



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Contabilidad y Finanzas

“LA BANCA DIGITAL Y SU INFLUENCIA EN EL DESARROLLO
DE INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL SECTOR BANCARIO EN
EL PERÚ, 2020”

Tesis para optar el título profesional de:

Contador Público

Autor:

Anthony Jhunior Perez Barrera

Asesor:

Mg. Leoncio Javier Esquivel Pérez

Trujillo - Perú

2022

DEDICATORIA

A mis padres Beatriz y Jesús por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación.

A mis hermanas por ser quienes representan la unidad familiar y por llenar mi vida de alegrías.

A mi enamorada, Ysamar, que me apoyó de manera incondicional para realizar este objetivo en mi vida

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de investigación está dedicado a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser la fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida de aprendizajes y experiencias.

A mi asesor Mg. Leoncio Javier Esquivel Pérez por transmitirme sus conocimientos, dedicación, y por orientarme en el desarrollo de esta investigación.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN.....	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II. MÉTODO	17
CAPÍTULO III. RESULTADOS.....	21
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	65
REFERENCIAS.....	69
ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Información de puntos y número de transacciones del BBVA.....	29
Tabla 2: Cuadro comparativo 2019 – 2020 de los clientes digitales.....	30
Tabla 3: Banca celular: Número de afiliaciones	33
Tabla 4: Banca celular: Número de operaciones	33
Tabla 5: Banca celular: Importe de operaciones	34
Tabla 6: Multired Virtual: Importe de operaciones.....	34
Tabla 7: App Banco de la Nación: Número de operaciones	35
Tabla 8: App Banco de la Nación: Importe de operaciones	35
Tabla 9: Cajeros automáticos: Número de operaciones	36
Tabla 10: Beneficios de la Banca Digital.....	39
Tabla 11: Nivel socioeconómico de usuarios de servicios bancario del año 2020	42
Tabla 12: Edades de usuarios bancarios año 2020	43
Tabla 13: Género de los encuestados de servicios bancarios en el año 2020	45
Tabla 14: Usuarios digitales de los bancos	46
Tabla 15: Conocimiento de banca digital de los usuarios en el año 2020	47
Tabla 16: Información clara de servicios digitales a los usuarios en el año 2020	48
Tabla 17: Uso de banca por internet en el año 2020	49
Tabla 18: Nivel de satisfacción de los usuarios en el año 2020	50
Tabla 19: Tiempo de conocimiento de servicios que lo usuarios tienen en el año 2020 ...	51
Tabla 20: Frecuencia de uso del usuario en el año 2020.....	52
Tabla 21: Principales actividades bancarias digitales de los usuarios en el año 2020.....	54
Tabla 22: Importancia de la banca digital en el año 2020.....	55

Tabla 23: Razones de uso de usuarios tienen al no usar la banca digital en el año 2020 ..	56
Tabla 24: Cultura bancaria de los usuarios en año 2020	57
Tabla 25: Impedimentos de la banca digital en el año 2020	58
Tabla 26: Características de la banca digital en el 2020	59
Tabla 27: Preferencia de banca de los usuarios en el año 2020	60
Tabla 28: Cuadro comparativo entre los principales aplicativos y/o plataforma de la banca digital.....	64

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Esquema de investigación descriptiva.....	17
Figura 2: Uso de canales digitales de año 2020.....	21
Figura 3: Figura de la Banca móvil en el año 2020	22
Figura 4: Apps de transferencia móvil en el año 2020	22
Figura 5: Uso de medios de pago en el año 2020	23
Figura 6: Número de usuarios de Yape en los años 2019-2020	24
Figura 7: Porcentaje de sistema operativos que utilizaron App en año 2020	28
Figura 8: Estructura de operaciones por entidad del sector público	32
Figura 9: Número de operaciones de págalo del 2017 al 2020.....	32
Figura 10: Nivel socioeconómico	43
Figura 11: Edades	44
Figura 12: Género de los encuestados	45
Figura 13: Clientes de entidades bancarias.....	46
Figura 14: Conocimiento de banca digital.....	47
Figura 15: Información de servicio.....	48
Figura 16: Banca por internet	49
Figura 17: Nivel de satisfacción de clientes	50
Figura 18: Tiempo de conocimiento de servicios digitales	52
Figura 19: Frecuencia de uso	53
Figura 20: Principales actividades digitales.....	54
Figura 21: Importancia de la banca digital	55

Figura 22: Razones de no uso	57
Figura 23: Cultura bancaria	58
Figura 24: Impedimentos de la banca digital	59
Figura 25: Características de la banca digital	60
Figura 26: Preferencia de banca.....	61

RESUMEN

El trabajo de investigación tiene como objetivo determinar la influencia de la banca digital en el desarrollo de inclusión financiera en el sector bancario en el Perú en el año 2020. Esta investigación es de tipo descriptiva y por su diseño es investigación no experimental. Del mismo modo, durante el desarrollo de la tesis, se realizó un estudio a distintas instituciones bancarias, el cual, a través de la información disponible de los bancos, datos estadísticos, encuestas a los usuarios y entrevistas a diversos funcionarios del sector bancario, ha permitido determinar en cuanto influyó la banca digital en la inclusión financiera en el Perú en el año 2020. Por lo tanto, la justificación de la presente investigación es determinar la influencia de los avances digitales y tecnológicos en la parte bancaria-tecnológica teniendo en cuenta que la era digital ha transformado la manera de realizar las actividades financieras. Las conclusiones obtenidas en la presente investigación mostraron que, con una buena educación financiera, las personas pueden hacer un uso correcto de los canales digitales que los bancos ofrecen y, por lo tanto, tener una efectiva inclusión financiera, más aún que la era digital bancaria está creciendo de manera constante en el Perú.

Palabras claves: Banca Digital, Inclusión Financiera, Bancos y Dinero Electrónico.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

Sin duda, el año 2020 será una fecha histórica para la humanidad, debido a que se propagó la presencia de un virus, SARS-CoV-2, provocando la pérdida de miles vidas humanas y que ha generado que la mayor parte en el mundo se vean afectados en sus economías (Muñoz, 2020). Diversos estudios sostienen que el virus afecta en los sectores de producción, salud y sobre todo financiero. En consecuencia, países con mercados desarrollados y mercados emergentes tratan de llevar la crisis económica implementando medidas acordes a su realidad (Buendía, 2020).

Por otro lado, a este escenario de pandemia por el que atraviesa el mundo, se debe sumar el problema de la pobreza mundial que es muy significativa en muchos países. Por lo tanto, varias empresas del sector financiero han decidido implantar el papel de la inclusión financiera para modificar las condiciones de vida de los ciudadanos.

En el ámbito internacional, Marr et al. (2014) indica que, desde el año de 1970, se sostuvo la idea de que la inclusión financiera, utilizada como mecanismo de desarrollo financiero, puede conducir al crecimiento económico, especialmente en países en desarrollo, de esta manera, la inclusión financiera ayuda a las economías de los países a tener un acceso más directo a sus principales clientes. Además, el autor Sumiko (2020) dice que en la mayoría de los países, los servicios financieros están evolucionando en lo digital, conforme las empresas acumulan datos de los usuarios, estas desarrollan nuevas formas de utilizarlos para evaluar la solvencia crediticia y así poder acceder a préstamos, de igual forma, el valor de los préstamos negociados en mercados en línea, que utilizan plataformas digitales para conectar directamente a prestamistas con prestatarios, se duplicó entre 2015 y 2017 y de momento, este fenómeno está concentrado en China, Estados Unidos y el Reino Unido, y está ganando terreno en otras partes del mundo.

El autor Ratna (2020), comenta que los servicios financieros digitales están ofreciendo a los gobiernos la posibilidad de proporcionar apoyo financiero rápido, seguro a personas y empresas a las que es difícil llegar, como se ha visto en Namibia, Perú, Zambia y Uganda, además, esto contribuirá a atenuar las secuelas económicas y posiblemente fortalecer la recuperación.

En el ámbito nacional según Ochoa (2019), la población peruana se enfrenta a un sistema bancario tradicional, si bien se tiene un importante crecimiento de forma anual, se observa que aún no se incorpora en los hábitos de la población peruana la utilización de los servicios digitales que ofrecen los principales bancos del país. Así mismo, el autor Ochoa (2019) explica que recientemente las empresas han comenzado a considerar a la transformación digital como una nueva forma de generar valor, sin embargo, en el año 2018 solo un 2% de empresas se encontraban en un alto nivel de maduración de transformación digital; sin embargo, el 2019, el 10% de empresas está en ese camino, lo que refuerza la importancia que está tomando la transformación digital en la estrategia de negocio, asimismo, los sectores que más han alcanzado la madurez digital son el de telecomunicaciones con 68.3%, y el de banca y seguros con 63.2%, esto debido a que sus clientes viven en un entorno digital y tienen mayor posibilidad de llegar a ellos si cuentan con alguna plataforma digital.

En ese sentido, el presente trabajo de investigación muestra la siguiente pregunta: ¿De qué manera la banca digital influye en el desarrollo de inclusión financiera en el sector bancario en el Perú, 2020? Las variables del presente estudio de investigación son, por una parte, la banca digital como variable independiente y la inclusión financiera como variable dependiente. El objetivo general que se plantea en la presente investigación es determinar la influencia de la banca digital en el desarrollo de inclusión financiera en el sector bancario en el Perú, 2020, y asimismo, los objetivos específicos son: Analizar los canales digitales que los bancos utilizaron para las operaciones financieras con sus clientes en el año 2020; analizar los

beneficios de la banca digital que contribuyen al desarrollo de inclusión financiera en el Perú; establecer la cantidad de clientes que usaron servicios bancarios digitales en el año 2020. Para el presente trabajo de investigación se ha formulado la siguiente hipótesis: La banca digital influye de manera efectiva en el desarrollo de la inclusión financiera en el sector bancario del Perú, debido a que permite que mediante los canales digitales como los aplicativos móviles, la banca por internet y la banca por teléfono, los clientes tengan mayor acceso a realizar sus operaciones bancarias sin necesidad de ir de manera presencial a los bancos, sobre todo poblaciones alejadas de los principales centros financieros.

Se han encontrado diversos estudios de investigación relacionados con el tema de la presente tesis, así se tienen:

El autor Gonzales (2017), propuso determinar la relación entre el desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales bancos del Perú y sus conclusiones fueron que el desarrollo de la banca electrónica se vincula a la aceptación de los clientes, esto quiere decir que los bancos no tienen una aceptación por parte de los clientes y que el desconocimiento de los clientes respecto a los beneficios y los servicios que se brindan por internet son la principal causa por la que un porcentaje importante de los peruanos no ha hecho uso de la banca electrónica.

Según el autor Quincho (2019), el objetivo principal de su estudio es analizar la situación de recesión económica generada por la pandemia COVID 19 en su impacto en la inclusión financiera en el Perú. Y las conclusiones fueron que la pandemia, ha mostrado algunos problemas estructurales del país, siendo la reducida e ineficiente provisión de servicios públicos, la baja inclusión financiera, niveles altos de informalidad y la desigualdad. Y ante la informalidad es fundamental que nuestro país refuerce medidas para combatir la informalidad, impulse reformas para el crecimiento sostenido de las Mipymes con medidas legales

motivadoras, ya que es la fuerza que mueve la economía de nuestro país, además, es importante impulsar la educación financiera desde los niveles educativos básicos, para promover e incrementar la inclusión financiera, lo que significa mejores niveles de vida y reducción de la pobreza de las poblaciones vulnerables.

Rodríguez (2019), en su tesis, tiene como objetivo, demostrar que reformulado las restricciones de los servicios financieros digitales, permitiría una mejor gestión financiera del banco de la nación, y como conclusiones demostró que la gran mayoría de clientes encuestados no conocen sobre la banca celular que ha implementado el Banco de la Nación y que además, se demuestra que, reformular las restricciones de los servicios financieros digitales, permitiría una mejor gestión financiera del Banco de la Nación.

Según Rivero (2019), propuso medir la incidencia de la banca electrónica en la inclusión financiera boliviana en el periodo 2007 – 2017, concluyó que, la banca electrónica es una canal no convencional que permite potenciar la inclusión financiera en sus dimensiones de profundización e intensidad de uso de los servicios bancarios en Bolivia. La digitalización de productos y servicios conlleva a un cambio de procesos y en los modelos de relación entre el consumidor y la entidad de intermediación financiera, es decir, implica aprender a vender en canales digitales y transformar los modelos de negocios tradicionales. Las ventajas que ofrece la banca digital es la comodidad, la seguridad que brinda y el ahorro de tiempo, y así la entidad bancaria gana en la reducción de costos y mejora la competitividad, por otro lado, la desventaja es que en algunos puntos del país no cuentan con acceso a internet.

Respecto a la banca digital, el autor Dickinson (2017), define que, un banco digital ofrece a sus clientes experiencias contextualizadas y fluidas que transforman su día a día. Volverse un banco digital significa entregar una experiencia al cliente y de ejecución atractiva y relevante, a través de una arquitectura abierta, integrada y flexible.

Según el autor Villaseca (2014) afirmó que los canales digitales es la herramienta que permiten a los clientes realizar sus transacciones y operaciones que antes se realizaban en los canales físicos.

Por otro lado, la inclusión financiera según Demirgüç-Kunt y Klapper (2014) definen como el acceso a los servicios financieros, varía ampliamente en el mundo. Aun en algunas economías avanzadas, los datos de encuestas sugieren que casi un quinto de los adultos no cuenta con una cuenta bancaria u otra forma de acceso al sector financiero formal.

Según el autor Alcalde (2010) define que la experiencia del cliente empieza desde el primer contacto que tiene el cliente con la empresa, ya sea tangible e intangible. Por lo cual los indicadores son; lealtad de clientes, índice de satisfacción del cliente, tasa de conversión e índice de esfuerzo del cliente.

Respecto al dinero, Rodríguez (2014) define que el dinero es todo aquello que constituye un medio de cambio aceptable, utilizado de manera generalizada para la compra de bienes y/o servicios. Facilita el comercio o intercambio de bienes y/o servicios. Siendo así, el dinero electrónico viene a ser el valor monetario almacenado en un soporte electrónico, que tiene por objeto facilitar las transacciones u operaciones que se efectúan mediante redes de ordenadores pudiendo asumir diversas modalidades.

En lo que concierne a la banca móvil, Muñoz (2020) explica que es el servicio que presta el sector financiero mediante aplicaciones a través de los dispositivos móviles, para la realización de transacciones financieras como pagos, compras, traslados y movimientos de dinero, sin necesidad de ninguna intermediación o atención por parte de personas y sin limitaciones de horario

Por otro lado, el Banco Central de Reserva del Perú, en adelante BCRP (2020), define al dinero electrónico como una innovación en los servicios de pagos que facilita la inclusión

financiera, acercando dichos servicios a las personas que no acceden a ellos. Dicha innovación requiere de un marco de regulación y supervisión adecuado para promover su seguridad y eficiencia como medio de pago.

En el concepto de la evolución financiera, De la Cuesta y Ruza (2009), dicen que el rubro financiero ha estado en permanente cambio, tal como lo ha señalado. Un mercado financiero es un lugar o mecanismo en el que se compran y venden instrumentos financieros y se determinan precios y volúmenes negociados. Históricamente, las operaciones se hacían en un lugar físico establecido, al que acudían compradores y vendedores. Un ejemplo de estos espacios son los edificios de las bolsas de valores existentes en todo el mundo. Con el desarrollo de las comunicaciones y la aparición de las modernas tecnologías, los procedimientos de negociación no requieren de la existencia de un espacio físico concreto, sino que algunos ya se realizan mediante comunicación telefónica, a través de ordenador o por otras vías.

Por otro lado, respecto a la bancarización en el Perú, los autores Izquierdo & Grillo (2020), dicen que, en el Perú, lo más evidente es la falta de educación sobre el precio del dinero. Ante esta situación, la respuesta a este gran problema es la desconfianza que muchos peruanos, y una gran cantidad de latinoamericanos, tienen frente al sistema bancario debido a que sienten que no sería factible disponer de su dinero de manera inmediata. Se estima que el 90 % de las transacciones comerciales en el Perú se realiza en efectivo (Banco Continental, 2019).

Prado (2020), indica que las entidades financieras se están enfocando, principalmente, en que las empresas y personas dejen de usar dinero físico y que todas sus transacciones se realicen digitalmente. Sin embargo, hay cierta resistencia al uso de estos nuevos canales virtuales, dado que los usuarios atribuyen cierto temor al riesgo de fraude y al desconocimiento de las nuevas tecnologías, lo cual los obliga a usar las antiguas herramientas para realizar sus operaciones, como el cheque, las letras, el pagaré, etc.

La justificación de la presente investigación es principalmente porque se va a determinar la influencia de los avances digitales y tecnológicos en la parte bancaria-tecnologica teniendo en cuenta que la era digital ha transformado la manera de realizar las actividades financieras, así como también, el propósito de este estudio se podrá conocer sobre el desarrollo de las entidades bancarias y en cuanto influye la banca digital con sus métodos financieros, de tal manera, puedan seguir creciendo en el mercado nacional y local implementando instrumentos innovadores que fomenten una nueva forma de atención a clientes. Asimismo, la justificación teórica de la presente investigación servirá de fuente de consulta a profesionales y personas interesadas en el tema de la inclusión financiera relacionada con la banca digital.

CAPÍTULO II. MÉTODO

El presente informe es una investigación descriptiva por el tipo de investigación según su finalidad o propósito, y por su diseño no experimental – transversal. Según los autores Hernández, Fernández, y Baptista (2003), la investigación descriptiva transversal es la que recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único, además, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

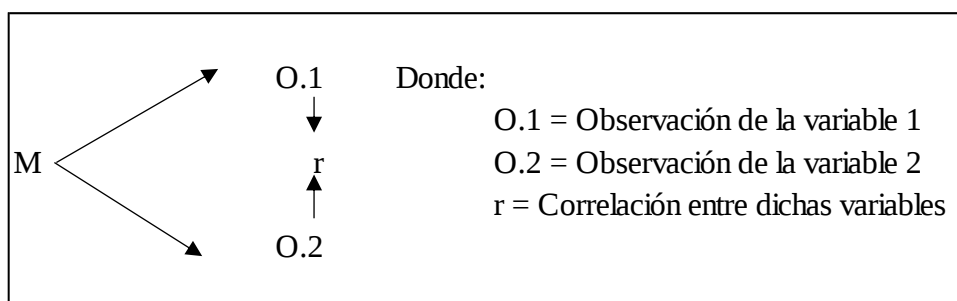


Figura N 1. Esquema de investigación descriptiva

Fuente: Peña (2012)

Respecto a la población, Arias (2006) afirma que la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Esta queda delimitada por el problema y los objetivos del estudio.

La población del presente trabajo de investigación está conformada por todos los servicios bancarios que ofrece el sistema financiero del Perú.

La muestra, según Carrasco (2005) indica que es una parte o fragmento representativo de la población, cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población.

En la presente investigación la muestra lo constituyen los servicios bancarios digitales que ofreció el sector bancario del Perú en el año 2020. Para la elección de la presente muestra se ha utilizado el tipo de muestreo por conveniencia, debido a que se tiene acceso a la información sobre las memorias anuales de los bancos en el Perú en el año 2020. Según los autores Otzen y Manterola (2017) definen que un muestreo dirigido por conveniencia permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador.

En lo concerniente a las técnicas de recolección de información, para el presente trabajo de investigación, se tiene la entrevista, el análisis documental y la encuesta:

Respecto a la técnica de entrevista, los autores Morgan y Cogger (1975) indican que es una conversación con propósito y que también es un proceso interactivo que involucra muchos aspectos de la comunicación que el simple hablar o escuchar, como ademanes, posturas, expresiones faciales y otros comportamientos comunicativos. En la presente investigación se realizará entrevistas a funcionarios de bancos que permita recopilar información respecto al tema.

Sobre la técnica análisis documental, los autores Taylor y Bogdan (1992), sostienen que es el tratamiento de los datos a través de un análisis comprensivo, articulado sobre la comprensión y rastreo de estos, mediante la búsqueda de categorías fundamentales en los hechos que se han descritos a lo largo de los diferentes instrumentos utilizados en la investigación cualitativa. Para la presente investigación se realizará el análisis de documentos como las memorias anuales de los bancos del Perú, datos estadísticos publicados en la Superintendencia de Banca y Seguros.

Sobre las encuestas, los autores Hernández, Fernández, y Baptista (2014), definen la encuesta como el instrumento más utilizado para recolectar datos, consiste en un conjunto de

preguntas respecto a una o más variables a medir. En la presente investigación se realizarán encuestas a diversos clientes para medir su satisfacción en relación a la banca digital.

En referencia a los instrumentos para el presente trabajo de investigación se tiene la guía de entrevista, la ficha de análisis documental y el cuestionario:

Respecto a la guía de entrevista, Canales (2006), define como la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto. Se aplicará una lista de preguntas relacionadas con el tema de investigación a los funcionarios de los bancos.

En lo que concierne a la ficha análisis documental, se aplicará para el análisis de documentos que, según el autor Arias (2012), indica que es un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información.

Respecto al cuestionario, se aplicará para desarrollar las diversas preguntas a los usuarios de los servicios bancarios digitales, según el autor Chasteauneuf (2009) define que un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir.

En cuanto al procedimiento para el desarrollo de los objetivos de la presente investigación se inició con la aplicación de la técnica análisis documental para la recopilación de información en la web de la Superintendencia de banca y seguros, en adelante SBS, el Banco central de reserva del Perú, en memorias anual de los bancos del Perú, y en la web dedicada al análisis de datos Ipsos con el fin de conocer los datos estadísticos y analizar los servicios digitales que los bancos ofrecen a sus clientes. Con la información ya obtenida se utilizó la técnica entrevista a los funcionarios especialistas con el tema para así determinar los factores de la banca digital que benefician a los clientes en la realización de sus operaciones financieras. Finalmente, se empleó la técnica encuesta para establecer el nivel de clientes que usaron

servicios bancarios digitales en el año 2020, consiste en la elaboración de preguntar para los clientes con el fin de desarrollar el objetivo. Del mismo modo se tomó en cuenta los datos estadísticos que permite tener un mayor sustento. Para el análisis de datos del presente trabajo de investigación se analizará la información recopilada elaborando tabulaciones con la herramienta Microsoft Excel 2019, con el fin de obtener los resultados arrojados por las encuestas que se les realizó a los clientes de los bancos, asimismo se analizó de la variación de las operaciones que hicieron los clientes con sus respectivos bancos.

Sobre los aspectos éticos, el presente trabajo de investigación ha considerado en su desarrollo cumplir con todas las normas éticas. Por ello, se ha cumplido con citar a los autores que se han considerado dentro de las bases teóricas, antecedentes y en otras partes de la presente tesis. Además, se ha seguido el estándar APA para el correspondiente citado en todas las partes que corresponden a otros autores.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Análisis de los canales digitales que los bancos utilizaron en el año 2020

Para el desarrollo del presente ítem se ha obtenido información utilizando el instrumento ficha de análisis documental (anexo N. °7) mediante el cual se analizaron las páginas webs y las memorias de los bancos, en consecuencia, de lo comentado se logró identificar los canales digitales que los bancos utilizaron en el año 2020.

Según la página web de Ipsos Perú, en el año 2020 se logró entrevistar a hombres y mujeres entre las edades de 18 a 70 años que poseen algún producto bancario, dicha entrevista tuvo por objetivo conocer la incidencia, hábitos y usos de la banca digital entre los bancarizados. Dicho trabajo de campo se realizó del 27 de Abril del 2020 al 18 de Mayo del 2020. A continuación, se mostrará esta figura y se procederá a explicar.

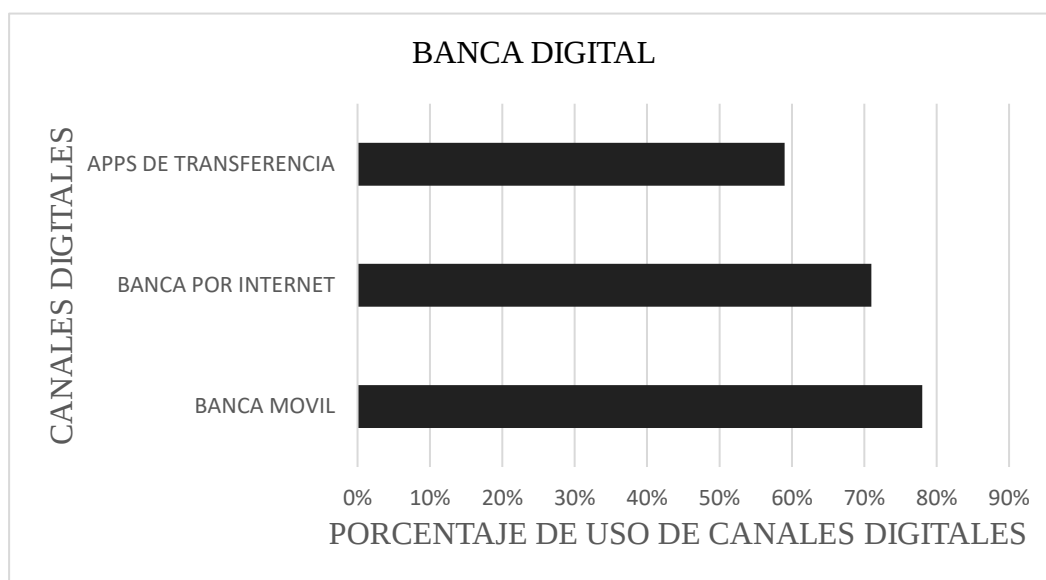


Figura N 2: *Uso de canales digitales de año 2020*

Fuente: Ipsos Perú

Elaboración: Propia

Según Ipsos Perú indica que el Perú en el año 2020 cuenta con 5.7 millones de personas (entre los 18 y 70 años de edad) que son usuarios de la banca digital y mediante esta figura, el uso de los canales digitales se divide en la Banca móvil (Aplicativos móviles) con un porcentaje del 78%, la Banca por internet con un porcentaje del 71% y las Apps de transferencia de dinero (Yape y/o Plin, etc.) cuenta con un 59%.

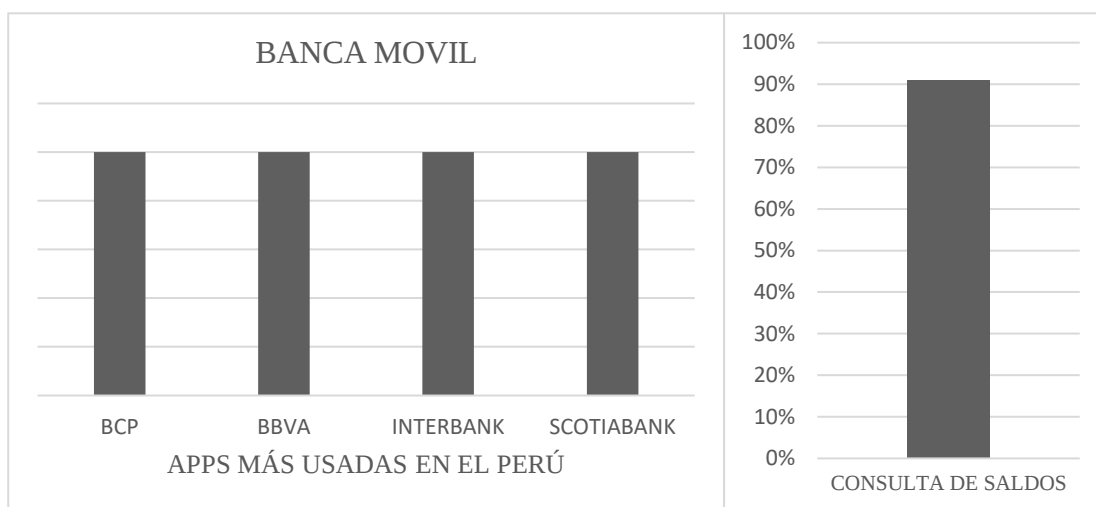


Figura N 3: Figura de la Banca móvil en el año 2020

Fuente: Ipsos Perú 2020

Elaboración: Propia

Se puede observar que las aplicaciones móviles, en adelante Apps, más usadas en el Perú en el año 2020 son de los 4 principales bancos y entre las operaciones más frecuentes de las Apps fueron la consulta de saldos con un 91%.

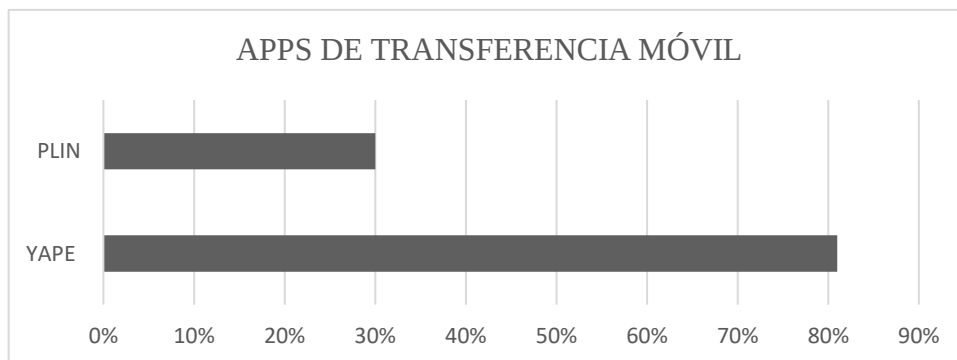


Figura N 4: Apps de transferencia móvil en el año 2020

Fuente: Ipsos Perú 2020

En esta figura se puede observar que, dos de los aplicativos más usados en el Perú, son el Yape del BCP y el Plin del BBVA. La aplicación con más demanda en uso fue Yape con un 81% sobre el 30% de la aplicación Plin.

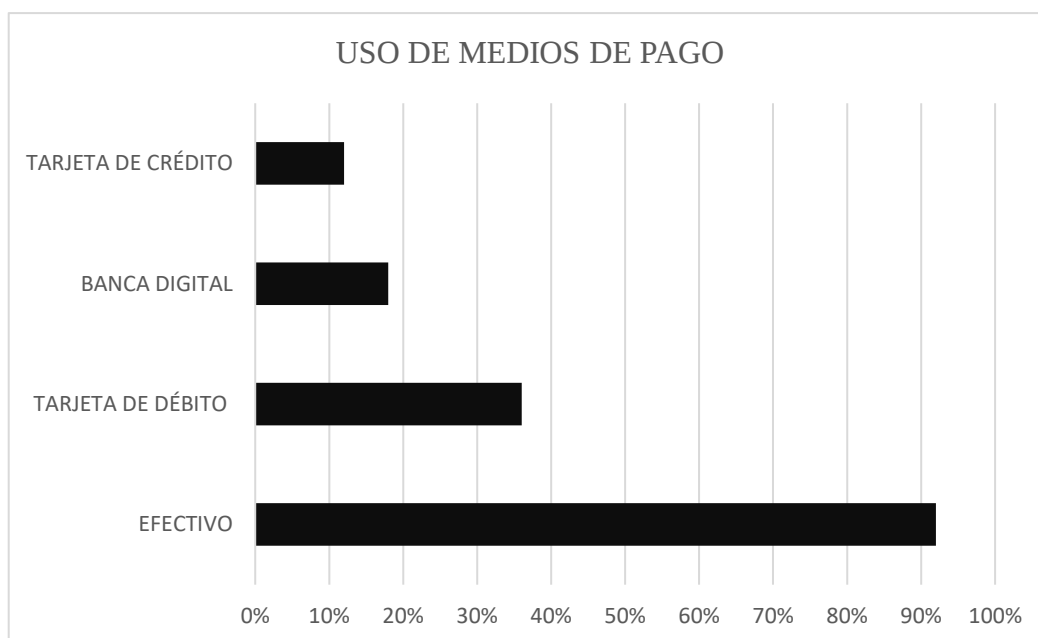


Figura N 5: *Uso de medios de pago en el año 2020*

Fuente: Ipsos Perú 2020

Elaboración: Propia

Según esta figura, en el Perú las personas usan como medio de pago el efectivo que tiene un 92%, seguido de las tarjetas de débito que tiene un 36%, la banca digital un 18% y un 12% las tarjetas de crédito.

A continuación, se desarrolla la información que los bancos tuvieron operaciones financieras a través de los canales digitales en el año 2020.

Banco de crédito del Perú (BCP):

Banca móvil: Es el primordial canal transaccional del banco al representar, en el año 2020, representa el 52 % del total de sus transacciones. La aplicación del BCP ha sido usada por 3.7 millones de consumidores únicos cada mes (cifra que

enseñó un aumento de 46 % frente al 2019) que transó S/. 133,305 millones a lo largo del año (73 % más que en el 2019).

En el contexto concreto del año 2020, y bajo el impacto del COVID-19, el canal ha crecido exponencialmente en cuanto a usuarios (principalmente en los primeros meses de cuarentena), con hasta 200.000 nuevos consumidores y 287.000 clientes que volvieron a bajar y utilizar la aplicación. El canal permitió a varios usuarios minimizar sus interrelaciones físicas y, con ello, sentirse más tranquilos y salvaguardados.

Yape: Es un aplicativo móvil (App) con el que se puede mandar y recibir dinero de forma plenamente gratuita las 24 horas del día. Para eso, solo se necesita el número celular de los contactos o un código QR (Quick Response) de Yape. Por lo tanto, la app de Yape cierra el año 2020 con más de 5,1 millones de clientes, 20 millones de transacciones mensuales, S/ 7.200 millones de transferencias acumuladas, más de 761.000 microempresas afiliadas y más de 650,000 personas incluidos.

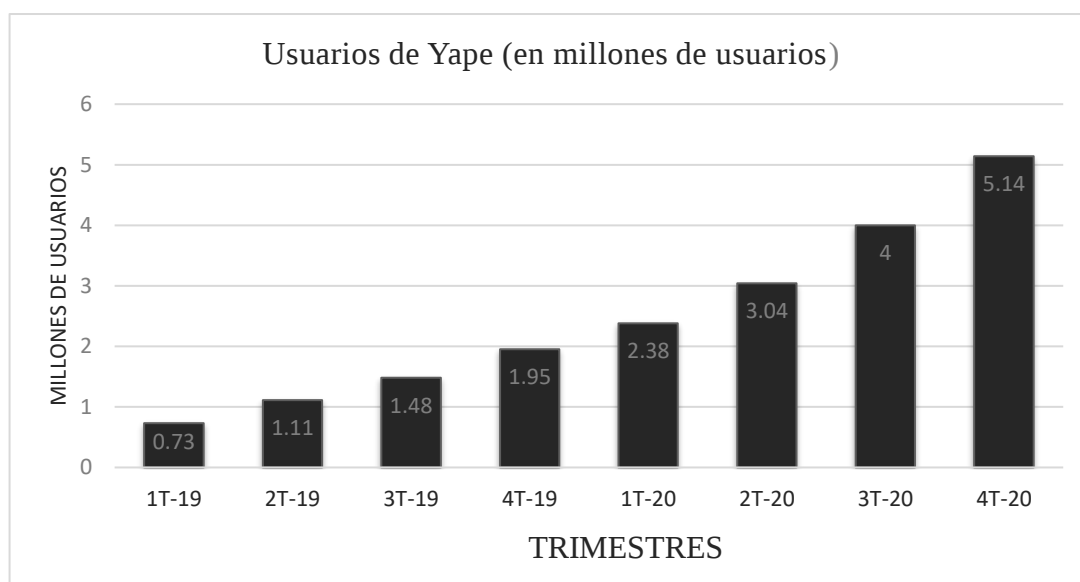


Figura N 6: Número de usuarios de Yape en los años 2019-2020

Fuente: Banco de crédito del Perú

Según el gráfico, el incremento de yaperos se dio de manera escalonada y forma trimestral empezando por el primer trimestre del año 2019 (1T-19) iniciando con más de 700,000 usuarios, estos incrementos se dieron por el contexto de la pandemia Covid-19 y se espera, para el año 2021, tener más de 10 millones de usuarios. En cuanto a usuarios activos, más del 45% utilizan la aplicación Yape al menos en los últimos 30 días.

Plataformas digitales (Kioskos): Al cierre del año 2020, 358 sucursales del Banco BCP cuentan con una o más plataformas digitales, las 24 horas del día, realizan consultas móviles y de saldo, tasas y gastos, apertura de cuentas de ahorro, recojo y restauración de tarjetas de débito, activación de tokens digitales y generación de clave de 6 dígitos

Al cierre del año 2020 el BCP posee 712 plataformas virtuales que hicieron un total de 12.4 millones de transacciones. Como efecto, se ayudó a 1.1 millones de personas a abrir sus cuentas y/o recoger sus tarjetas de débito en una plataforma auto atendida digital, teniendo aproximadamente 500,000 visitas únicas mensuales.

En el año 2020, el BCP inició la renovación tecnológica del hardware de todo el parque de plataformas virtuales. Con la ayuda de este nuevo hardware el banco BCP espera mejorar la vivencia de los consumidores en todos los segmentos atendidos. A cierre de año 2020 el BCP llegó a renovar 476 plataformas virtuales.

Clara BCP chatbot: Es una asistente virtual que ofrece el BCP ayudando en sus consultas a los usuarios de manera rápida y sencilla. Y es por eso que, en el año 2020, BCP relanzó el chatbot a través de Clara BCP. El nuevo chatbot además de brindar información general de los diferentes productos y servicios que ofrece el banco también resuelve consultas transaccionales relacionadas con: cuentas, tarjeta de

crédito, seguros BCP y créditos personales. Cerca de 630 mil usuarios comenzaron una conversación con Clara BCP desde su lanzamiento en mayo.

Centro de contacto o Banco telefónica: En el año 2020 el Centro de Contacto del BCP ha sido un canal protagónico en la atención de consumidores. A partir de mediados de marzo del año 2020, la inacción de la nación hizo que reduzca una sección de las llamadas regulares, sin embargo, esto generó una totalmente nueva demanda que alcanzó niveles hasta 50 % más grandes comparativamente a principios de año.

Ante la incertidumbre, el BCP tuvo limitaciones de aforo en las sedes, a pesar de la inmovilización, el BCP pudo mantener su línea activa los 7 días de la semana para los servicios críticos, y potenciando nuevos canales por email y redes sociales. La operación se reorganizó inmediatamente aplicando novedosas líneas especializadas para atender consultas sobre reprogramaciones de deudas y otras consultas propias de la coyuntura como la de información para cobro de bonos, atención de retiros de AFP y disposición CTS, dando de esta forma un servicio particular tanto a consumidores como no consumidores, con tiempos de contestación inclusive superiores a los del año anterior.

Banca por internet: En el año 2020, el BCP laboró en afirmar la disponibilidad del canal. La coyuntura hizo que la utilización de la plataforma se aumente de manera considerable pasando de 218 a 321 millones de transacciones anuales. El BCP cerró el año 2020 con más de 1 millón de consumidores al mes usando el canal y un total de S/ 39,908 millones anuales de monto transado.

Agentes BCP: En el año 2020, el BCP conformó negocios minoristas llamados Agentes BCP, que brindan atención a consumidores y no consumidores de todos los sectores económicos, quienes mayormente cuentan con menor acceso a los canales digitales. Las operaciones bancarias se hacen en locales como bodegas, farmacias, librerías y locutorios, entre otros rubros. Dicho esto, el BCP Al cierre del año 2020 existían 6,993 Agentes BCP a lo largo del Perú, que hicieron un total de 352 millones de transacciones.

En el año 2020, el BCP comenzó el piloto de nueva plataforma Agente BCP, el cual se apoya en la renovación del hardware y programa del canal, con la intención de facilitar las transacciones para el socio representante, y minimizar el grado de fallas técnicas.

De esta manera, los Agentes BCP fue un exclusivo canal que consiguió conservar su satisfacción a lo largo del confinamiento en beneficio de consumidores y no consumidores.

Banco BBVA:

BIM (Billetera móvil): Es un canal de simple ingreso, bajo costo y que ahorra tiempo. BIM se fundamenta en una plataforma de dinero electrónico que posibilita entrar a partir de un celular al sistema financiero, transferir fondos y abonar varios servicios. Un teléfono inteligente es el mejor aliado para afiliarse: únicamente se necesita un celular activo, indicar el número de su documento Nacional de Identidad (DNI) y la entidad financiera que cuidará su BIM.

En alianza con la ASBANC (Asociación de bancos del Perú) y PDP (Pagos Digitales Peruanos), el BBVA lanzó en febrero de 2016 BIM (billetera móvil), una propuesta de pagos móviles entre todos los bancos del sistema.

BIM contaba, al cierre del año 2020, con 26 entidades financieras participantes, más de 1.1 millones de usuarios (de los cuales 137 mil eligieron a BBVA como emisor) y más de 12 millones de transacciones realizadas en el canal; es decir, más del 57% y más del 11%, respectivamente, en comparación con el año anterior.

Banca por internet: La página web de BBVA (www.bbva.pe) recibió en el año 2020 aproximadamente 61 millones de visitas. El portal público permitió acceder a la zona privada Banca por Internet, la cual se registró más de 960 millones de transacciones durante el periodo concluido.

El banco BBVA cuenta con 4.6 millones de clientes activos, de los cuales 3.3 millones se encuentran afiliados a los canales digitales.

Banca móvil: La banca móvil crece de manera continua y en el año 2020 obtuvo 1,087k clientes móviles, lo que representa una penetración de 45.75% dentro de los clientes. La permanente evolución de la app Banca Móvil el banco BBVA permitió realizar 3,656 millones de transacciones desde ese tipo de dispositivos.

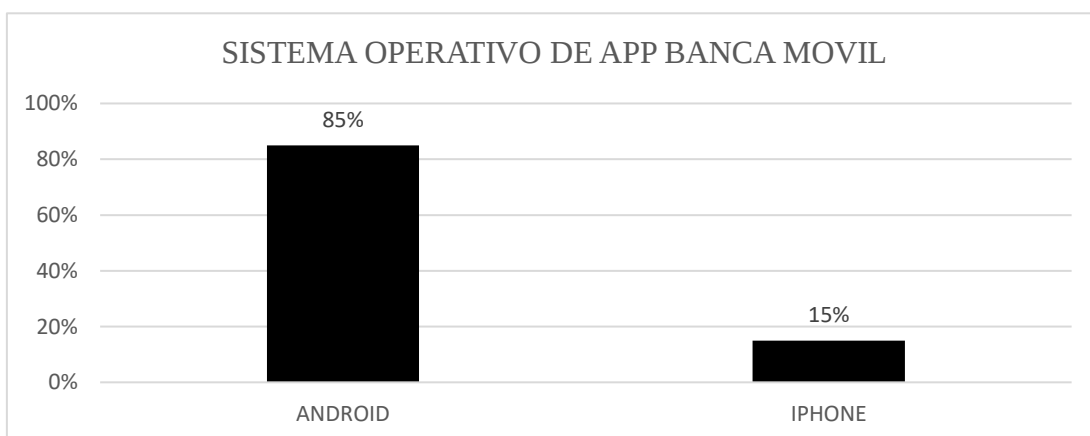


Figura N 7: Porcentaje de sistema operativos que utilizaron App en año 2020

Fuente: Banco de crédito del Perú

Agente BBVA: En el año 2020, el canal Agentes BBVA creció en más de 5,200 puntos de atención al cliente, lo cual consolidó la existencia del banco BBVA a grado nacional. Al cierre del año, este contaba con 5,206 agentes, 43% de ellos localizados en provincias.

Tabla 1:

Información de puntos y número de transacciones del BBVA

Año	Número de puntos de atención al cliente	Número de transacciones
2020	5206	55,307,432
2019	5366	46,006,997
2018	6617	39,304,994
2017	6831	28,830,000

Fuente: Memoria anual BBVA 2020

Banco Interbank:

La emergencia sanitaria impulsó notablemente la digitalización de los servicios bancarios. Así, el proceso de transformación digital se aceleró aún más y entre los que se encuentran:

Tunki: Primera aplicación de transacciones 100% digital. Posibilita abrir una cuenta bancaria sin acercarse a la tienda, sin necesidad de una tarjeta y sin hacer pago alguno. Este canal digital permitió más de 150 mil beneficiarios reciban el primer bono “Yo me quedo en casa”, así como los demás bonos emitidos por el Estado en la emergencia sanitaria.

Plin: Es una herramienta integrada a la aplicación móvil que permite realizar transferencias interbancarias inmediatas de forma gratuita, tan solo con su número de celular, y entre los bancos asociados. Además, este canal es utilizado también por BBVA, Scotiabank, BanBif entre otros. Al cierre de diciembre del año 2020 y en tan solo once meses, superó los 2.8 millones de afiliados.

En la siguiente tabla se observa los números de porcentajes de dos años consecutivos y su variación que este tuvo. Durante el año 2019 el banco INTERBANK tuvo un 62.6% de clientes digitales y a raíz de la pandemia, este se incrementó a un 75,3% llegando a tener una variación en aumento del 12.70% respectivamente. Además, los clientes 100% (que no acuden a centros de atención) tuvo un incremento del 25.9% respectivamente en comparación a los años 2019 y 2020. Y por último está el % de adquisición digital (clientes nuevos captados por los canales digitales) tuvo una variación en aumento del 22.30%.

Tabla 2:

Cuadro comparativo 2019 – 2020 de los clientes digitales

Concepto	Dic-19	Dic-20	Variación
Clientes digitales (usuarios app y web)	62.60%	75.30%	12.70%
Clientes 100% digitales	31.90%	57.80%	25.90%
% adquisición digital	21.90%	44.20%	22.30%

Fuente: Memoria anual 2020 Interbank

Banco de la Nación:

El año 2020 representó un desarrollo fundamental para el Banco de la Nación en la digitalización de las operaciones, impulsada por las medidas de confinamiento implementadas por el Estado como medida para contener el progreso de la enfermedad pandémica ocasionada por el coronavirus.

La Banca Celular y la app continuaron afianzándose como los primordiales aplicativos digitales para los consumidores del Banco, mientras tanto que Págalo.pe se consolidó como la aplicación virtual de pagos del Estado para consumidores y no consumidores del Banco

Págalo.pe: Es una plataforma de pagos en línea del Estado Peruano desarrollada por el Banco de la Nación, diseñada para simplificar el pago de tasas, multas y servicios de diferentes entidades públicas, así como el pago de impuestos de la Sunat, sin necesidad de que el ciudadano tenga que ir a una agencia del Banco.

Al cierre de 2020, se ha encontrado disponibles 548 en Págalo.pe tasas correspondientes a 38 entidades del sector público: Poder Judicial, Migraciones, Reniec, Policía Nacional del Perú (PNP), Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), Ministerio de Defensa, Instituto Nacional Penitenciario (INPE), Organismo Supervisor de las Contrataciones del Estado (OSCE), entre otras instituciones.

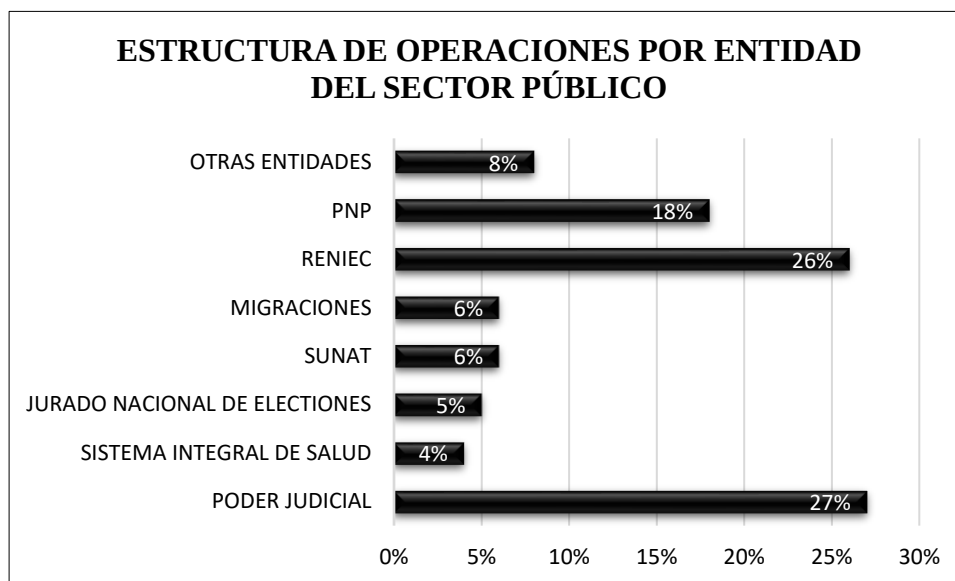


Figura N 8: Estructura de operaciones por entidad del sector público

Fuente: Memoria anual 2020 Banco de la Nación

En el año 2020 se realizaron más de 3.5 millones de operaciones, lo que significó un importante crecimiento de 181% respecto de 2019, alcanzando volúmenes mensuales máximos por encima de 496 mil operaciones y continuando su tendencia de crecimiento desde su lanzamiento en 2017.

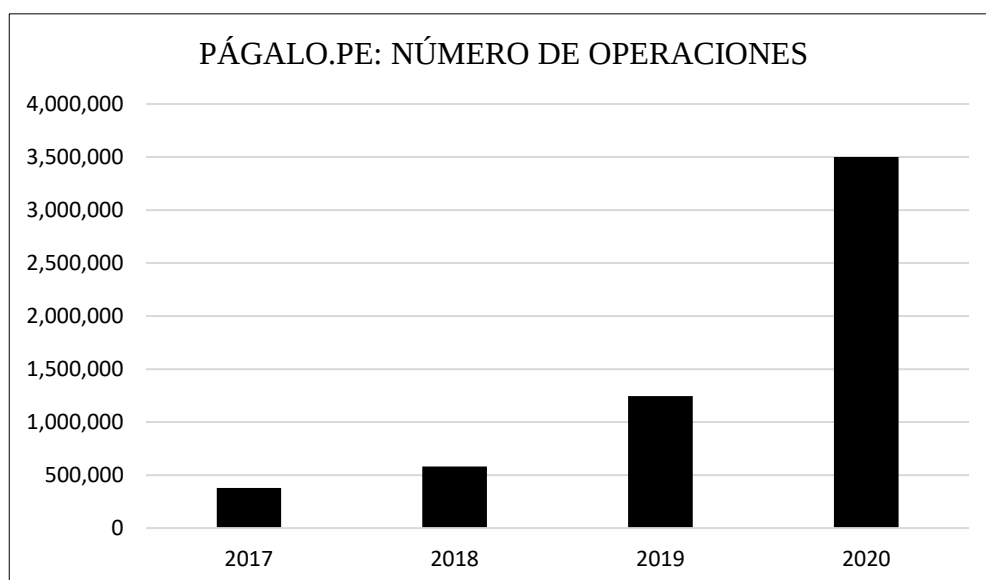


Figura N 9: Número de operaciones de págalos del 2017 al 2020

Fuente: Memoria anual 2020 Banco de la Nación

Banca celular: A diciembre de 2020, se encuentran afiliados a Banca Celular más de 2.31 millones de clientes, de los cuales 320 mil corresponden a nuevas afiliaciones.

Tabla 3:

Banca celular: Número de afiliaciones

BANCA CELULAR: NÚMERO DE AFILIACIONES		
PERIODOS	Nº AFILIACIONES	VARIACIÓN
2017	1,140,000	
2018	1,530,000	390,000
2019	1,990,000	460,000
2020	2,310,000	320,000

Fuente: *Elaboración propia*

Durante el año 2020 se realizaron más de 128 millones de operaciones, con un crecimiento de 76.3% respecto de 2019. Asimismo, se constituyó como el principal canal para el pago del subsidio económico otorgado por el Gobierno a la población vulnerable.

Tabla 4:

Banca celular: Número de operaciones

BANCA CELULAR: NÚMERO DE OPERACIONES (miles)			
PERIODOS	Nº OPERACIONES	VARIACIÓN	VARIACIÓN %
2016	26,662		
2017	40,454	13,792	52%
2018	55,719	15,265	38%
2019	72,642	16,923	30%
2020	128,096	55,454	76%

Fuente: *Elaboración propia*

El importe de las operaciones en el canal Banca Celular ascendió a S/ 7 478 millones, superior en 232.3% al registrado el año anterior.

Tabla 5:

Banca celular: Importe de operaciones

BANCA CELULAR: IMPORTE DE OPERACIONES (millones de soles)			
PERIODOS	Nº OPERACIONES	VARIACIÓN	VARIACIÓN %
2016	534		
2017	972	438	82%
2018	1,564	592	61%
2019	2,250	686	44%
2020	7,478	5,228	232%

Fuente: *Elaboración propia*

Multired virtual: El canal está disponible a través de internet y ofrece un servicio seguro al cliente con el uso de la clave de internet de 6 dígitos y el token. A través de este canal se pueden realizar operaciones de consulta de saldos, últimos movimientos, transferencias al mismo banco, transferencias interbancarias, envío de giros a nivel nacional, pagos de servicios de luz y agua, entre otras operaciones. En el año 2020 se efectuaron más de 21 millones de operaciones, con un incremento de 19.1% respecto de 2019.

Tabla 6:

Multired Virtual: Importe de operaciones

MULTIRED VIRTUAL: NÚMERO DE OPERACIONES (miles de operaciones)			
PERIODOS	Nº OPERACIONES	VARIACIÓN	VARIACIÓN %
2016	17,307		
2017	18,439	1,132	7%
2018	18,696	257	1%
2019	18,167	-529	-3%
2020	21,645	3,478	19%

Fuente: *Elaboración propia*

App del Banco de la Nación: La app del Banco de la Nación es una aplicación desarrollada exclusivamente para los clientes, la cual permite realizar las siguientes operaciones: consulta de saldos y movimientos, de CCI, de cuenta CTS, ampliación de préstamos Multired, transferencias al mismo banco, emisión de giros, transferencias interbancarias y pagos de tarjeta de crédito (inmediatos y diferidos), pagos de servicios, pago a empresas y recargas telefónicas, así como retiros sin tarjeta.

En el año 2020 la App Banco de la Nación, 1, 230, 371 clientes cuentan con la app instalada y activa en sus teléfonos celulares. En este periodo se efectuaron más de 112 millones de operaciones, con un importante aumento de 93.7% respecto de 2019.

Tabla 7:

App Banco de la Nación: Número de operaciones

APP BANCO DE LA NACIÓN: NÚMERO DE OPERACIONES (miles de operaciones)			
PERIODOS	Nº OPERACIONES	VARIACIÓN	VARIACIÓN %
2018	24,079		
2019	57,899	33,820	140%
2020	112,152	54,253	94%

Fuente: *Elaboración propia*

En este mismo año, el importe de las operaciones en el canal App Banco de la Nación ascendió a S/ 1 034 millones, superior en 349.6% al registrado el año anterior.

Tabla 8:

App Banco de la Nación: Importe de operaciones

APP BANCO DE LA NACIÓN: IMPORTE DE OPERACIONES (millones de soles)			
PERIODOS	Nº OPERACIONES	VARIACIÓN	VARIACIÓN %
2018	55		
2019	230	175	318%
2020	1,034	804	350%

Fuente: *Elaboración propia*

Cajeros automáticos: El canal permite a los clientes del Banco de la Nación realizar retiros de efectivo en la red de cajeros locales e internacionales afiliados a Visa y Mastercard. Durante el año 2020 se realizaron 3.5 millones de operaciones, con un incremento de 7.5% respecto del año anterior.

Tabla 9:

Cajeros automáticos: Número de operaciones

CAJEROS AUTOMÁTICOS: NÚMERO DE OPERACIONES (miles de operaciones)			
PERIODOS	Nº OPERACIONES	VARIACIÓN	VARIACIÓN %
2016	4,261		
2017	3,813	-448	-11%
2018	3,580	-233	-6%
2019	3,241	-339	-9%
2020	3,483	242	7%

Fuente: *Elaboración propia*

En resumen, los canales digitales utilizados en el Perú en el año 2020 por los bancos son la banca móvil de BCP que este es un canal primordial ya que representa un 52% del total de sus transacciones en el año 2020, además, el canal permitió a varios usuarios minimizar sus interrelaciones físicas y, con ello, sentirse más tranquilos y salvaguardados. Otro canal digital muy utilizado por los usuarios es Yape que es un aplicativo móvil con el que se puede mandar y recibir dinero de forma plenamente gratuita las 24 horas del día. Por lo tanto, la app de Yape cierra el año 2020 con más de 5,1 millones de clientes, 20 millones de transacciones mensuales, S/ 7.200 millones transacciones acumulados, más de 761.000 microempresas afiliadas y más de 650,000 personas incluidos. En cuanto a usuarios activos, más del 45% utilizan la aplicación Yape al menos en los últimos 30 días. Igualmente, la banca por internet del BCP, debido a la coyuntura, hizo que la plataforma se aumente de manera

considerable pasando de 218 a 321 millones de transacciones anuales. Del mismo modo, el banco BBVA, a través de la banca por internet, el portal público permitió acceder a la zona privada, la cual se registró más de 960 millones de transacciones durante el periodo concluido. Y unas de las plataformas más usadas por los usuarios en Tunki que pertenece al banco Interbank, es una aplicación gratuita y permite vincular una tarjeta Interbank sin comisiones y sin necesidad de tener que ir al banco. Este canal digital permitió más de 150 mil beneficiarios reciban el primer bono «Yo me quedo en casa», así como los demás bonos emitidos por el Estado en la emergencia sanitaria.

Por otro lado, está el Banco de la Nación que cuenta con diferentes canales digitales, como el Págalo.pe que es una plataforma de pagos en línea del Estado Peruano, diseñada para simplificar el pago de tasas, multas y servicios de diferentes entidades públicas, como el pago de impuestos de la Sunat, sin necesidad de que el ciudadano tenga que ir a una agencia del Banco.

3.2. Análisis de los beneficios de la banca digital para el desarrollo de la inclusión financiera en el Perú.

Para el desarrollo del presente ítem se ha obtenido información utilizando el instrumento guía de entrevista (anexo N° 3 y 4), en el cual se realizaron preguntas a funcionarios de banca para obtener información sobre los beneficios o características de la banca digital que promueven el desarrollo de inclusión financiera.

De acuerdo al análisis realizado en la investigación se encontraron como características o dimensiones de la inclusión financiera el acceso, uso y calidad. Es importante que los bancos promuevan puntos de acceso e infraestructura y oferta de servicios de calidad que se encuentren al alcance de la población, también medir la intensidad con la cual los usuarios emplean los servicios financieros y que tales servicios se ajusten a las necesidades de los usuarios.

Banco de Crédito del Perú tiene como objetivo impulsar la inclusión financiera a través de Yape, incluyendo a 10 millones de usuarios para el año 2021, a una plataforma digital que cumpla con los factores de acceso, uso y calidad. Asimismo, el banco BBVA ofrece a sus clientes ahorrar tiempo a través de su plataforma virtual (aplicativo móvil) permitiéndoles realizar transferencia de dinero hasta un monto máximo de S/30,000.00 diarios y de esa forma busca fomentar la inclusión financiera en el Perú. Ambas entidades se enfocan más por los clientes que no tienen acceso a los canales físicos, es por ello su preocupación por ofrecer diversos canales digitales como; banca por internet, banca móvil y billetera digital. También presentan nuevas iniciativas que buscan que los clientes generen su propio historial crediticio (aplicativo Ando).

De acuerdo a las entrevistas realizadas, los funcionarios de banca comentan que uno de los mayores retos que enfrentan las entidades bancarias es la desinformación de los clientes sobre los canales digitales que los bancos ofrecen, muchos clientes tienen y

tenían el temor de ser estafados a través del internet, por ello siempre utilizaban el dinero físico por temas de “seguridad”. Hoy en día se está sumando todos los esfuerzos para educar y digitalizar cada vez a más peruanos a través de todos nuestros canales digitales para que sean más clientes quienes busquen auto atenderse sin temores y recibiendo un servicio digital de calidad en cualquier parte del Perú.

A continuación, se presenta el análisis de los beneficios de la banca digital que contribuyen al desarrollo de inclusión financiera, teniendo en cuenta que el acceso, uso y calidad se definen como las dimensiones o características propias de la inclusión financiera.

Tabla 10:

Beneficios de la Banca Digital

BENEFICIO DE LA BANCA DIGITAL	INCLUSIÓN FINANCIERA		
	ACCESO	USO	CALIDAD
Ahorro de costos y comisiones			x
Autoatención		x	
Facilidad y seguridad	x		
Sin restricción horaria	x		
Información financiera desde una computadora o celular	x		
Mayor salubridad		x	
Oferta de productos digitales			x
Comunicación más fluida con los clientes		x	
Facilidad en los pagos digitales	x		
Ahorro de tiempo	x		

Fuente: *Elaboración propia*

Inclusión Financiera: Acceso al sistema financiero

ACCESO: Hace referencia a la existencia de puntos de atención e infraestructura, considerando la ubicación geográfica de los mismos y una oferta de servicios de calidad que está al alcance de la población. En lo que concierne a la seguridad y facilidad, los usuarios tienen toda esa información que se encuentra en los diversos canales que tienen

los bancos, de igual manera, la seguridad cumple un rol importante debido a que los clientes pueden realizar sus transacciones sin exponerse a los posibles asaltos que ocurren en distintas regiones. También, la facilidad de pagos digitales tiene una función importante dado que mediante las aplicaciones se pueden automatizar los pagos sin pagar comisiones ni penalidades. Y finalmente está el ahorro de tiempo que permite realizar a los clientes conocer sus movimientos-transacciones y verificar sus estados de cuenta todo en tiempo real sin la necesidad de ir a los bancos.

Inclusión Financiera: Uso del sistema financiero

USO: Se considera que es la frecuencia e intensidad con la que la población emplea productos y servicios financieros. Este beneficio que tiene la banca digital, es la autoatención, este está disponible las 24 horas del día y los 7 días de la semana en cual el usuario puede realizar sus trámites y transacciones sin necesidad de ir a una agencia y esto se fue y es útil durante la cuarentena promulgada por el Gobierno. Además, la salubridad beneficia a los clientes y no clientes debido a que los pagos sin contacto y las transacciones digitales se han convertido en la mejor alternativa para evitar la propagación de enfermedades.

Inclusión Financiera: Calidad del sistema financiero

CALIDAD: se refiere a la existencia de productos y servicios financieros que se ajustan a las necesidades de la población. Sobre los beneficios de la banca digital, el ahorro de costos y comisiones, los clientes tienen un mayor control sobre costos de sus operaciones ya que no necesitan ir a las agencias o bancos, dicho esto, los usuarios se ven beneficiados en sus finanzas.

En resumen, los bancos promueven puntos de acceso e infraestructura digital y oferta de servicios digitales de calidad que se encuentren al alcance de la población, también miden la intensidad con la cual los usuarios emplean los servicios digitales financieros y que tales servicios se ajusten a las necesidades de los usuarios. Por tal motivo, el Banco de Crédito del Perú tuvo como objetivo impulsar la inclusión financiera a través de su canal digital Yape, en el periodo 2019 tuvo un cierre de 1.95 millones de usuarios en comparación al año 2020 que tuvo un incremento de 3.19 millones de usuarios, facilitando una plataforma digital que cumpla con los factores de acceso, uso y calidad. Asimismo, el banco BBVA ofrece a sus clientes ahorrar tiempo a través de su plataforma virtual (aplicativo móvil) permitiéndoles realizar transferencia de dinero hasta un monto máximo de S/30,000.00 diarios y de esa y otras formas busca fomentar la inclusión financiera en el Perú. Hoy en día, los bancos están sumando todos los esfuerzos para educar y digitalizar cada vez a más personas a través de todos los canales digitales para que sean más clientes quienes busquen auto atenderse sin temores y recibiendo un servicio digital de calidad en cualquier parte del Perú.

3.3. Cantidad de clientes que usaron servicios bancarios digitales en el año 2020

En este ítem se establece a través de las encuestas realizadas a diversos clientes de los bancos sobre qué servicios bancarios digitales utilizaron en el año 2020. Posteriormente, serán analizados y representados visualmente por medio de cuadros y gráficos de barras. Para el desarrollo de este ítem se aplicó el instrumento cuestionario (Anexo N° 9) para 150 personas cuyos resultados se presentan a continuación:

NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS USUARIOS DEL SISTEMA BANCARIO DIGITAL

Para la presente investigación se ha distribuido los niveles socioeconómicos A, B y C tomando como base lo establecido por el autor Vera (2013).

Nivel A: Tiene como características que son familias conformados de 2 a 3 personas, tienen estudios y grados superiores y tienen un alto ingreso salarial.

Nivel B: Tiene como características que son familiar conformadas por 3 a 4 integrantes, estudios universitarios completos e ingresos salariales promedio.

Nivel C: Tiene por características familias de 5 a 6 integrantes, así como también, cuentan con estudios básicos y sus ingresos salariales se aproxima a poco más de la remuneración mínima vital.

Tabla 11:

Nivel socioeconómico de usuarios de servicios bancario del año 2020

NIVEL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
A	30	20%
B	95	63%
C	25	17%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

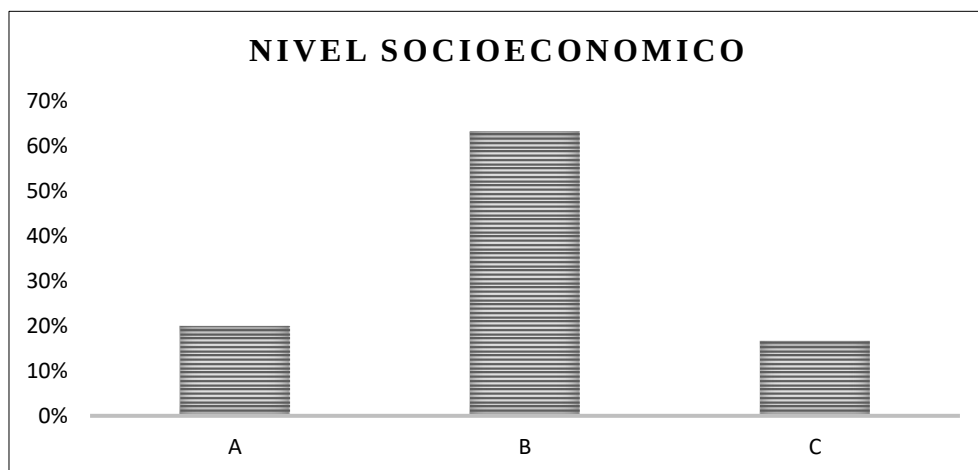


Figura N 10: Nivel socioeconómico

Fuente: Elaboración propia

Según la figura sobre el nivel socioeconómico, el 63% de los encuestados pertenecen al sector socioeconómico B, el sector A representa un 20% y el sector C tiene un 17% respectivamente. Esto quiere decir que la gran parte de los encuestados está concentrada en personas de ingreso promedio lo que corresponde al sector B.

NIVEL DE EDADES QUE TIENEN LOS USUARIOS DE SERVICIOS BANCARIOS DIGITALES

Para la investigación el nivel de edades de los usuarios fue tomado de la siguiente manera: Juventud (entre 18 – 24 años), adultez (entre 25 – 44 años) y adulto mayor (entre 45 a 65 años). A continuación, se muestra el resultado de la encuesta a los usuarios de servicios bancarios digitales.

Tabla 12:

Edades de usuarios bancarios año 2020

EDADES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ENTRE 18 - 24 AÑOS	90	60%
ENTRE 25 - 44 AÑOS	43	29%
ENTRE 45 - 65 AÑOS	17	11%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

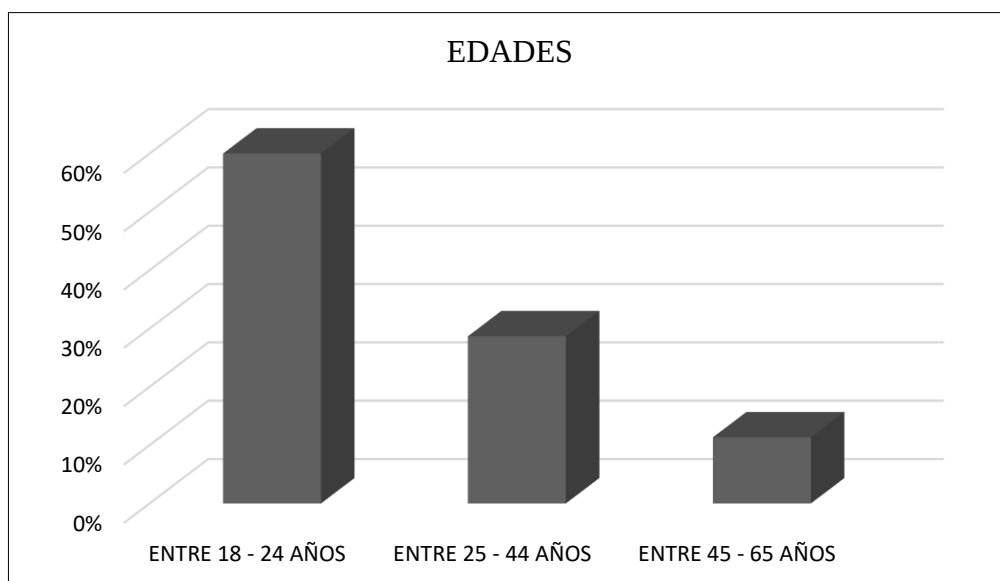


Figura N 11: Edades

Fuente: *Elaboración propia*

Según la figura indica que el 60% de personas que usan los servicios digitales son jóvenes entre un rango entre 18 – 24 años, seguido de los usuarios entre 25 – 44 años con un 29% y por último el 11% de los encuestados tienen una edad entre 45-65 años. Esto demuestra que la juventud está más enlazada con el tema digital, caso contrario ocurre con los adultos mayores, que no se encuentran relacionados con la era digital.

GÉNERO DE LOS USUARIOS DE SERVICIOS DIGITALES BANCARIOS 2020

Con la finalidad de obtener información por género de los servicios digitales bancarios se estableció como femenino, masculino y se adicionó la opción “prefiero no decirlo” porque algunas personas consideran que un tema de índole personal, pero en este caso el total de los encuestados marcaron el género masculino y femenino.

Tabla 13:

Género de los encuestados de servicios bancarios en el año 2020

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	73	49%
MASCULINO	77	51%
PREFIERO NO DECIRLO	0	0%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

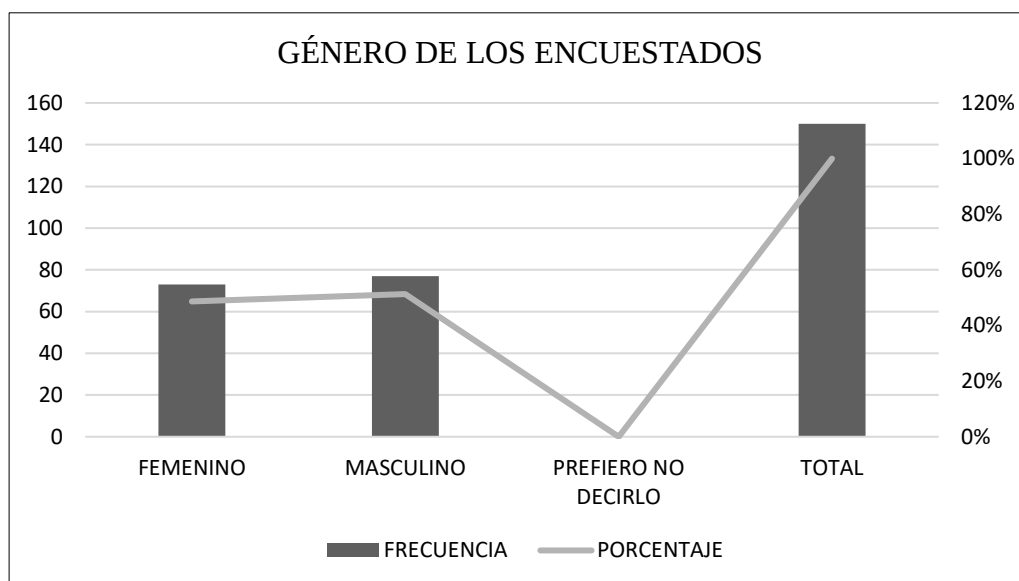


Figura N 12: *Género de los encuestados*

Fuente: *Elaboración propia*

En la figura se puede observar que el existe un porcentaje menor del género masculino con respecto al género femenino con un 51% sobre un 49%. De igual manera, el uso es indistinto y no hay predominancia de ningún género.

ENTIDADES BANCARIAS EN LAS QUE LOS USUARIOS REALIZAN SUS TRANSACCIONES DIGITALES

A continuación, se muestra los resultados de qué bancos son clientes los usuarios bancarios, principalmente la respuesta está determinada del banco que más utilizan debido a que muchos usuarios trabajan con distintas entidades bancarias.

Tabla 14:

Usuarios digitales de los bancos

BANCOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BCP	65	43%
SCOTIABANK	20	13%
BBVA	25	17%
INTERBANK	36	24%
BANCO DE LA NACIÓN	4	3%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

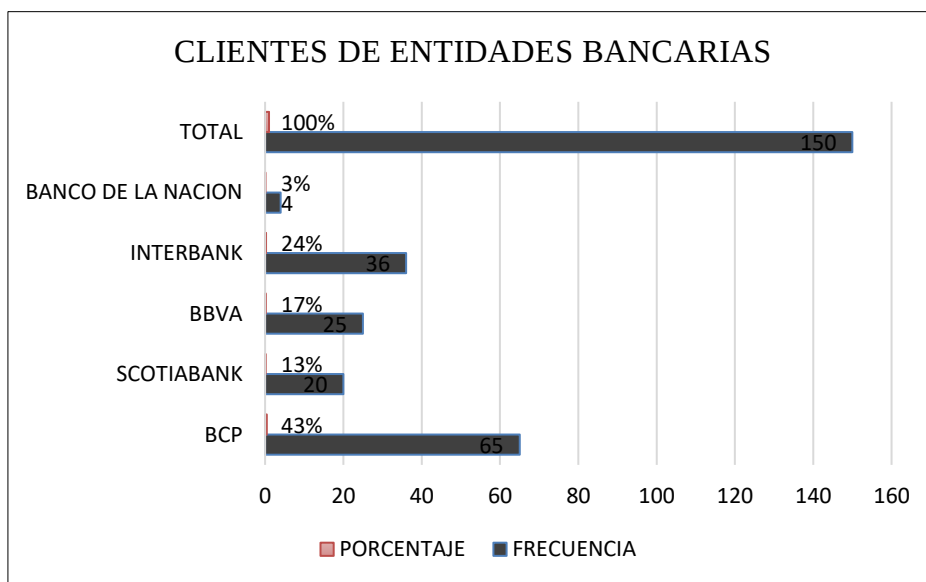


Figura N 13: *Clientes de entidades bancarias*

Fuente: *Elaboración propia*

Según la figura, se determinó que los usuarios digitales de los bancos optan por las entidades en el cual ocupa en primer lugar al Banco de Crédito del Perú con un 43%, seguido del banco Interbank con 24% respectivamente, como tercer y cuarto lugar están los bancos de BBVA y Scotiabank con un porcentaje del 17% y 13% y por último está el Banco de la Nación con un 4%, que a pesar busca tener inclusión financiera aún es un porcentaje bajo del sector público, por lo tanto, es la banca privada es la que prevalece.

CONOCIMIENTO DEL USUARIO SOBRE LOS SERVICIOS QUE OFRECE SU PRINCIPAL BANCO SOBRE LA BANCA DIGITAL

El conocimiento que tienen los usuarios sobre los servicios que ofrecen sus bancos muchas veces suele ser casi nulo, es por eso que, mediante esta pregunta se determina si tienen conocimiento o no sobre los servicios de la banca digital.

Tabla 15:

Conocimiento de banca digital de los usuarios en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	135	90%
NO	15	10%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

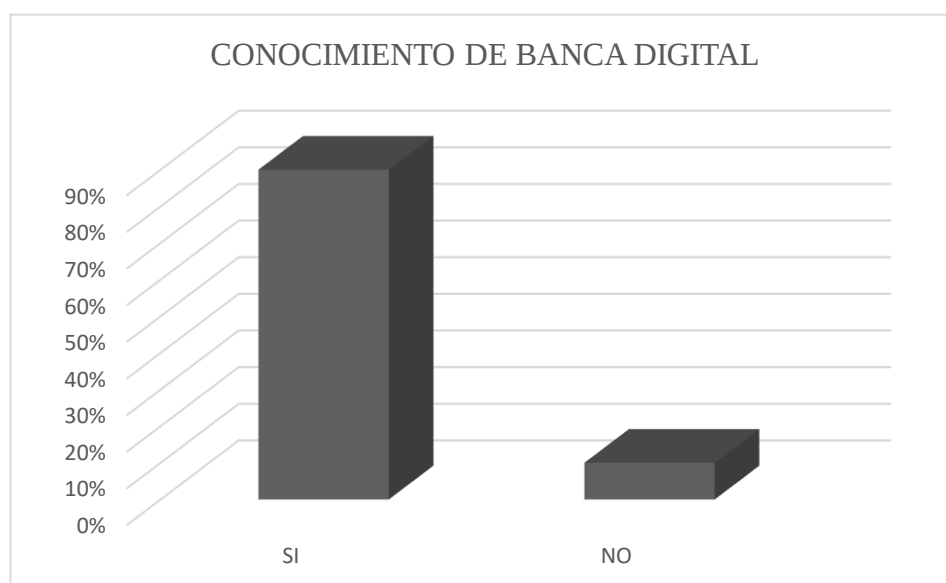


Figura N 14: *Conocimiento de banca digital*

Fuente: *Elaboración propia*

Según la información obtenida de los encuestados, el 90% tiene conocimiento que su principal banco ofrece servicios digitales y un 10% desconocía de dicha información. Esto se debe que a raíz de la pandemia Covid 19 las personas empezaron

a obtener conocimiento sobre la banca digital ya que muchas entidades bancarias estaban con restricciones.

INFORMACIÓN Y/O INSTRUCCIÓN DIRECTA POR PARTE DE SU PRINCIPAL BANCO ACERCA DE LOS SERVICIOS DIGITALES QUE OFRECE AL USUARIO

La información que tienen los usuarios sobre los servicios digitales que ofrecen sus bancos no siempre es clara y precisa, es por eso que, mediante esta pregunta se determina si tienen información sobre los servicios electrónicos que ofrecen al usuario.

Tabla 16:

Información clara de servicios digitales a los usuarios en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	95	63%
NO	55	37%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

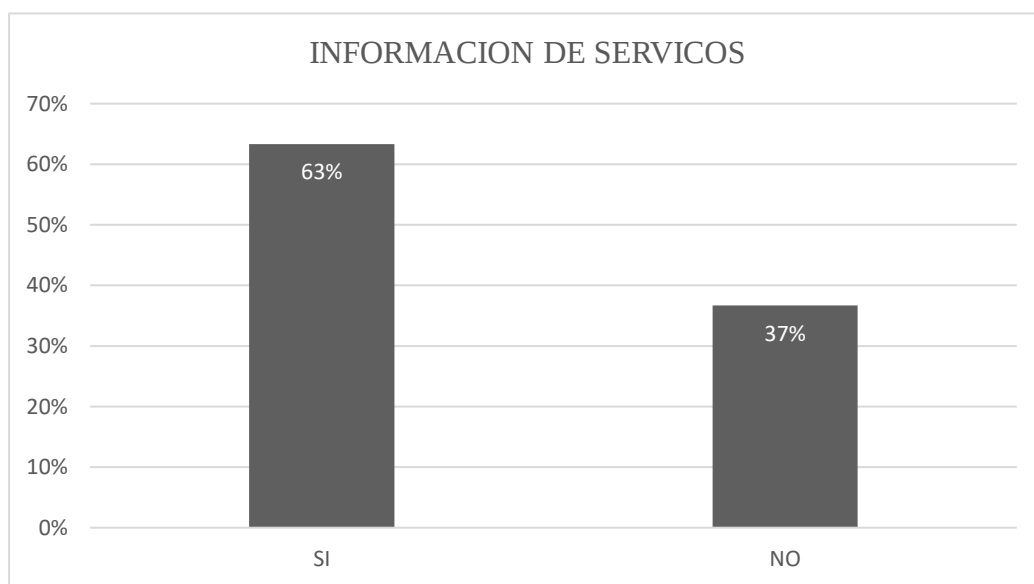


Figura N 15: *Información de servicio*

Fuente: *Elaboración propia*

El 63% de los encuestados indica haber recibido información directa por parte de su banco en cuanto a los servicios digitales que ofrece. Solo el 37% señala que no recibió alguna información por parte de sus entidades bancarias. Esto muestra que no todos los bancos están poniendo énfasis en los servicios digitales con sus clientes.

DETERMINACIÓN DEL USO DE BANCA POR INTERNET DE SU PRINCIPAL BANCO EN EL AÑO 2020

Mediante esta pregunta a los encuestados se podrá saber si usan la banca por internet de su principal banco

Tabla 17:

Uso de banca por internet en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	125	83%
NO	25	17%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

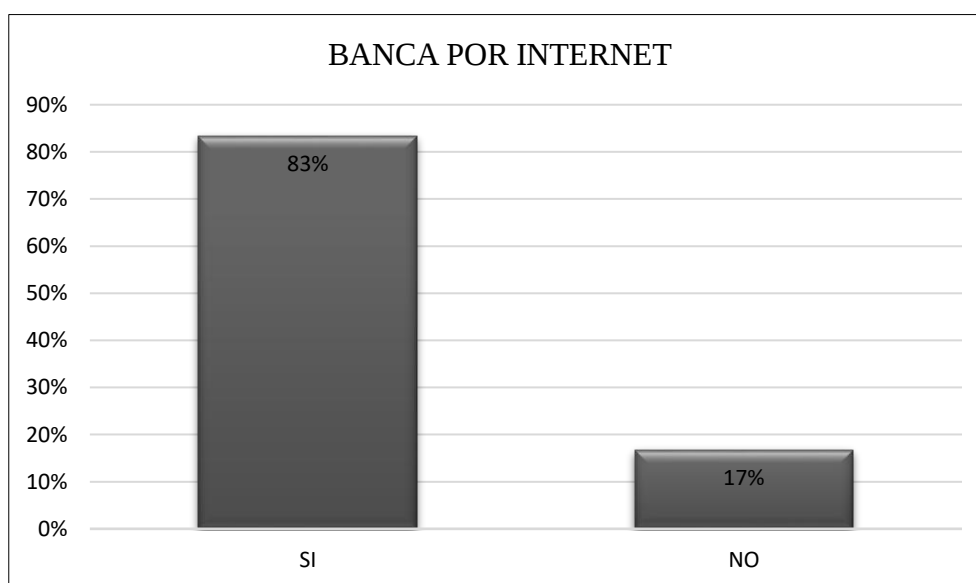


Figura N 16: *Banca por internet*

Fuente: *Elaboración propia*

Según la figura, el 83% de los encuestados utiliza la banca por internet de su principal banco. El 17% de los encuestados declara no utilizar los servicios brindados por temor a un fraude cibernético debido a que desconocen cómo protegerse.

SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO DE BANCA DIGITAL DE SU PRINCIPAL BANCO

Para conocer el nivel de satisfacción de los usuarios de la banca digital se dividió en 4 alternativas, el cual se pudo conocer que tan satisfecho se sintió el usuario con el servicio de banca digital que ofrece su banco.

Tabla 18:

Nivel de satisfacción de los usuarios en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
MUY SATISFECHO	80	53%
SATISFECHO	53	35%
POCO SATISFECHO	15	10%
INSATISFECHO	2	1%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

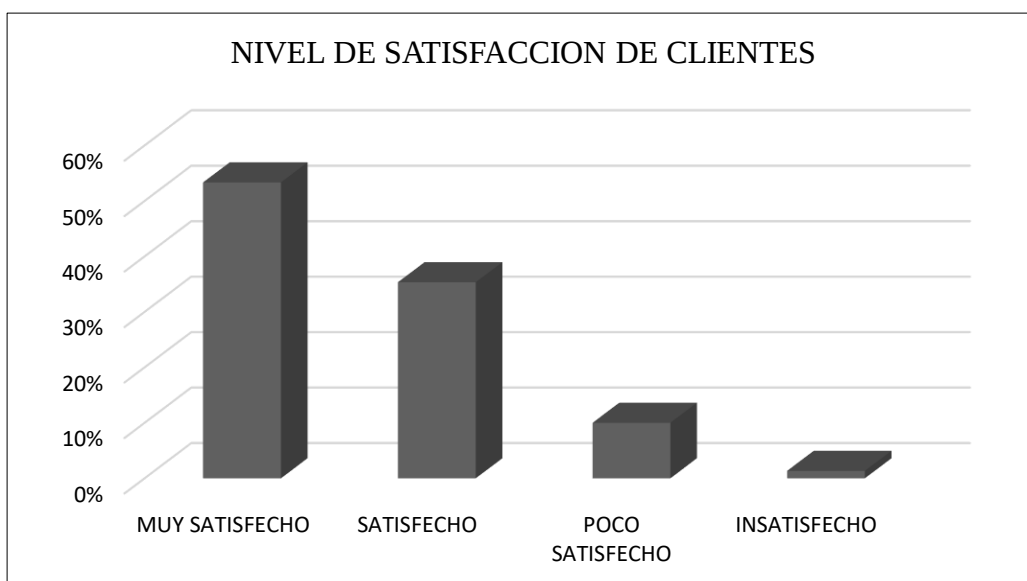


Figura N 17: *Nivel de satisfacción de clientes*

Fuente: *Elaboración propia*

Del total de los encuestados, el 53% se encuentran satisfechos con los servicios brindados por su banco mediante canales digitales, el 35% se encuentra muy satisfecho con la banca digital. Por otro lado, un reducido 10% se siente poco satisfecho y un mínimo 1% se siente insatisfecho. La mayoría de encuestados han calificado de manera positiva la satisfacción de la banca digital con su principal banco, ya que las entidades bancarias están en constantes actualizaciones de sus canales digitales.

TIEMPO DE CONOCIMIENTO DE LOS USUARIOS SOBRE LOS SERVICIOS DIGITALES BANCARIOS

El tiempo de conocimiento que los usuarios tienen sobre los servicios digitales que ofrecen sus bancos están en un rango de 0 a más años y se debe a que muchos clientes prestan poca atención sobre los servicios digitales que estos tienen.

Tabla 19:

Tiempo de conocimiento de servicios que lo usuarios tienen en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 0 A 1 AÑO	45	30%
DE 1 A 2 AÑOS	65	43%
DE 2 AÑOS A MÁS	40	27%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

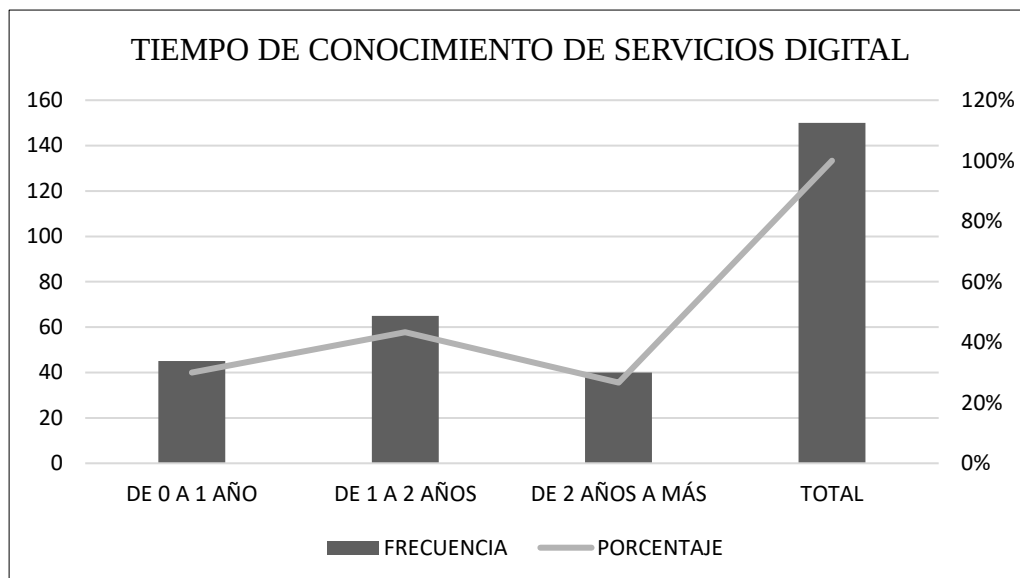


Figura N 18: Tiempo de conocimiento de servicios digitales

Fuente: Elaboración propia

Según la figura, el incremento del conocimiento de los servicios electrónicos se ha desarrollado más durante los inicios de la pandemia, con un 30% indicaba que tienen conocimiento de 0 a 1 año, el 43% de los encuestados indican haberse enterado de la banca electrónica dentro de 1 a 2 años y el 27% de los mismos de 2 años a más.

FRECUENCIA EN QUE EL USUARIO UTILIZA LA BANCA POR INTERNET

Para conocer la frecuencia que los usuarios utilizan la banca por internet se dividió en 3 alternativas, donde la frecuencia mínima es de 1 vez al mes y la frecuencia máxima es de 8 veces al mes

Tabla 20:

Frecuencia de uso del usuario en el año 2020

FRECUENCIA DE USO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
GENERALMENTE (8 VECES AL MES)	87	58%
CASUALMENTE (4 VECES AL MES)	55	37%
RARA VEZ (1 VEZ AL MES)	8	5%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

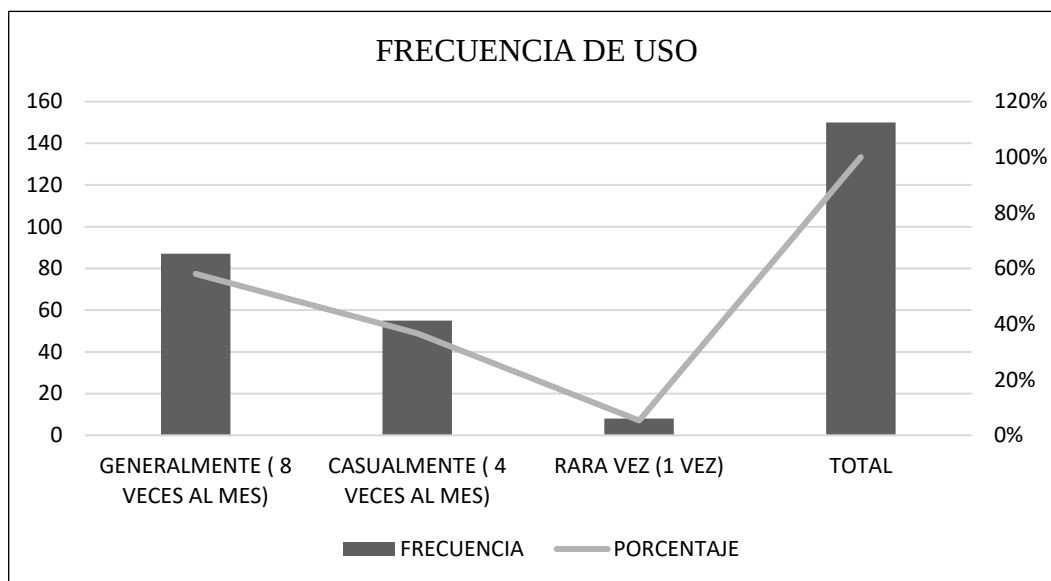


Figura N 19: Frecuencia de uso

Fuente: Elaboración propia

Ante la presente figura se puede comprobar que los clientes optan por realizar sus operaciones financieras a través de la banca por internet, con el propósito de ahorrar tiempo. Como se puede observar un 58% usa más de 8 veces la banca por internet, el 37% de los usuarios indica utilizar la banca por internet 4 veces al mes y solo el 5% de los encuestados solo lo usan una vez al mes.

LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES QUE REALIZA EL USUARIO CUANDO UTILIZA SERVICIOS BANCARIOS DIGITALES

Durante años, los bancos han tenido largas filas con el fin de realizar distintas transacciones y/o operaciones bancarias y por consecuencia era un dolor de cabeza para los ciudadanos.

Sin embargo, gracias a la tecnología, en los últimos años muchos de estos inconvenientes se han logrado disminuir implementando y diseñando nuevos aplicativos que permiten realizar operaciones y de esta manera están impulsado en el mundo la inclusión financiera.

Tabla 21:

Principales actividades bancarias digitales de los usuarios en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
CONSULTA DE SALDOS	45	30%
TRANSFERENCIA A TERCEROS	80	53%
PAGO DE SERVICIOS	15	10%
SOLICITUD DE TRAMITES	10	7%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

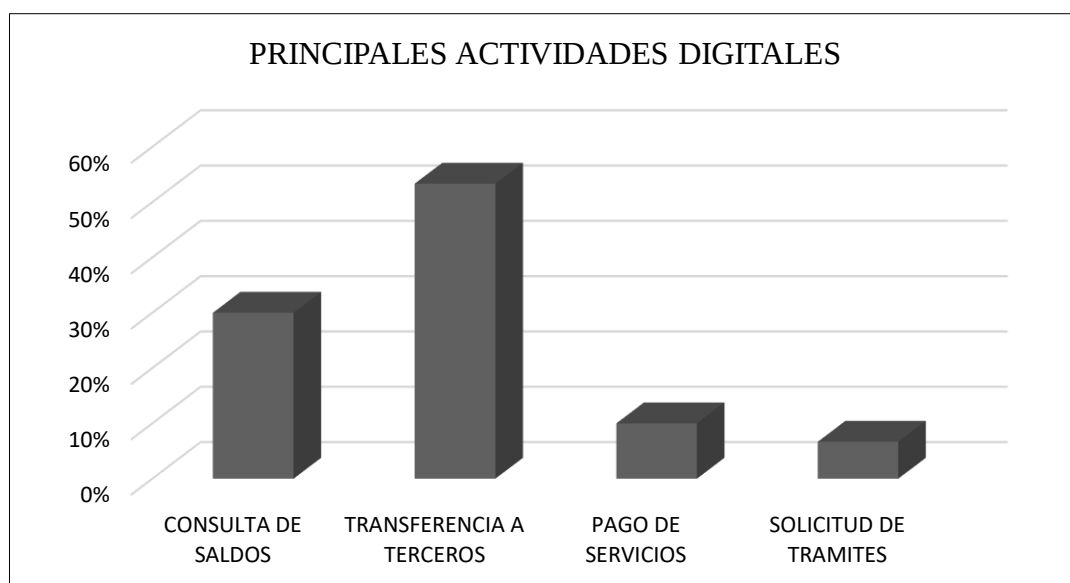


Figura N 20: *Principales actividades digitales*

Fuente: *Elaboración propia*

La función más utilizada por los clientes que utilizan la banca por internet es la transferencia a terceros (53%), en segundo lugar, está la consulta de saldos (30%), seguido de pago de servicios (10%) y como último está la solicitud de trámites (7%). Conociendo las preferencias de los clientes, se considera que los bancos tendrían que poner más atención a sus canales digitales para así evitar las famosas colas y también evitar el traslado por varios minutos hasta una agencia.

PARA ELEGIR UN BANCO ¿QUÉ TAN IMPORTANTE ES QUE ÉSTE CUENTE CON UN EFICIENTE SERVICIO DE BANCA DIGITAL COMO FACTOR DE DECISIÓN?

Los bancos están en constante desarrollo y mantenimiento de sus aplicativos móviles con el fin de tener un eficiente servicio de la banca electrónica, para que las personas tomen una decisión importante y así poder realizar sus diversas operaciones bancarias.

Tabla 22:
Importancia de la banca digital en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
IMPORTANTE	136	91%
POCO IMPORTANTE	10	7%
NO LO HABIA CONSIDERADO	4	3%
NO ES IMPORTANTE	0	0%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

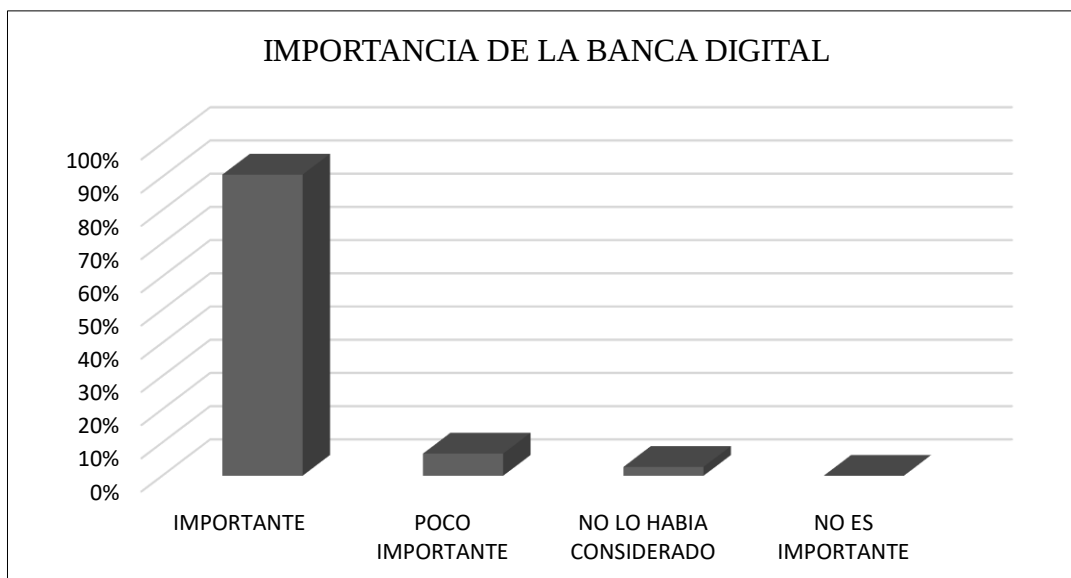


Figura N 21: *Importancia de la banca digital*

Fuente: *Elaboración propia*

El 91% de los encuestados consideran importante que un banco cuente con una buena plataforma en línea para realizar sus actividades. El 7% indican que es poco importante y solo un 3% de los encuestados considera que no lo había considerado. Incluso antes de la pandemia Covid 19, la mayoría de los bancos habían empezado la

parte digital y durante la pandemia esto fue tomando más importancia y cada vez más se hace creciente el uso de la banca digital.

RAZÓN POR QUÉ LOS USUARIOS NO UTILIZAN LA BANCA DIGITAL FRECUENTEMENTE

Con el paso de los años, la manera en la que los usuarios se comunican con los bancos está cambiando. Con el avance de las nuevas tecnologías, cada vez son más los usuarios que optan por la banca móvil, sin embargo, en algunos casos crea confusión y/o miedo entre los usuarios y por lo tanto no terminan estando seguros si los aplicativos son fiables. Sin embargo, es completamente seguro acceder a la banca digital.

Tabla 23:

Razones de uso que los usuarios tienen al no usar la banca digital en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO ENTIENDO COMO FUNCIONA	45	30%
PREFIERO ATENCION PRESENCIAL	18	12%
SIENTO QUE NO ES SEGURO	87	58%
NO CUENTO CON INTERNET	0	0%
TOTAL	150	100%

Fuente: *Elaboración propia*

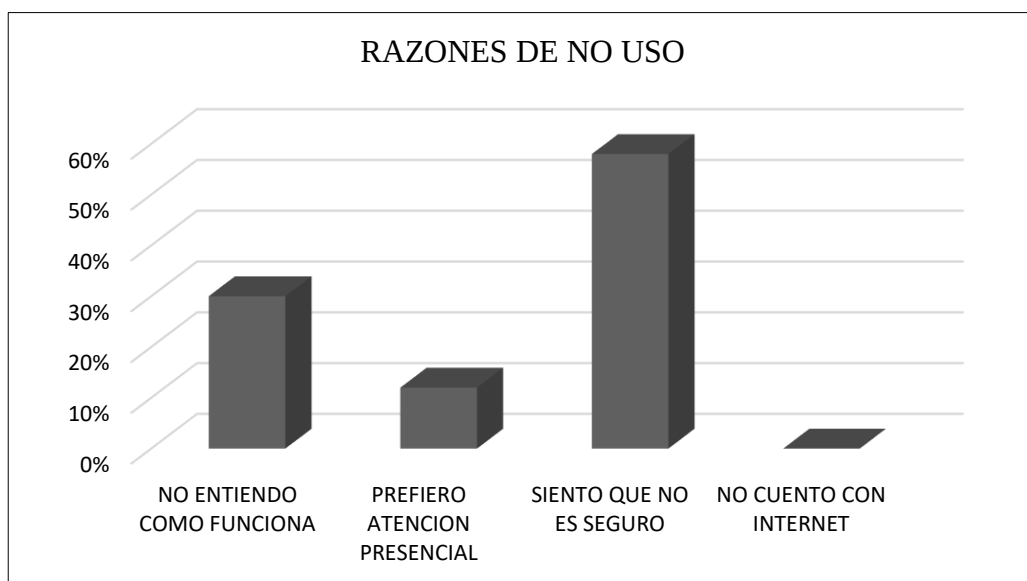


Figura N 22: Razones de no uso

Fuente: Elaboración propia

Según la figura, la razón principal de los encuestados es que no sienten que es seguro (58%) debido al temor de las estafas que hay por internet, en segundo lugar, los clientes no entienden cómo funciona (30%) debido a que la aplicación es compleja de usar y como tercer lugar los clientes prefieren una atención presencial (12%) esto es usado por personas de la tercera edad.

IMPLANTACIÓN DE LA CULTURA BANCARIA DIGITAL EN LOS USUARIOS EN EL SISTEMA FINANCIERO

Cuando se habla de cultura financiera se refiere al conjunto de conocimientos, habilidades, y actitudes que ayuda a tomar decisiones financieras acertadas y así lograr el bienestar económico de una persona.

Tabla 24:

Cultura bancaria de los usuarios en año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	35	23%
NO	115	77%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

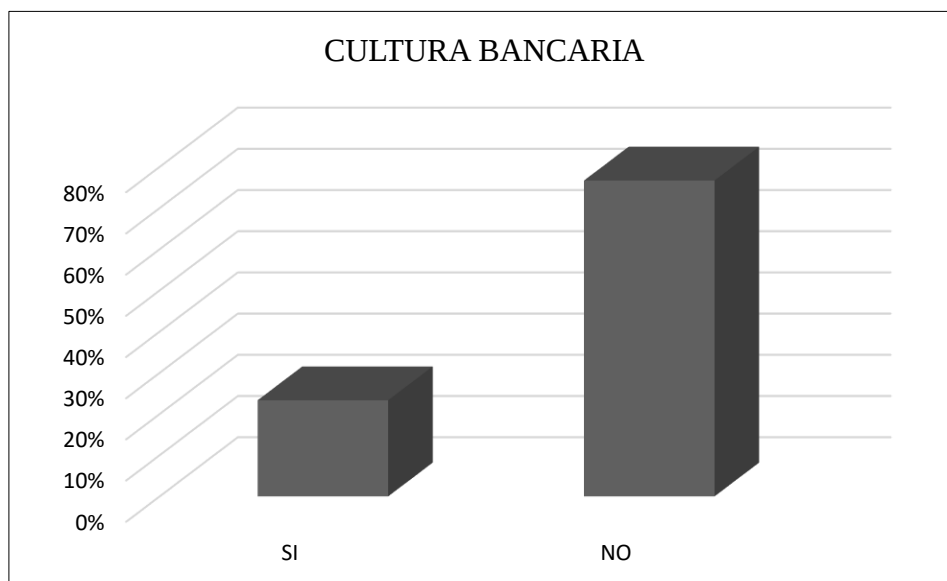


Figura N 23: Cultura bancaria

Fuente: Elaboración propia

La cultura digital es uno de los retos más difíciles para un sector tan tradicional como la banca. El 77% de los encuestados considera que la utilización de los servicios digitales no está implantada en la cultura bancaria. Solo el 23% de los encuestados considera que existe la implantación de la cultura bancaria digital en el Perú.

PRINCIPALES FACTORES QUE IMPIDEN A LOS USUARIOS LA ACEPTACIÓN DE LOS SERVICIOS EN LA BANCA DIGITAL

Tabla 25:

Impedimentos de la banca digital en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
NO TODOS TIENEN ACCESO AL MISMO SERVICIO	10	7%
INSEGURIDAD INFORMATICA	57	38%
EXISTEN SECTORES DE LA POBLACION NO BANCARIZADOS	14	9%
CULTURA	37	25%
FALTA DE INFORMACIÓN	32	21%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

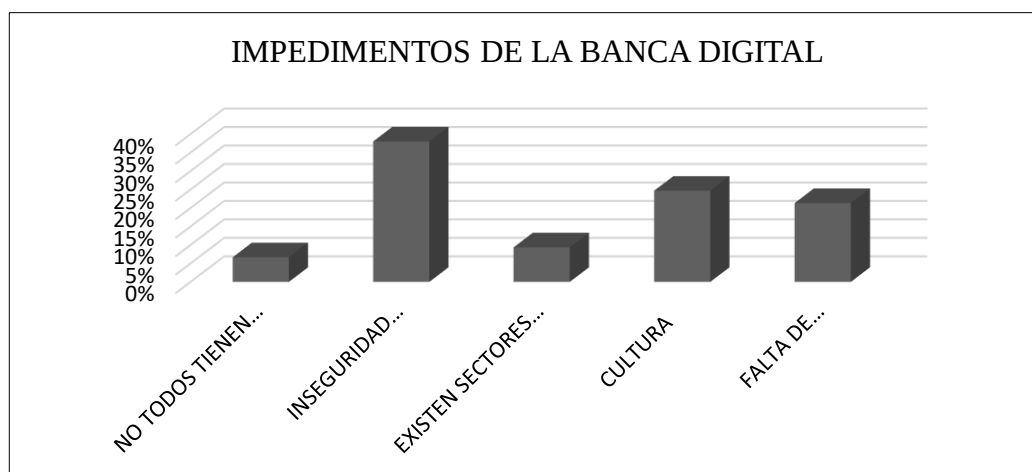


Figura N 24: Impedimentos de la banca digital

Fuente: Elaboración propia

Según la presente figura, el principal factor que impide a los encuestados utilice servicios digitales en la banca es la inseguridad informática (38%), seguido de la falta de cultura con un 25% y con un 21% se debe a la falta de información. Y como últimos impedimentos están que no todos tienen el mismo acceso al mismo servicio (7%) y que existen sectores de la población no bancarizados (9%).

CARACTERÍSTICAS DEBERÍAN IMPLEMENTARSE EN LA BANCA DIGITAL PARA QUE EL USUARIO UTILICE EL SERVICIO

Tabla 26:

Características de la banca digital en el 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
RAPIDEZ	43	29%
DISEÑO SIMPLE	17	11%
SEGURIDAD	90	60%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

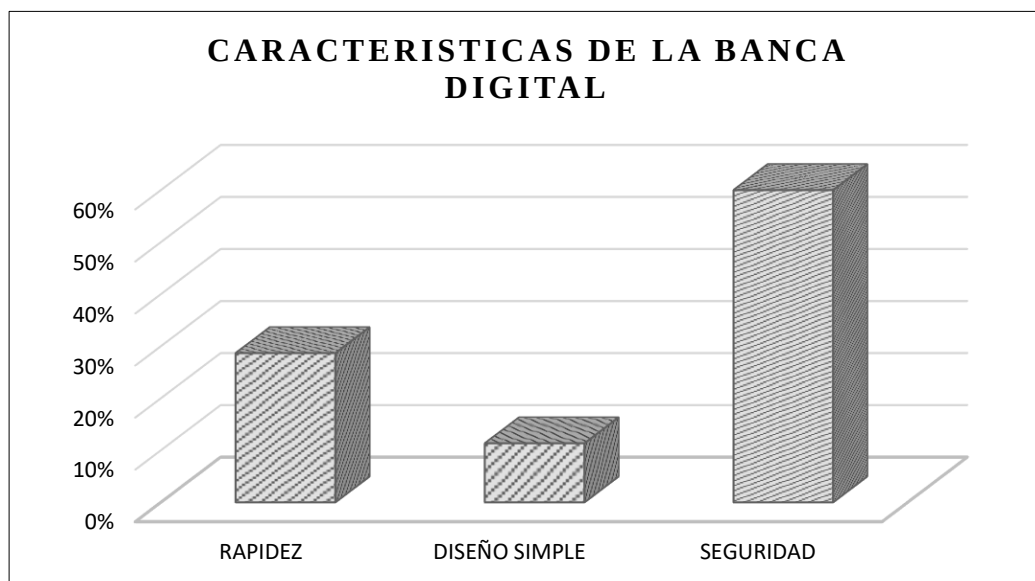


Figura N 25: Características de la banca digital

Fuente: Elaboración propia

Según la presente figura, el 60% de los encuestados consideran una característica muy importa la seguridad debido a los altos fraudes cibernéticos que abundan en el Perú, como segunda característica está la rapidez de la plataforma o aplicación (29%), esto se puede obtener con las constantes actualizaciones de los aplicativos y como última característica los encuestados seleccionaron el diseño simple (11%).

CANAL DE SERVICIO BANCARIO QUE EL USUARIO SIENTE MÁS CÓMODO PARA REALIZAR SUS TRANSACCIONES FINANCIERAS

Esta encuesta se hace básicamente porque muchas personas no entienden el concepto de canal digital debido a que tienen alguna dificultad con la tecnología.

Tabla 27:

Preferencia de banca de los usuarios en el año 2020

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
BANCA FÍSICA	95	63%
BANCA DIGITAL	55	37%
TOTAL	150	100%

Fuente: Elaboración propia

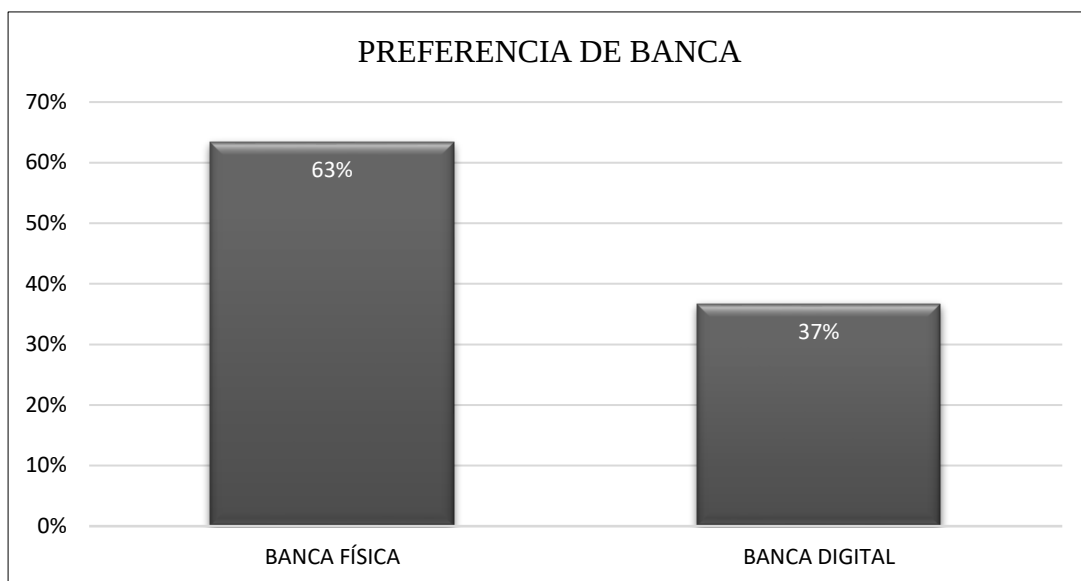


Figura N 26: *Preferencia de banca*

Fuente: *Elaboración propia*

El 63% de los encuestados coinciden en que la banca física es el lugar que prefieren para realizar sus transacciones bancarias. Solo el 37% consideran a la banca electrónica como una opción mejor. Esto queda demostrado que aún en el Perú prevalece la banca física debido que los usuarios se sienten más seguros para realizar sus operaciones.

En resumen, en cuanto a las preguntas tomadas para el presente trabajo de investigación, los encuestados tuvieron un rango de edades entre 18 y 65 años. Sin embargo, el usuario promedio de banca digital tiende a ser una persona joven que tiene un rango de edades entre 18 a 25 años que corresponde un 60%, este porcentaje responde fuertemente que las personas con un rango de edad más joven tienden a adaptarse con mayor facilidad a la tecnología. Muchos adultos mayores sienten que son incapaces de aprender a usar las computadoras y el internet, es por eso que un 30% de los encuestados responde a que no entiende cómo funciona la banca digital, un 58% siente que no es seguro realizar sus operaciones en línea por consecuencia al

no tener conocimiento sobre la era digital, no son conscientes de los beneficios que pueden traerles consigo.

Dentro de los encuestados, el banco con mayor número de usuarios es el Banco de Crédito del Perú 43% respectivamente, y que en su mayoría conocen sobre los servicios digitales que estos brindan a sus clientes, sin embargo, muchos prefieren la atención presencial debido a que se siente que tienen una mejor atención personalizada. Un 90% de los encuestados afirman que tienen conocimiento de que su banco cuenta con servicios digitales, lo que demuestra que la cultura de uso de la banca digital se encuentra posicionada en la mente de los usuarios.

Es importante mencionar que una de las mayores actividades que realizan los encuestados son las transferencias a terceros (53%), esto indica que, a pesar de contar con una cultura de banca digital, los encuestados optan por usar estos servicios para el ahorro de tiempo y esto se ve reflejado en la frecuencia que utilizan la banca digital que corresponde entre 8 veces a más al mes (58%). Y finalmente, para establecer la cantidad de clientes que usaron los servicios digitales, el presente trabajo de investigación estableció que la cantidad de usuarios es de un 83% de los encuestados.

INFLUENCIA DE LA BANCA DIGITAL EN LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL PERÚ 2020

En los años 2019 y 2020, en el Perú se ha incrementado el uso de canales bancarios alternativos, trayendo muchas ventajas tanto para las empresas como para los clientes. Los bancos están trabajando para mejorar estos servicios que, a través de la recopilación de datos, pueden analizar y determinar qué aspectos de diseño, uso y apariencia son más importantes para los clientes. Estas características son esenciales, pues las ventajas que brinda al usuario lo incitan a decidirse a utilizar más a menudo las plataformas digitales.

A continuación, se muestra un cuadro comparativo entre los periodos 2019 y 2020 con el propósito de establecer la influencia de la inclusión financiera en el Perú. Para el presente trabajo de investigación se tomará diversos aplicativos y plataformas para demostrar la influencia de la banca digital y su desarrollo en la inclusión financiera.

Tabla 28:

Cuadro comparativo entre los principales aplicativos y/o plataforma de la banca digital

COMPARACIÓN ENTRE LOS PRINCIPALES APLICATIVOS Y/O PLATAFORMA DE LA BANCA DIGITAL			
APLICATIVOS Y/O PLATAFORMAS	INCLUSIÓN FINANCIERA AÑO 2019	INCLUSIÓN FINANCIERA AÑO 2020	VARIACIÓN DE INCLUSIÓN FINANCIERA
Yape – BCP	IV trimestre 2019: 1.95 millones de usuarios	IV trimestre 2020: 5.14 millones de usuarios.	Incremento de 3.19 millones de usuarios.
Págalo – Banco de la Nación	Número de operaciones 2019: 1,245,000	Número de operaciones 2020: 3,500,000	Incremento de 2,255,000 millones de operaciones.
Clientes digitales (App y web Banco INTERBANK)	Año 2019: 62.60%	Año 2020: 75.30%	Variación del 12.70 % respectivamente.
Agentes número de transacciones - Banco BBVA	Año 2019: Número de transacciones más de 46 millones	Año 2020: Número de transacciones más de 55 millones	Incrementó más de 9.3 millones de transacciones.
Banca celular número de afiliaciones - Banco de la Nación	Año 2019: Número de afiliaciones fue de 1,990,000 millones	Año 2020: Número de afiliaciones fue de 2,310,000 millones	Incremento de 320,000 afiliaciones
Tunki - Interbank	IV trimestre: 120,000 usuarios registrados	IV trimestre: 800,000 usuarios registrados.	Incrementó en más de 600,000 nuevos usuarios.
Plin - BBVA	Año 2019: Plin nació a inicios del año 2020.	Año 2020: A fin del 2020 el número de afiliaciones creció de 2,000,000 usuarios.	A finales del año 2021, Plin incrementó a 4,000,000 de nuevos usuarios.

Fuente: *Elaboración propia*

Mediante esta tabla se muestra diferentes puntos digitales que tuvo el Perú durante los años 2019 y 2020, quedó demostrado que la banca digital influye en la inclusión financiera, debido que la variación que hubo entre los periodos fue positiva, esto se refleja en las distintas operaciones que se hizo en la plataforma del Banco de la Nación (Págalo.pe) con un incremento de 2.2 millones de operaciones. También hubo un aumento de usuarios en el aplicativo Yape del BCP, que usaron la aplicación móvil entre los años 2019 y 2020 con una variación de 3.19 millones. Otro punto importante es el crecimiento de número de afiliaciones de la banca celular del Bando de la Nación con un incremento de más de 300,000 usuarios. Los agentes BBVA se ubican en bodegas, farmacias, ferreterías y diversos tipos de comercios en los que se permite realizar las principales transacciones de forma rápida y segura, si bien es cierto que hubo varios bancos que tuvieron restricciones con los aforos, estos puntos de atención (agentes) fueron de vital ayuda para las personas ya que al no poder ir a los bancos, tuvieron que realizar sus operaciones mediante los diversos canales digitales y esto generó un aumento de 9.3 millones de transacciones respectivamente.

La banca digital permite atender a usuarios en distritos, centros poblados y diversos puntos del país donde no llega la banca física, por lo tanto, la banca digital ayuda a la inclusión financiera debido que, si hay un incremento de clientes, hay mayor bancarización y mediante la tabla presentada queda demostrado que la banca digital influye en el desarrollo de la inclusión financiera.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

Según los resultados mostrados en el capítulo anterior, se valida la hipótesis planteada para el presente trabajo de investigación, es decir que la banca digital influye de manera efectiva en el desarrollo de la inclusión financiera en el sector bancario del Perú, debido a que permite que mediante los canales digitales como los aplicativos móviles, la banca por internet y la banca por teléfono, los clientes tengan mayor acceso a realizar sus operaciones bancarias sin necesidad de ir de manera presencial a los bancos, sobre todo poblaciones alejadas de los principales centros financieros.

Respecto a las limitaciones de la presente investigación, no se presentaron inconvenientes que limiten al desarrollo de esta tesis, debido a que se ha tenido acceso a la mayor parte de información mediante la vía digital y/o internet.

Los resultados de la presente investigación son similares a los que tuvo el autor Gonzales (2017) quien en su investigación concluyó que el desarrollo de la banca electrónica se vincula a la aceptación de los clientes, esto quiere decir que los bancos no tienen una aceptación por parte de los clientes y que el desconocimiento de los clientes respecto a los beneficios y los servicios que se brindan por internet son la principal causa por la que un porcentaje importante de los peruanos no ha hecho uso de la banca electrónica. Asimismo, el autor Rivero (2019) obtuvo resultados similares a la presente tesis y concluyó que la banca digital es un canal no convencional que permite potenciar la inclusión financiera en sus dimensiones de profundización e intensidad de uso de los servicios bancarios, además, concluyó que la banca digital ofrece seguridad, comodidad, ahorro, y para las entidades bancarias tiene como beneficios la reducción de costos, mejora la competitividad y amplía accesibilidad y cobertura. De manera

similar, el autor Rodríguez (2019) concluyó en su investigación que la gran mayoría de clientes encuestados no conocen sobre la banca celular que ha implementado el Banco de la Nación y que, además, se demuestra que, reforzando las restricciones de los servicios financieros digitales, permitiría una mejor gestión financiera del Banco de la Nación. De la misma forma, el autor Quincho (2019) concluyó en su investigación que la pandemia ha mostrado algunos problemas estructurales del país, siendo la reducida e ineficiente provisión de servicios públicos, la baja inclusión financiera, niveles altos de informalidad y la desigualdad, además, , es importante impulsar la educación financiera desde los niveles educativos básicos, para promover e incrementar la inclusión financiera, lo que significa mejores niveles de vida y reducción de la pobreza de las poblaciones vulnerables.

En lo que respecta a las implicancias encontradas en la presente investigación, permite conocer los medios digitales que se utilizaron en el año 2020 para que los usuarios realicen sus transacciones financieras en los bancos, también permite conocer según su nivel socioeconómico sobre los usuarios usan los canales y plataformas digitales, además, conocer la cantidad de estos aplicativos que han sido utilizados, por lo que la presente investigación ha sido enfocada en ese aspecto y muestra la influencia de la banca digital en el desarrollo de la inclusión financiera en el Perú.

4.2 Conclusiones

- La banca digital en el Perú en el año 2020 influyó eficazmente en el desarrollo de la inclusión financiera, debido que, durante ese año a raíz de la pandemia, los bancos intensificaron más sus servicios y canales digitales para poder llegar a los lugares del país en donde no llega la banca física. Como consecuencia, aumentó el número de operaciones, así como también aumentó el número de nuevos usuarios a las plataformas digitales.
- Los canales digitales utilizados en el Perú en el año 2020, fueron la banca móvil con el uso de aplicativos en teléfonos celulares u otros dispositivos móviles, como el Yape del BCP, Plin del BBVA e Interbank, Tunki y también el canal de la banca por internet de los bancos comerciales como son las páginas webs de los bancos BCP, BBVA, Interbank, Banco de la Nación y por último se utilizó la plataforma de Págalo.pe que usa el Banco de la Nación.
- Los beneficios de la banca digital contribuyeron al desarrollo de la inclusión financiera del año 2020, debido que los bancos promueven puntos de acceso, infraestructura digital y oferta de servicios digitales de calidad que se encuentren al alcance de la población, lo cual se traduce a que los clientes pueden realizar sus diversas transacciones ahorrando tiempo y costos. También miden la intensidad con la cual los usuarios emplean los servicios digitales financieros y que tales servicios se ajusten a las necesidades de los usuarios, esto tiene como beneficio la autoatención que pueden tener los clientes para realizar sus operaciones en cualquier hora y lugar del Perú.
- Para establecer la cantidad de clientes que usaron servicios bancarios digitales en el Perú en el año 2020, se realizó diversas encuestas y se tiene como resultado que el usuario promedio que usa la banca digital tiende a ser una persona joven, esto responde

fuertemente debido a que los jóvenes se adaptan con mayor facilidad a la tecnología. Además, los encuestados indican que se sienten entre muy satisfechos con los servicios digitales que ofrecen sus respectivos bancos. También dentro de los encuestados, el banco con mayor número de usuarios es el Banco de Crédito del Perú, debido a que el banco se ubica en gran parte del territorio nacional, además, los clientes conocen sobren los servicios digitales que estos brindan a sus clientes, sin embargo, aún hay personas que prefieren la atención presencial debido a que se sienten que tienen una mejor atención personalizada.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica. Caracas - Venezuela: Episteme. Quinta edición.
- Castro, S. (2017). La banca digital: Estrategia clave para impulsar la inclusión financiera. *Asobancaria* (p. 2). Bogotá. Colombia, Edición 1074
- Banco de Crédito del Perú. (2020). *Memoria anual 2020*. Recuperado el 20 de Marzo del 2021, website: <https://www.viabcp.com/wcm/connect/c45ed29f-031d-4748-87ea1027aafc1016/Memoria+Integrada+BCP+2020.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nyIHDGj&attachment=false&id=1617804852779>
- Banco BBVA. (2020). *Memoria anual 2020*. Recuperado el 25 de Marzo del 2021, website: <https://extranetperu.grupobbva.pe/memoria2020/descargas/memoria-anual-2020-informe-integrado.pdf>
- Banco de la Nación. (2020). *Memoria anual 2020*. Recuperado el 30 de Marzo del 2021, website: <https://www.bn.com.pe/nosotros/memoria/memoria-2020/memoria-2020.pdf>
- Buendia, J. (2020). La economía global en tiempo de crisis del Covid 19. *Espacios*. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n42/a20v41n42p33.pdf>
- Canales, M. (2006). *Metodología de la Investigación social*. Santiago de Chile. Chile. Lom ediciones. Primera edición.
- Demirgüç-Kunt, y Klapper. (2012). La inclusión financiera y el desarrollo: Pruebas recientes de su impacto. *Enfoques*, N° 92, 2. Recuperado de https://www.findevgateway.org/sites/default/files/publications/files/la_inclusion_financiera_y_el_desarrollo_pruebas_recientes_de_su_impacto_cgap2014.pdf

- Gonzales, A. (2017). *El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima metropolitana de los 4 principales bancos del Perú*. Tesis para obtener el grado de licenciado en administración. Lima. Perú.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. México D.F. McGraw-Hill / Interamericana Editores, S.A. de C.V. Sexta Edición.
- Otzen, T. y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology*, 35, (1), 230. Doi: 10.4067/S0717-95022017000100037
- Rodríguez, D. (2019). *Los servicios financieros digitales del Banco de la Nación*. Tesis para obtener el grado académico de maestra en finanzas. Lima. Perú.
- Rivero, L. (2019). *La incidencia de la banca electrónica como canal no convencional para impulsar la inclusión financiera en Bolivia: Periodos 2007-2017*. Tesis para obtener el grado académico de maestro en economía financiera. La Paz. Bolivia.
- Rodríguez, V. (2014). Dinero electrónico en Perú: ¿Por qué es importante en la inclusión financiera? *Revista de la Facultad de Ciencias Contables*. Vol. 22 (41) p. 183
- Sumiko, O. (2020). La inclusión financiera digital en tiempos de la COVID-19. *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/dialogo-a-fondo/2020/07/la-inclusion-financiera-digital-en-tiempos-de-la-covid-19.html/>
- Vega, M. (2020). Dinero electrónico: Innovación en pagos al por menor para promover la inclusión. *Innovaciones*. Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Publicaciones/Revista-Moneda/moneda-153/moneda-153-04.pdf>

ANEXOS

Anexo N° 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: La banca digital y su influencia en el desarrollo de inclusión financiera en el sector bancario en el Perú, 2020					
Problema	Objetivos	Variables	Hipótesis	Método	Población y Muestra
¿De qué manera la banca digital influye en el desarrollo de inclusión financiera en el sector bancario en el Perú, 2020?	Objetivo general: Determinar la influencia de la banca digital en el desarrollo de inclusión financiera en el sector bancario en el Perú, 2020	Variable independiente: La banca digital	La banca digital influye de manera efectiva en el desarrollo de la inclusión financiera en el sector bancario del Perú, debido a que permite que mediante los canales digitales como los aplicativos móviles, la banca por internet y la banca por teléfono, los clientes tengan acceso a las operaciones bancarias sin necesidad de ir a los bancos.	Tipo de investigación: Descriptiva	Población: Está conformada por todos los servicios bancarios que ofrece el sistema financiero del Perú.
	Objetivos específicos: Analizar los canales digitales que los bancos utilizaron para las operaciones financieras con sus clientes en el año 2020. Determinar los factores de la banca digital que benefician a los clientes en la realización de sus operaciones financieras. Establecer la cantidad de clientes que usaron servicios bancarios digitales en el año 2020.	Variable dependiente: La inclusión financiera		Diseño: No experimental - transversal Técnicas: Encuesta Entrevista Análisis documental Instrumentos: Guía de entrevista. Cuestionario. Ficha de análisis documental	

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 2 MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Variable independiente: La banca digital	Según el autor Castro (2017) indica que la banca digital ha cambiado la banca clásica, enfocándose en el los productos digitales en que el consumidor demanda sus transacciones en tiempo real.	La banca digital permite que los bancos puedan expandir sus servicios a través de la plataforma de la web y de los teléfonos móviles. Además, permite abrir diferentes cuentas, solicitar préstamos y tarjetas entre otros.	Canales digitales	% de Aplicativos móviles	Razón
				Número de páginas web de bancos	Razón
				% de clientes digitales	Razón
			Servicios bancarios digitales	Cantidad de servicios bancarios	Razón
Variable dependiente: La inclusión financiera	Según los autores Allen et al. (2016) y Park & Yabara (2013) indican que la inclusión financiera se incrementa el ahorro, promueve la inversión y la extensión del mercado interno, y también colabora con el aumento económico de manera más equitativa	La inclusión financiera significa que para las personas y empresas puedan tener acceso a productos financieros digitales útiles y accesibles.	Canales digitales	Números de usuarios que utilizan aplicativos móviles	Razón
			Servicios bancarios digitales	Cantidad de usuarios que utilizan los medios de pago	Razón
				Cantidad de usuarios que usan tarjetas de débito, crédito y efectivo.	Razón

Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 3 GUIA DE ENTREVISTA - VALIDADA

GUIA DE ENTREVISTA

ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO: SECTOR BANCARIO DEL PERÚ

NOMBRE DEL INVESTIGADOR: Anthony Jhunion Pérez Barrera

CARGO O FUNCIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA: Funcionario del BCP

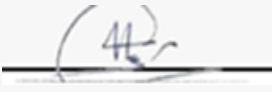
OBJETIVO: Obtener información sobre las nuevas modalidades de la banca digital y cómo influye en los usuarios.

FECHA: 30/12/2021

1. ¿Cómo el Banco de Crédito del Perú pretende impulsar la inclusión financiera?
2. ¿Cuál es el propósito que el banco tiene con sus clientes?
3. A raíz de la pandemia ¿De qué manera el banco ayudó al desarrollo de los Pymes para su reactivación?
4. ¿Con cuántos canales digitales cuenta el BCP?
5. ¿Cuál es el propósito del Yape y de qué manera influye en la inclusión financiera?
6. En Perú un problema para entregar bonos de ayuda es la baja bancarización de la población. ¿A qué atribuye este bajo uso de productos bancarios?
7. ¿Hay productos o servicios que el banco haya tenido que acelerar en el campo digital por la pandemia?

INSTRUMENTO VALIDADO

POR:

<i>NOMBRES Y APELLIDOS</i>	HENRY ELDER VENTURA AGUILAR
<i>PROFESIÓN</i>	ECONOMISTA
<i>GRADO ACADÉMICO</i>	MS. FINANZAS – DR. ECONOMÍA Y DESARROLLO INDUSTRIAL
<i>N° DE COLEGIATURA</i>	1015
<i>FIRMA</i>	

Anexo N° 4 GUIA DE ENTREVISTA - VALIDADA

GUIA DE ENTREVISTA

ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO: SECTOR BANCARIO DEL PERÚ

NOMBRE DEL INVESTIGADOR: Anthony Jhunion Pérez Barrera

CARGO O FUNCIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA: Funcionario del BBVA

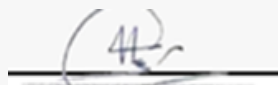
OBJETIVO: Obtener información sobre las nuevas modalidades de la banca digital y cómo influye en los usuarios.

FECHA: 30/12/2021

1. ¿Cómo el Banco BBVA pretende impulsar la inclusión financiera?
2. ¿Cuál es el propósito que el banco tiene con sus clientes?
3. A raíz de la pandemia ¿De qué manera el banco ayudó al desarrollo de los Pymes para su reactivación?
4. ¿Con cuántos canales digitales cuenta el banco BBVA?
5. ¿Cuál es el propósito del App BBVA y de qué manera influye en la inclusión financiera?
6. En Perú un problema para entregar bonos de ayuda es la baja bancarización de la población. ¿A qué atribuye este bajo uso de productos bancarios?
7. ¿Hay productos o servicios que el banco haya tenido que acelerar en el campo digital por la pandemia?

INSTRUMENTO VALIDADO

POR:

<i>NOMBRES Y APELLIDOS</i>	HENRY ELDER VENTURA AGUILAR
<i>PROFESIÓN</i>	ECONOMISTA
<i>GRADO ACADÉMICO</i>	MS. FINANZAS – DR. ECONOMÍA Y DESARROLLO INDUSTRIAL
<i>N° DE COLEGIATURA</i>	1015
<i>FIRMA</i>	

Anexo N° 5 GUIA DE ENTREVISTA APLICADA

GUIA DE ENTREVISTA - APLICADA

ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO: SECTOR BANCARIO DEL PERÚ

NOMBRE DEL INVESTIGADOR: Anthony Jhunion Pérez Barrera

CARGO O FUNCIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA: Funcionario del BCP

OBJETIVO: Obtener información sobre las nuevas modalidades de la banca digital y cómo influye en los usuarios.

FECHA: 30/12/2021

1.¿Cómo el Banco de Crédito del Perú pretende impulsar la inclusión financiera?

Queremos acelerar la inclusión financiera en Perú a través de Yape. Al 2022, buscamos incluir financieramente a 3 millones de peruanos y peruanas a través de Yape, y de esta forma impulsar su desarrollo financiero. A través de este frente contribuimos con la plataforma de Inclusión Financiera.

2.¿Cuál es el propósito que el banco tiene con sus clientes?

Buscamos ser consecuentes con nuestro propósito de transformar planes en realidad de cara a nuestros clientes y colaboradores, para lo cual identificaremos brechas, desarrollaremos y priorizaremos iniciativas que nos permitan generar cambios valiosos con nuestros productos y servicios (uno de estos aplicativos en Ando), para asegurar relaciones de confianza y de largo plazo con nuestros clientes.

3. A raíz de la pandemia ¿De qué manera el banco ayudó al desarrollo de los Pymes para su reactivación?

Queremos ayudar al desarrollo y reactivación de las Pymes y microempresas, impulsando herramientas digitales, acceso al crédito, mentorías y canales que faciliten y potencien sus negocios. A través de este frente contribuimos con la plataforma de ayudar a Negocios a Crecer.

Continuación de anexo N° 5 GUIA DE ENTREVISTA - APLICADA

4.¿Con cuántos canales digitales cuenta el BCP?

Actualmente el banco trabaja con diversos canales digitales y los cuales son: La banca móvil, la banca por internet, Clara, esta es un canal de asistencia virtual el cual el cliente tiene una conversación a través de un chat para así solucionar sus dudas. Y el canal más común es el Yape.

5.¿Cuál es el propósito del Yape y de qué manera influye en la inclusión financiera?

Yape es una aplicación móvil inicialmente desarrollada en el Centro de Innovación del BCP, que permite al usuario hacer sus pagos de manera rápida e intuitiva solo con el número de celular o el código QR. Su propósito es reemplazar el uso de efectivo en las transacciones diarias, recurrentes y de montos menores por transferencias y pagos digitales. Gracias a esto, Yape se ha posicionado como el medio de pago preferido en poco tiempo y prueba de ellos es el gran ecosistema que hemos alcanzado acuñando el verbo “yapear” en el día a día de cada vez más peruanos.

Entre las acciones más destacadas que ejecutamos en 2020 para alcanzar nuestro objetivo de inclusión financiera, se encuentra el lanzamiento de Yapecard, una cuenta de dinero digital prepago en Yape, que le permite a todo peruano mayor de 18 años poder afiliarse y utilizar Yape sin necesidad de una cuenta bancaria, sólo con su DNI.

6. En Perú un problema para entregar bonos de ayuda es la baja bancarización de la población. ¿A qué atribuye este bajo uso de productos bancarios?

Cuando me preguntan por mis competidores, yo siempre digo que mi competidor es el efectivo. Es uno de los grandes retos que tiene la banca en general. Tenemos que tener plataformas, aplicaciones, funciones y herramientas que puedan demostrar a los clientes lo fácil y seguro que es hacer transacciones por canales digitales.

7. ¿Hay productos o servicios que el banco haya tenido que acelerar en el campo digital por la pandemia?

Sí, por supuesto. Nosotros tenemos una ruta muy clara de transformación digital desde hace muchos años. Creo que esta pandemia nos está dando muchas lecciones de que la transformación digital es algo que no se podía detener. Por ejemplo, la transformación digital de las empresas es decisiva e impostergable.

Anexo N° 6 GUIA DE ENTREVISTA APLICADA

GUIA DE ENTREVISTA

ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO: SECTOR BANCARIO DEL PERÚ

NOMBRE DEL INVESTIGADOR: Anthony Jhunion Pérez Barrera

CARGO O FUNCIÓN DE LA PERSONA ENTREVISTADA: Funcionario del BBVA

OBJETIVO: Obtener información sobre las nuevas modalidades de la banca digital y cómo influye en los usuarios.

FECHA: 30/12/2021

1. ¿Cómo el Banco BBVA pretende impulsar la inclusión financiera?

Nosotros como banco queremos que nuestros clientes tengan a su alcance nuestro mejor servicio, es por ello que se brinda la plataforma virtual. Uno de ellos es el aplicativo móvil que te permite realizar operaciones financieras hasta a los S/ 30,000.00 diarios ahorrándoles tiempo a las personas que no tienen alguna agencia cerca de su ubicación y de esta forma generamos una inclusión financiera con nuestros clientes.

2. ¿Cuál es el propósito que el banco tiene con sus clientes?

El banco tiene diversos propósitos tanto con las personas jurídicas y personas naturales. Si hablamos de inclusión financiera, tenemos que enfocarnos más con los clientes que no tienen mucho acceso a nuestros canales físicos, es por eso que nosotros contamos con diversos servicios digitales como la banca por internet, banca móvil y el aplicativo BBVA para poder realizar sus operaciones sin perder la confianza y seguridad que nosotros brindamos.

3. A raíz de la pandemia ¿De qué manera el banco ayudó al desarrollo de los Pymes para su reactivación?

El banco BBVA priorizó a los clientes, colaboradores y la sociedad en su respuesta a la covid-19, especialmente porque las medidas de confinamiento para evitar la propagación de la pandemia provocaron que muchas personas vieran reducidos sus ingresos económicos. Así, el Banco preparó diversas medidas de apoyo que permitieron a más de 200,000 personas acceder a la reprogramación de sus obligaciones financieras, sin que esto afectara su calificación crediticia. Además, se ofreció créditos de programa reactiva con tasas en torno al 1%. Y para

Continuación de anexo N° 6 GUIA DE ENTREVISTA - APLICADA

enviar salir de casa, se dieron facilidades de realizar la solicitud de reprogramación a través de Banca Móvil y Banca por Internet.

4. ¿Con cuántos canales digitales cuenta el banco BBVA?

Actualmente el banco dispone de diversos canales digitales entre los cuales tenemos: La banca móvil, la banca por internet, la app BBVA, BBVA-Tipo de cambio y la billetera móvil (el banco BBVA cerrará el aplicativo definitivamente el día 7/01/2022). Siendo el más usado la App BBVA

5. ¿Cuál es el propósito del App BBVA y de qué manera influye en la inclusión financiera?

Nuestro aplicativo BBVA te permiten revisar rápidamente los saldos y movimientos de tus cuentas, así como transferencias entre cuentas, el pago de servicios, pago de tarjetas del BBVA y otros bancos; entre otras operaciones. Además de realizar tus compras por la web. Esto influye de manera positiva debido que pueden llegar a más usuarios sin tener la necesidad de visitar nuestras agencias permitiendo un ahorro de tiempo y sobre todo evitando la aglomeración que existen en las entidades bancarias.

6. En Perú un problema para entregar bonos de ayuda es la baja bancarización de la población. ¿A qué atribuye este bajo uso de productos bancarios?

En la experiencia que tengo, muchos clientes estaban desinformados sobre los canales digitales que los bancos ofrecen, muchos clientes tienen y tenían el temor de ser estafados a través del internet. Siempre utilizaban el dinero físico por temas de “seguridad”. Hoy, nuestros clientes ya cuentan con cuentas de ahorros, cuentan con el asesoramiento constante a través de la banca por teléfono con el fin de despejar todas sus dudas.

7. ¿Hay productos o servicios que el banco haya tenido que acelerar en el campo digital por la pandemia?

Sí, por supuesto. El banco BBVA ha venido trabajando y preparándose desde hace mucho tiempo en la transformación digital y es por eso que, a raíz de la pandemia nuestros canales digitales han servido de mucha ayuda para nuestros clientes de los distintos lugares del Perú.

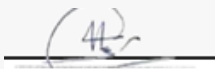
Anexo N° 7 FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL - VALIDADA

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO	SECTOR BANCARIO EN EL PERÚ
AREA ANALIZADA	BANCA DIGITAL
NOMBRE DEL INVESTIGADOR	ANTHONY JHUNIOR PEREZ BARRERA

OBJETIVO DEL ANÁLISIS DOCUMENTAL	ANALIZAR LOS CANALES DIGITALES QUE LOS BANCOS UTILIZARON PARA LAS OPERACIONES FINANCIERAS CON SUS CLIENTES EN EL AÑO 2020
----------------------------------	---

DOCUMENTO A ANALIZAR		RESULTADO DEL ANÁLISIS		
N° ítem	NOMBRE o TÍTULO DEL DOCUMENTO A ANALIZAR	Existencia del documento		RESUMEN DEL RESULTADO DEL ANÁLISIS DEL DOCUMENTO
		SI	NO	
1	Información digital en la página web de Ipsos Perú			
2	Memorias anuales de los bancos del Perú			
3	Reporte de indicadores de la Superintendencia de banca y seguros (SBS) Reportes de encuestas de la SBS			
4	Reporte de canales digitales del Banco central de reserva del Perú Reporte de la digitalización de la inclusión financiera			

INSTRUMENTO VALIDADO POR:	
NOMBRES Y APELLIDOS	HENRY ELDER VENTURA AGUILAR
PROFESIÓN	ECONOMISTA
GRADO ACADÉMICO	MS. FINANZAS – DR. ECONOMÍA Y DESARROLLO INDUSTRIAL
N° DE COLEGIATURA	1015
FIRMA	

Anexo N° 8 FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL -APLICADA

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL

ENTIDAD OBJETO DE ESTUDIO	SECTOR BANCARIO EN EL PERÚ
AREA ANALIZADA	BANCA DIGITAL
NOMBRE DEL INVESTIGADOR	ANTHONY JHUNIOR PEREZ BARRERA

OBJETIVO DEL ANÁLISIS DOCUMENTAL	ANALIZAR LOS CANALES DIGITALES QUE LOS BANCOS UTILIZARON PARA LAS OPERACIONES FINANCIERAS CON SUS CLIENTES EN EL AÑO 2020
----------------------------------	---

DOCUMENTO A ANALIZAR		RESULTADO DEL ANÁLISIS		
N° ítem	NOMBRE o TÍTULO DEL DOCUMENTO A ANALIZAR	Existencia del documento		RESUMEN DEL RESULTADO DEL ANÁLISIS DEL DOCUMENTO
		SI	NO	
1	Información digital en la página web de Ipsos Perú	x		Se pudo analizar que dicha página web cuenta con datos estadísticos sobre cuantas personas utilizaron los canales digitales.
2	Memorias anuales de los bancos del Perú	x		Se encontró información sobre el impacto que tuvo los bancos frente a la pandemia y como ellos llegaron a sus clientes.
3	Reporte de indicadores de la Superintendencia de banca y seguros (SBS) Reportes de encuestas de la SBS	x		Se encontró información sobre la banca por internet e inclusión financiera basándose en reportes de indicadores y encuestas.
4	Reporte de canales digitales del Banco central de reserva del Perú Reporte de la digitalización de la inclusión financiera	x		Se pudo encontrar información general sobre los canales digitales y las operaciones financieras que las entidades financieras utilizaron.

Anexo N° 9 CUESTIONARIO - VALIDADO

CUESTIONARIO

Encuesta dirigida a clientes de bancos

1. ¿Qué nivel socioeconómico se encuentra?

Marca solo un óvalo.

☐ A

☐ B

☐ C

2. ¿Qué edad tiene?

Marca solo un óvalo.

☐ ENTRE 18 - 24 AÑOS

☐ ENTRE 25 - 44 AÑOS

☐ ENTRE 45 - 65 AÑOS

3. Sexo de los encuestados

Marca solo un óvalo.

☐ Femenino

☐ Masculino Prefiero

☐ no decirlo

4. ¿Es usted cliente de alguno de los siguientes bancos?

Marca solo un óvalo.

☐ Banco de Crédito del Perú

☐ Scotiabank

☐ BBVA

☐ Interbank

☐ Banco de la Nación

Continuación de anexo N° 9 CUESTIONARIO - VALIDADO

5. ¿Tiene conocimiento que su principal banco ofrece servicios mediante la banca digital?

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

6. ¿Ha recibido algún tipo de información y/o instrucción directa por parte de su principal banco acerca de los servicios electrónicos que ofrece?

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

7. ¿Utiliza usted la banca por internet de su principal banco?

Marca solo un óvalo.

☐ Sí

☐ No

8. ¿Con qué frecuencia usted utiliza la banca por internet?

Marca solo un óvalo.

☐ Generalmente (8 veces al mes)

☐ Causalmente (4 veces al mes)

☐ Rara vez (1 vez)

9. Las principales actividades que realiza cuando utiliza servicios bancarios electrónicos son:

Marca solo un óvalo.

☐ Consulta de saldos

☐ Transferencia a terceros

☐ Pago de servicios

☐ Solicitud de trámites

Continuación de anexo N.º 9 CUESTIONARIO - VALIDADO

10. ¿Con qué frecuencia usted utiliza la banca por internet?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Generalmente (8 veces al mes)
- ☐ Causalmente (4 veces al mes)
- ☐ Rara vez (1 vez)

11. Las principales actividades que realiza cuando utiliza servicios bancarios electrónicos son:

Marca solo un óvalo.

- ☐ Consulta de saldos
- ☐ Transferencia a terceros
- ☐ Pago de servicios
- ☐ Solicitud de trámites

12. Para elegir un banco ¿Qué tan importante es que éste cuente con un eficiente servicio de banca electrónica como factor de decisión?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Importante Poco
- ☐ importante
- ☐ No lo había considerado
- ☐ No es importante

13. ¿Por qué no utiliza la banca digital frecuentemente?

Marca solo un óvalo.

- ☐ No entiendo como funciona
- ☐ Prefiero atención presencial
- ☐ Siento que no es seguro
- ☐ No cuento con internet y/o celular con aplicativos

Continuación de anexo N.º 9 CUESTIONARIO - VALIDADO

14. ¿Considera usted que está implantada en la cultura bancaria de los peruanos la utilización de servicios electrónicos?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

15. ¿Cuáles cree que son los principales factores que impiden la aceptación de los servicios electrónicos en la banca?

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ No todos tienen acceso al mismo servicio
☐ Inseguridad informática
☐ Existen sectores de la población no bancarizados
☐ Cultura
☐ Falta de información

16. ¿Qué características debería implementarse en la banca electrónica para que usted definitivamente utilice este servicio?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Rapidez
☐ Diseño simple
☐ Seguridad

17. ¿En Qué canal se siente más cómodo para realizar sus transacciones financieras?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Banca física
☐ Banca digital

INSTRUMENTO POR:	VALIDADO
NOMBRES Y APELLIDOS	HENRY ELDER VENTURA AGUILAR
PROFESIÓN	ECONOMISTA
GRADO ACADÉMICO	MS. FINANZAS – DR. ECONOMÍA Y DESARROLLO INDUSTRIAL
Nº DE COLEGIATURA	1015
FIRMA	