired de Pocollay (trabajadores sector público, pensionistas, programas sociales, entre otros). Durante los últimos meses las transacciones han aumentado considerablemente por las acciones tomadas para que se use el ATM, es decir, se dispuso que un personal de la oficina les enseñe a los tarjetahabientes sobre el uso del cajero para sus operaciones de retiro de efectivo y consulta de saldos.

Figura 10
Cantidad de operaciones por banca celular



Según se observa en la Figura 10, la cantidad de operaciones realizadas por banca celular se ha incrementado mes a mes de forma sostenida, lo cual no es extraño en vista de las disposiciones estrictas dadas por la alta dirección del Banco de la Nación, así como por la Macrorregión Arequipa, la cual consistía en alcanzar metas mensuales de afiliación de clientes a banca celular, un servicio sin costo para quienes tengan cuenta de ahorros multired. La campaña ha dado frutos y el uso de este canal se ha vuelto uno de los favoritos para quienes antes tenían que visitar la oficina solo para conocer el saldo de su cuenta. El canal banca celular funciona sin necesidad de internet accediendo a través del número *551#, y a través del cual se pueden realizar las operaciones de: consulta de saldos, giros, transferencias entre cuentas de ahorros, pago de servicios telefónicos, entre otros.

Figura 11
Cantidad de operaciones en agentes multired



Según se observa en la Figura 11, la cantidad de operaciones realizadas en los agentes multired ha crecido de forma acelerada, ya que este canal también formó parte del plan para descongestionar las oficinas del banco. A fines de diciembre la cantidad de operaciones realizadas en los agentes multired casi se igualaba a las realizadas en la oficina de Pocollay, lo cual daba cuenta de lo bien que había resultado la campaña de difusión de agentes multired acompañado de la capacitación a los negocios asignados como agentes, así como a la educación y orientación que se le brindó a los clientes y usuarios para acostumbrarse al uso de este canal. Los agentes multired se instalan en pequeños negocios (tiendas, mercados, restaurantes, entre otros) y pueden realizar más de 50 operaciones diferentes. Asimismo, la cercanía los domicilios es un aspecto estratégico y de mucho valor para quienes viven lejos de una oficina del Banco de la Nación.

4.4 PRUEBA ESTADÍSTICA

En la presente investigación se utilizó la prueba de correlación R de Pearson, la cual permite determinar el grado de relación entre dos variables, en este caso, se busca determinar la relación entre la variable volumen de operaciones y canales no tradicionales. Ambas variables se han trabajado a un nivel numérico discreto. El procesamiento estadístico se llevó a cabo en el programa SPSS Statistics.

$$r = \frac{\sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{N}}{\sqrt{\left(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N}\right) \left(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}\right)}}$$

La aplicación de la prueba estadística R de Pearson requiere que las variables a correlacionar presenten una distribución normal, en vista que el método a utilizar es paramétrico.

Para evaluar el estadístico R de Pearson se utilizó la siguiente escala de valores positivos:

r = 1	correlación perfecta.
0'8 < r < 1	correlación muy alta
0'6 < r < 0'8	correlación alta
0'4 < r < 0'6	correlación moderada
0'2 < r < 0'4	correlación baja
0 < r < 0'2	correlación muy baja
r = 0	correlación nula

4.5 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS (DISCUSIÓN)

A continuación, se comprobarán las hipótesis sobre la relación entre la variable volumen de operaciones y canales no tradicionales; es decir, la hipótesis nula

significa que las variables no presentan correlación y la hipótesis alternativa indica que las variables si presentan correlación.

Hipótesis Específica N° 1:

H_0 : El uso de banca celular no se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

H_1 : El uso de banca celular se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 3

Prueba de normalidad de volumen de operaciones y banca celular

	Volumen de operaciones	Banca celular
N	24	24
Shapiro-Wilk W	0.959	0.973
Shapiro-Wilk p	0.426	0.729

Según se observa en la Tabla 3, tanto volumen de operaciones como banca celular se distribuyen normalmente, todo ello basado en el criterio del p – valor, es decir, si p – valor es mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad. En ese sentido, cumpliéndose el supuesto estadístico de la normalidad, se puede aplicar la prueba paramétrica del coeficiente de correlación R de Pearson.

Tabla 4
Correlación entre volumen de operaciones y banca celular

		Volumen de operaciones	Banca celular
Volumen de operaciones	R de Pearson	—	0.439 *
	p-value	—	0.032
	N	—	24
Banca celular	R de Pearson	0.439 *	—
	p-value	0.032	—
	N	24	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 4, el volumen de operaciones se relaciona significativamente (p – valor < 0.05) con banca celular puesto que el valor del p – valor es 0.032. Asimismo, se puede decir que la relación es moderada ($0.40 < r < 0.60$).

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 3 y 4, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, el uso de banca celular se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada queda verificada y aceptada la Hipótesis Específica 1.

Hipótesis Específica 2:

H_0 : El uso de los agentes multired no se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

H_1 : El uso de los agentes multired se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 5
Prueba de normalidad de volumen de operaciones y agentes multired

	Volumen de operaciones	Agente multired
N	24	24
Shapiro-Wilk W	0.959	0.888
Shapiro-Wilk p	0.426	0.012

Según se observa en la Tabla 5, tanto volumen de operaciones como uso de agente multired se distribuyen distintamente, todo ello basado en el criterio del p – valor, es decir, si p – valor es mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad, sin embargo, la variable uso de agente multired presenta un p – valor de 0.012, lo cual indica que no se distribuye normalmente. En ese sentido, no habiéndose cumplido el supuesto estadístico de la normalidad, se tuvo que utilizar la prueba no paramétrica de la correlación, es decir, el Rho de Spearman.

Tabla 6
Correlación entre volumen de operaciones y uso de agentes multired

		Volumen de operaciones	Agente multired
Volumen de operaciones	Spearman's rho	—	0.364
	p-value	—	0.080
	N	—	24
Agente multired	Spearman's rho	0.364	—
	p-value	0.080	—
	N	24	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 6, el volumen de operaciones no se relaciona significativamente (p – valor > 0.05) con uso de agentes multired puesto que el resultado del p – valor es 0.080.

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 5 y 6, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, el uso de agentes multired no se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada no se puede verificar y aceptar la Hipótesis Específica 2.

Hipótesis Específica 3:

H_0 : El uso del cajero automático no se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

H_1 : El uso del cajero automático se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 7

Prueba de normalidad de volumen de operaciones y uso del cajero automático

	Volumen de operaciones	Cajero automático
N	24	24
Shapiro-Wilk W	0.959	0.821
Shapiro-Wilk p	0.426	<.001

Según se observa en la Tabla 7, tanto volumen de operaciones como uso de cajero automático se distribuyen distintamente, todo ello basado en el criterio del p – valor, es decir, si p – valor es mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad, sin embargo, la variable uso de cajero automático presenta un p – valor de 0.012, lo cual indica que no se distribuye normalmente. En ese sentido, no habiéndose cumplido el supuesto estadístico de la normalidad, se tuvo que utilizar la prueba no paramétrica de la correlación, es decir, el Rho de Spearman.

Tabla 8
Correlación entre volumen de operaciones y uso del cajero automático

		Volumen de operaciones	Cajero automático
Volumen de operaciones	Spearman's rho	—	0.705 ***
	p-value	—	< .001
	N	—	24
Cajero automático	Spearman's rho	0.705 ***	—
	p-value	< .001	—
	N	24	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 8, el volumen de operaciones se relaciona significativamente (p – valor < 0.05) con uso de cajero automático puesto que el valor del p – valor es 0.001. Asimismo, se puede decir que la relación es alta ($0.60 < \rho < 0.80$).

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 7 y 8, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, el uso del cajero automático se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada queda verificada y aceptada la Hipótesis Específica 3.

Hipótesis General:

H_0 : El uso de los canales no tradicionales no se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

H_1 : El uso de los canales no tradicionales se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Primero se verifica el supuesto de normalidad, obteniéndose lo siguiente:

Tabla 9

Normalidad de volumen de operaciones y uso de canales no tradicionales

	Volumen de operaciones	Canales no tradicionales
N	24	24
Shapiro-Wilk W	0.959	0.917
Shapiro-Wilk p	0.426	0.050

Según se observa en la Tabla 9, tanto volumen de operaciones como uso de canales no tradicionales se distribuyen normalmente, todo ello basado en el criterio del p – valor, es decir, si p – valor es mayor que 0.05 se dice que las variables presentan normalidad. En ese sentido, cumpliéndose el supuesto estadístico de la normalidad, se puede aplicar la prueba paramétrica del coeficiente de correlación r de Pearson.

Tabla 10
Correlación de volumen de operaciones y canales no tradicionales

		Volumen de operaciones	Canales no tradicionales
Volumen de operaciones	R de Pearson	—	0.528 **
	p-value	—	0.008
	N	—	24
Canales no tradicionales	R de Pearson	0.528 **	—
	p-value	0.008	—
	N	24	—

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Según se observa en la Tabla 10, el volumen de operaciones se relaciona significativamente (p – valor < 0.05) con el uso de canales no tradicionales puesto que el resultado del p – valor es 0.008. Asimismo, se puede decir que la relación es moderada ($0.40 < R < 0.60$).

Por lo antes indicado, y en función de los resultados de las Tablas 9 y 10, se puede afirmar a un nivel de confianza del 95% que, el uso canales no tradicionales se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Por lo tanto, en función de los objetivos e hipótesis planteada queda verificada y aceptada la Hipótesis General.

4.6 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados encontrados dan cuenta que de la relación entre la variable volumen de operaciones y canales no tradicionales; es decir, esta relación es positiva durante el periodo en evaluación, lo cual implica que las operaciones se están incrementando tanto en los canales no tradicionales como en la oficina. Sin embargo, la política del banco es que las operaciones en las agencias disminuyan y que las operaciones en los canales no tradicionales se incrementen.

Banca celular incrementó un 290% sus operaciones, alcanzando unas 2528 operaciones por, los agentes multired incrementaron sus operaciones en un 421%, logrando 5154 operaciones mensuales en promedio. Los cajeros o ATM crecieron un 52% en sus operaciones, alcanzando en promedio unas 7601 operaciones. En resumen los resultados correspondientes a la utilización de canales no tradicionales equivalen en promedio a 15256 transacciones mensuales, datos que se han ido incrementando con el paso del tiempo y debido a la mayor afluencia de público que se acerca a la entidad. Con respecto a la otra variable Volumen de operaciones, tenemos que en promedio se registran 7442 operaciones entre retiros, depósitos y pago de servicios.

González y Bermúdez (2017) coinciden en que los agentes corresponsales y otros canales no tradicionales ayudan a incrementar las operaciones bancarias, logrando llegar a más personas con un menor costo que si se les atendiera en las agencias. Esto denota un enorme esfuerzo por encontrar puntos clave (tiendas, comercios, restaurantes, entre otros) que logren concentrar muchas personas para hacer sus transacciones financieras.

El objetivo principal del banco es lograr bancarizar a más personas, es decir, motivarlos a utilizar los canales bancarios para que puedan realizar sus

operaciones. En ese sentido, Ramos (2015) y Moncayo (2013) coincide en que los canales no tradicionales denominados cajeros corresponsales o agentes multired permiten bancarizar a la población ya que acercan los servicios bancarios a la gente.

Asimismo, Novillo (2018), Hjar (2016) y Cepeda (2014) coinciden con los resultados encontrados, y que el incremento de las operaciones en los cajeros automáticos y banca web le ha permitido a la gente poder ahorrar tiempo y dinero al realizar transferencias, pago de servicios, retiros o depósitos bancarios. La tecnología ha permitido acercar la banca hacia las personas.

Pineda (2017) y Magallanes (2017) coinciden en que se deben fomentar la instalación de más canales no tradicionales para las oficinas bancarias no se abarrotan de personas, lo cual es un objetivo muy importante para el Banco de la Nación, quien ha desplegado más de 80 agentes multired en todo Tacna con el fin de reducir la afluencia de personas hacia las oficinas. Incluso se permitió que los agentes multired operen dentro de las agencias para que las personas realicen sus operaciones con mucha confianza, se educó a los usuarios del banco para que prefieran los canales no tradicionales por las múltiples ventajas que presentan en cuanto a tiempo y accesibilidad.

4.7 PROPUESTA DE MEJORA

Los canales no tradicionales son una vía muy importante para que las personas hagan sus operaciones ya que son canales seguros y muy accesibles, es decir, están ubicados más cerca de las personas. Lo importante es seguir difundiendo el uso de este tipo de canales para lograr incrementar el nivel de inclusión financiera, para ello se proponen las siguientes mejoras:

- Es necesario actualizar los equipos POS que utilizan los agentes multired ya que estos no cuentan con la última tecnología, es decir, la tecnología actual se basa en chips como los que utilizan los celulares, sin embargo, los agentes del Banco de Crédito tienen mejores equipos POS que mejoran la velocidad de las operaciones. Muchas veces las personas que operan los equipos POS se han visto perjudicados por la señal en estos equipos, lo cual afecta las operaciones dejándolas a la mitad o anulándose.
- Es muy importante mejorar la señalética o publicidad que le entrega a los agentes multired afiliados, toda vez que no son muy visibles, es decir, el Banco de la Nación les entrega carteles muy pequeños que no permiten identificar a los agentes, a pesar de que en la página web del Banco de la Nación se puede buscar la ubicación de los agentes, muchas veces la gente prefiere ver los letreros así como lo hizo el Banco de Crédito y el Scotiabank.
- Es fundamental que se incrementen las operaciones en los canales no tradicionales, a pesar de que los agentes multired tienen muchas operaciones, no lo es así en el canal banca celular que está limitado a unas cuantas operaciones. De la misma manera, los cajeros automáticos deberían permitir los depósitos de dinero tal cual lo hacen los cajeros de la banca comercial.
- Es necesario hacer un seguimiento continuo de los agentes multired ya que muchas veces se presentan problemas que no pueden resolver y se les hace difícil acercarse hasta una agencia bancaria. Asimismo, es importante verificar los ambientes donde operan los agentes instalados, aspectos como limpieza, orden, seguridad y demás son fundamentales para que la persona confíe en estos canales.
- Es importante hacer una evaluación de permanencia de agentes, lo cual significa que se deben suspender los contratos con aquellos agentes que no realizan un mínimo de operaciones mensuales, es necesario estimular a los

mejores agentes con premios o comisiones diferenciadas para que así pongan más de su esfuerzo con la finalidad de incrementar sus transacciones. Si bien es cierto la oferta bancaria estatal tiene como objetivo ubicarse en los lugares donde más se necesite, estos deben de tener un equilibrio financiero mínimo que ayude a la sostenibilidad de la oferta del canal de atención, ya que de lo contrario se producirá su cierre y la disminución de la oferta.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

PRIMERA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que el uso de banca celular se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

Las operaciones realizadas a través del canal banca celular ha crecido un 290% desde que fue oficializado como canal de atención. En promedio se han realizado 2528 operaciones, la cuales han ayudado a disminuir el aforo de la oficina. El canal banca celular permite realizar las siguientes operaciones: consulta de saldos, transferencias entre cuentas de ahorros, pago de servicio de celular claro y movistar y envío de giros. La mayor cantidad de operaciones realizadas ha sido de 4393 durante el mes de diciembre del 2019, convirtiéndose en un canal de gran relevancia para la estrategia del banco de expandirse por todos los sectores de Tacna.

SEGUNDA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que el uso de los agentes multired no se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

En líneas generales, las operaciones realizadas a través del canal agente multired ha crecido un 421% desde enero de 2018 a diciembre de 2019. En promedio se han realizado 5154 operaciones, la cuales han ayudado a disminuir el aforo de la oficina. El canal agente multired permite realizar las siguientes operaciones: consulta de saldos, transferencias entre cuentas de ahorros, retiros de efectivo, depósitos de ahorros, pago de tasas a instituciones públicas (Reniec, Sunat, Poder Judicial, Osce, entre otros), pago de servicio de celular claro y movistar, envío y cobro de giros, etc. La mayor cantidad de operaciones realizadas ha sido de 9995 durante el mes de diciembre del 2019, convirtiéndose en un canal muy importante para el banco, ya que tiene como principal ventaja su cercanía con las personas, ya que estos funcionan a través de equipos denominados POS y son instalados en tiendas, restaurantes, mercados y hasta municipios.

TERCERA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que el uso del cajero automático se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

En general, las operaciones realizadas a través del canal cajero automático (ATM) ha crecido un 52% desde enero de 2018 a diciembre de 2019. En promedio se han realizado 7601 operaciones, la cuales han ayudado a disminuir

el aforo de la oficina. El canal cajero automático permite realizar principalmente las operaciones de consulta de saldos y retiro de efectivo, operación para la cual fue creado de forma específica. Los cajeros automáticos modernos permiten realizar otras operaciones como cobro de giros, préstamos, depósitos de efectivo, entre otros. La mayor cantidad de operaciones realizadas ha sido de 11437 durante el mes de diciembre del 2019, convirtiéndose en un canal muy importante para el banco, ya que tiene como principal ventaja su cercanía a la oficina, es decir, la agencia 3 Pocollay solo cuenta con un cajero automático y está instalado en la parte exterior del banco, sin embargo, los clientes no lo utilizaban por desconocimiento, por ello se realizó una campaña de orientación que hoy ha permitido incrementar su uso.

CUARTA:

Se determinó estadísticamente a un nivel de confianza del 95% que el uso de los canales no tradicionales se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.

El uso de los canales no tradicionales ha crecido un 152%. Convirtiéndose en aliados estratégicos para la nueva política del banco, que se basa en el uso intensivo de estos medios por parte de los clientes y usuarios de tal manera que se reduzca notoriamente el aforo en las oficinas físicas. La agencia 3 Pocollay no es la excepción, razón por la cual todos los esfuerzos se han dirigido a fortalecer los canales no tradicionales a través de campañas de difusión y orientación. Sin embargo, los resultados obtenidos por r de Pearson muestran una correlación positiva entre el uso de canales no tradicionales y el volumen de operaciones en la agencia 3 de Pocollay, $r = 0.528$, lo cual demuestra que mientras una variable crece también lo hace la otras, es decir, a pesar de los esfuerzos por fortalecer y masificar el uso de los agentes multired, banca celular y cajero automático, aún

no se ve un comportamiento decreciente en las operaciones en ventanillas durante el periodo evaluado. Sin embargo, en diciembre del 2019, la cantidad de operaciones realizadas en los canales no tradicionales fueron un 26% mayor a las realizadas en las ventanillas. Esto quiere decir que poco a poco los usuarios y clientes van a preferir los canales no tradicionales antes que las oficinas del banco.

5.2 RECOMENDACIONES

PRIMERA

Considerando el creciente uso de las operaciones por banca celular es menester incrementar la cantidad de transacciones que se pueden realizar por este medio ya que son muy pocas las que se encuentran vigentes. Asimismo, para fortalecer su uso, el banco debería realizar sorteos como estímulo al uso de este canal. También es preciso que las personas tengan por defecto este servicio al momento de la apertura de cuentas de ahorro explicándoles a los clientes los beneficios que derivan del uso de este canal.

SEGUNDA:

Considerando el crecimiento el 421% en las transacciones del canal agente multired, se recomienda a la alta dirección del banco que modernice los equipos POS instalados en los negocios afiliados, ya que los actuales equipos son de una generación pasada y presentan muchos problemas de conexión, derivando en quejas por parte de los agentes afiliados y de los clientes y usuarios que hacen uso de este medio. De igual manera se debe mejorar el merchandising entregado a los nuevos afiliados toda vez que no se ha realizado la inversión necesaria para difundir eficazmente los puntos de atención instalados en todo Tacna.

TERCERA:

En vista del crecimiento de las operaciones en el cajero automático de la agencia 3 Pocollay, es necesario instalar un nuevo cajero en otro punto estratégico del distrito, ya que la mayoría de las personas que se acercan al banco lo hacen para disponer de efectivo, operación para la cual fueron instalados especialmente los cajeros automáticos (ATM). De igual manera, es necesario que se haga un seguimiento y supervisión de los cajeros en vista de las múltiples técnicas para clonar tarjetas y robar claves cuando las personas hacen uso del ATM, lo cual solo desincentiva su uso por parte de los tarjetahabientes.

CUARTA:

Se recomienda ampliar el periodo de estudio, es decir, considerar todo el 2020 para verificar si las transacciones en la agencia se han visto disminuidas por el uso de los canales no tradicionales, el cual es el principal objetivo de la campaña realizada por el Banco de la Nación. De igual manera, se recomienda orientar a los tarjetahabientes en los pagos con tarjeta, es decir, acostumbrar a los clientes a olvidarse del efectivo y pagar directamente con su tarjeta multired que está afiliada a Visa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aredo, U. (2016). *Influencia de los canales alternativos en la satisfacción de los clientes del Centro de Contacto del Banco de Crédito del Perú - Sede Trujillo, 2015*. (Tesis de Grado). Universidad Nacional de Trujillo.
http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/4960/aredorodriguez_uber.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Arguedas, R., Sánchez, Á., & García, R. (2019). *La transformación digital en el Sector Financiero*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
<https://books.google.com.pe/books?id=8bebDwAAQBAJ&lpg=PT19&dq=canales%20bancarios&pg=PT2#v=onepage&q=canales%20bancarios&f=false>
- Asbanc Perú. (2020). *Asociación de Bancos del Perú*. <https://www.asbanc.com.pe/>
- Banco de la Nación. (2018). *Memoria Anual 2018*.
<https://www.bn.com.pe/nosotros/memoria/memoria-2018/memoria-2018.pdf>
- BBVA Innovation Center. (Abril de 2012). Banca Móvil: Una nueva experiencia en la era post PC. *Innovation Edge*, 2, 68.
<https://books.google.com.pe/books?id=tnh1QT3X1X0C&lpg=PA43&dq=banca&pg=PA1#v=onepage&q=banca&f=false>
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales*. México: Pearson Education.
- Brunson, J. (2019). ggalluvial: Alluvial Plots in 'ggplot2'.. [R package].
<https://CRAN.R-project.org/package=ggalluvial>.
- Castillo, D., Gabaldón, P., Ruiz, E., & Sainz, J. (2019). *Hacia la banca multicanal: la transformación del sector financiero en la economía del conocimiento*. Madrid:

Esic Editorial.<https://books.google.com.pe/books?id=P-II8HYh6U4C&lpg=PA2&dq=banca&pg=PA6#v=onepage&q=banca&f=false>

Cepeda, J. (2014). *Impacto de los corresponsales no bancarios (Banco del Barrio - Guayaquil, Mi Vecino - Pichincha, Tu Banco Aquí - Pacífico, etc) en el índice de bancarización del Ecuador: 2008 - 2013*. (Tesis de Maestría). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/7004/1/Tesis_Ec_Jacqueline_Cepeda_Cobos_Oct-14.pdf.

Comité de Basilea para la Supervisión Bancaria. (1998). Gestión de riesgos para la banca electrónica y actividades con dinero electrónico.

<http://asbasupervision.com/es/biblioteca1/gestion-de-riesgos/otros-1/129-gr-ot03/file>

Gonzales, A., & Bermúdez, J. (2017). *Análisis de las transacciones de los corresponsales no bancarios en la empresa Promujer aplicado en los ATM del Banco de la Producción (BANPRO) en la ciudad de Masaya en el año 2016*. (Tesis de Grado). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua.

<http://repositorio.unan.edu.ni/8712/1/18768.pdf>.

Iparraquirre, D. (2016). *La calidad de servicio de los agentes multired y la satisfacción de los clientes del Banco de la Nación de la Región Tacna, año 2015*.

Kim, S. (2015). ppcor: Partial and Semi-Partial (Part) Correlation. [R package].

<https://cran.r-project.org/package=ppcor>.

Koneswarakantha, B. (2019). easyalluvial: Generate Alluvial Plots with a Single Line of Code.. [R package]. <https://CRAN.R-project.org/package=easyalluvial>.

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía*. Editorial Reverté SA.

- Magallanes, J. (2017). *Impacto de un canal alternativo del Banco de la Nación en el distrito turístico de Marcona, Ica*. (Tesis de Grado). Universidad Inca Garcilazo de la Vega, Ica. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/4259>.
- Mas, I., & Siedek, H. (2008). Servicios bancarios a través de redes de establecimientos minoristas. *Enfoques*, 47, 32.
- Moncayo, L. (2013). *Propuesta de Bancarización a través de la inclusión de corresponsales no bancarios*. (Tesis de Grado). Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Ecuador.
<http://repositorio.uees.edu.ec/bitstream/123456789/1220/1/TESINA%20LENIN%20EMILIO%20MONCAYO%20QUEZADA.pdf>.
- Muñoz, F. (2011). *Marketing Financiero*. Copicentro Granada S.L.
- Noboa, D. (2017). *La Banca del Futuro: Una mirada al nuevo modelo de banca digital*.
https://www.usfq.edu.ec/sobre_la_usfq/servicios/educacion/escuela_de_empresas/Documents/articulos/La%20Banca%20del%20Futuro-Banca%20Digital-DianeNoboa-Sept2015.pdf
- Novillo, E. (2018). *Análisis de la evolución de los corresponsales no bancarios y el efecto sobre su desempeño comercial*. (Tesis de Grado). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
<http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/10274/1/T-UCSG-PRE-ESP-CFI-373.pdf>.
- Noya, E. (2016). ¿Es el 'fintech' el mayor desafío que afronta la banca? *Harvard Deusto Business Review*, 254, 22 - 29.
- Ontiveros, E., Enríquez, Á., Fernández, S., Rodríguez, I., & López, V. (2009). *Telefonía móvil y desarrollo financiero en América Latina*. Barcelona: Editorial Ariel.
<https://books.google.com.pe/books?id=M5TmCgAAQBAJ&lpg=PA58&dq=banca%20movil&pg=PR4#v=onepage&q=banca%20movil&f=false>

- Patil, I. (2018). ggstatsplot: 'ggplot2' Based Plots with Statistical Details. [R package]. <https://CRAN.R-project.org/package=ggstatsplot>.
- Pineda, E. (2017). *Análisis de las plataformas de atención al usuario y su incidencia en el volumen de operaciones del Banco de la Nación Agencia 1 Puno, periodos 2014 - 2015*. (Tesis de Grado). Universidad Nacional del Altiplano, Puno. <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/131769>.
- R Core Team. (2019). R: A Language and environment for statistical computing. (Version 3.6) [Computer software]. <https://cran.r-project.org/>.
- Ramos, L. (2015). *El papel de los corresponsales bancarios en el proceso de bancarización: una aproximación al concepto de inclusión financiera en Colombia*. (Tesis de Maestría). Universidad Santo Tomás, Colombia. <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9436/RamosLuis2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- The jamovi project. (2020). jamovi. (Versión 1.2) [Computer Software]. <https://www.jamovi.org>.
- Wickham, H., Chang, W., Henry, L., Pedersen, T., Takahashi, K., Wilke, C., . . . RStudio. (2018). ggplot2: Create Elegant Data Visualisations Using the Grammar of Graphics. [R package]. Retrieved from <https://CRAN.R-project.org/package=ggplot2>.

ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO DE LA TESIS:

EL USO DE LOS CANALES NO TRADICIONALES Y SU RELACIÓN CON EL VOLUMEN DE OPERACIONES DE LA AGENCIA 3 POCOLLAY DEL BANCO DE LA NACIÓN, PERIODO 2018 - 2019.

Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Variables	Metodología
¿Qué relación existe entre los Canales no Tradicionales y el Volumen de Operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?	Determinar la relación entre el uso de los canales no tradicionales y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.	El uso de los canales no tradicionales se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.	Independiente: Canales no Tradicionales Indicadores: 1. Uso de banca celular 2. Uso de agentes multired 3. Uso de cajero automático	1. <u>Tipo de investigación</u> Pura o Básica 2. <u>Diseño de investigación</u> No experimental Descriptivo- Correlacional 3. <u>Nivel de investigación</u> Correlacional. 4. <u>Población</u> Todas las transacciones con código de agencia 094. 5. <u>Muestra</u> No probabilística. Se utilizará toda la población (censo). 6. <u>Técnicas</u> Análisis documental 7. <u>Instrumentos</u> Ficha de Análisis Documental
Problemas Secundarios	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas		
¿Qué relación existe entre el uso de banca celular y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?	Establecer la relación entre el uso de banca celular y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.	El uso de banca celular se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.	Dependiente Volumen de Operaciones Indicadores: 1. Operaciones de retiros 2. Operaciones de depósitos 3. Operaciones de pago de servicios	
¿Qué relación existe entre el uso de los agentes multired y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?	Determinar la relación entre el uso de los agentes multired y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.	El uso de los agentes multired se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.		
¿Qué relación existe entre el uso del cajero automático y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 - 2019?	Establecer la relación entre el uso de los cajeros automáticos y el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.	El uso del cajero automático se relaciona con el volumen de operaciones de la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación, periodo 2018 – 2019.		

ANEXO B: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable Independiente	Definición Teórica	Definición Operacional	Indicadores	Conceptos	Escala
Canales no tradicionales	El canal de distribución bancaria no tradicional es el medio físico o virtual por el cual una entidad financiera ofrece sus servicios de forma complementaria a la atención en oficinas. (Asbanc Perú, 2020)	Son los canales dispuestos por el Banco de la Nación como: banca celular, agentes multired y cajeros automáticos.	Uso de banca celular	Cantidad de operaciones realizadas a través del *551#	Ratio Discreta
			Uso de agentes multired	Cantidad de operaciones realizadas por los agentes multired de Pocollay.	
			Uso de cajero automático	Cantidad de operaciones realizadas en el cajero automático de la Agencia 3 Pocollay.	
Variable Dependiente	Definición Teórica	Definición Operacional	Indicadores	Conceptos	Escala
Volumen de operaciones	Es el total de operaciones realizadas por una agencia de acuerdo con su categoría y permisos. (Asbanc Perú, 2020)	Es el total de operaciones relacionadas con: retiros, depósitos y pago de servicios realizados en la Agencia 3 Pocollay del Banco de la Nación	Operaciones de retiros	Cantidad de operaciones de retiros con tarjeta multired realizados en la Agencia 3 Pocollay.	Ratio Discreta
			Operaciones de depósitos	Cantidad de operaciones de depósitos a cuentas de ahorro realizados en la Agencia 3 Pocollay.	
			Operaciones de pago de servicios	Cantidad de operaciones de pago de servicios realizados en la Agencia 3 Pocollay.	

ANEXO C: ORGANIGRAMA DEL BANCO DE LA NACIÓN

 **Banco
de la Nación**

Aprobada en S.D. N° 2236 del 07.02.2019

ORGANIGRAMA GENERAL

