



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
EMPRESARIALES Y PEDAGÓGICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
MARKETING ESTRATÉGICO**

T E S I S

**“NIVEL DE CONOCIMIENTO Y USO DE LOS CANALES BANCA MÓVIL E
INTERNET, EN CLIENTES DE INTERBANK, MOQUEGUA 2017”**

PRESENTADO POR

KAROLYN STEPHANHY HERRERA LÓPEZ

PARA OPTAR TÍTULO PROFESIONAL DE

**LICENCIADO EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
MARKETING ESTRATÉGICO**

MOQUEGUA – PERÚ

2018

Índice de contenido.

Carátula.....	.
Portada.....	.
Carátula interna de la tesis.....	.
Página del jurado.....	<i>i</i>
Dedicatoria.....	<i>ii</i>
Agradecimiento.....	<i>iii</i>
Índice de contenido.....	<i>iv</i>
Índice de tablas.....	<i>vi</i>
Índice de figuras.....	<i>viii</i>
Resumen.....	<i>ix</i>
Abstract.....	<i>x</i>
Introducción.....	<i>xi</i>
Capítulo I. Marco metodológico	
1.1 El problema de investigación.....	1
1.1.1 Descripción de la realidad problemática.....	1
1.1.2 Definición del problema.....	2
1.2 Objetivos de la investigación.....	3
1.3 Justificación e importancia de la investigación.....	3
1.4 Alcance y limitaciones.....	5
1.5 Variables y operacionalización.....	5
1.6 Hipótesis de la investigación.....	6
1.7 Tipo de investigación.....	6
1.8 Diseño de investigación.....	6
1.9 Nivel de investigación.....	6
1.10 Población muestra.....	6
1.11 Instrumentos de recolección de datos.....	7
1.12 Procesamiento y análisis de la información.....	8
1.13 Validez de instrumento de investigación.....	8

Capítulo II. Marco teórico	
1.2 Antecedentes.....	9
1.3 Bases teóricas.....	10
1.4 Marco conceptual	21
Capítulo III. Resultados	
3.1 Presentación de resultados.....	25
3.2 Contrastación de hipótesis.....	37
Capítulo IV. Discusión	41
Conclusiones.....	43
Recomendaciones.....	44
Bibliografía.....	45
Anexos.....	47

Índice de tablas.

Tabla	Descripción	Pág.
Tabla 1:	Estadístico de confiabilidad, mediante el alfa de Cronbach para la variable.	8
Tabla 2:	Operaciones realizables con clave token	22
Tabla 3:	Genero de clientes de Interbank, para establecer el nivel de conocimiento de los canales móvil e internet.	26
Tabla 4:	Edad de clientes de Interbank, para determinar el nivel de conocimiento de los canales móvil e internet.	27
Tabla 5:	Grado de instrucción de clientes de Interbank, para determinar el nivel de conocimiento de los canales móvil e internet.	28
Tabla 6:	¿Sabe Ud., efectuar consulta todo tipo de resultados corrientes a partir de la banca móvil Interbank?	29
Tabla 7:	¿Sabe Ud., que, por operaciones realizadas en banca móvil, no paga comisión?	30
Tabla 8:	¿Sabe Ud., que puede pedir adelanto de remuneración por banca móvil Interbank?	31
Tabla 9:	¿Sabe Ud., que puede ejecutar todo tipo de saldos y movimiento, utilizando banca por internet en Interbank?	32
Tabla 10:	¿Sabe Ud., el manejo de la clave digital token?	33
Tabla 11:	¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales banca móvil, al realizar sus transacciones financieras?	34
Tabla 12:	¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales de internet, al realizar sus transacciones financieras?	35
Tabla 13:	¿Cuán frecuente usa Ud., la banca móvil, del Interbank?	36
Tabla 14:	¿Cuán frecuente usa Ud., la banca por Internet, del Interbank?	37
Tabla 15:	Nivel de significancia para determinar el interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet	38
Tabla 16:	Nivel de significancia para determinar el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet.	39

Tabla 17:	Nivel de significancia para determinar el nivel de frecuencia de utilización de los canales banca móvil e internet en clientes de Interbank.	40
-----------	--	----

Índice de figuras.

Figura	Descripción	Pág.
Figura 1:	Genero de clientes de Interbank	26
Figura 2:	Edad de clientes de Interbank	27
Figura 3:	Grado de instrucción de clientes de Interbank	28
Figura 4:	Conocimiento tipo de saldos y movimientos desde la banca móvil Interbank	29
Figura 5:	Conocimiento tipo de operaciones realizadas en banca móvil, no paga comisión	30
Figura 6:	Conocimiento de pedir adelanto de remuneración por la banca móvil Interbank	31
Figura 7:	Conocimiento de ejecutar todo tipo de saldos y movimiento, utilizando banca por internet en Interbank	32
Figura 8:	Conocimiento del uso de la clave digital token	33
Figura 9:	Confianza del uso de los canales banca móvil, al realizar sus transacciones financieras	34
Figura 10:	Confianza del uso de los canales de internet, al realizar sus transacciones financieras	35
Figura 11:	Frecuencia del uso de la banca móvil, del Interbank	36
Figura 12:	Frecuencia del uso de la banca por Internet, del Interbank	37

Resumen.

El estudio que presentamos a continuación, cuyo intitulación es “Nivel de conocimiento y uso de los canales banca móvil e internet, en clientes de Interbank, Moquegua 2017” *cuya interrogante* es ¿Cuál es nivel de conocimiento y uso de los canales banca móvil e internet, en los clientes de Interbank, Moquegua 2017?, tiene como *objetivo*: Determinar el nivel de conocimiento y uso de los canales banca móvil e internet, en los clientes de Interbank, Moquegua 2017, en cuanto al *Método*, se tiene que el tipo de investigación es aplicada, diseño de investigación no experimental, *Población y muestra* fue mediante aplicación de fórmula estadística, *Variables*, Conocimiento y utilización de banca móvil e internet. *Resultados y conclusión*, El nivel de conocimiento y uso de los canales banca móvil e internet, en los clientes de Interbank, Moquegua 2017, es bajo, conforme los muestran los resultados arribados. Finalizando con las *Recomendaciones*, En mérito a las conclusiones arribadas, nos permitimos en plantear las siguientes recomendaciones: Desarrollar una campaña más agresiva y de sensibilización en uso de estos canales para realizar operaciones y/o transacciones financieras; [...] y para revertir el nivel de confianza, respecto a seguridad, en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, es necesario desarrollar las difusiones y capacitaciones a usuarios y no usuarios. Para llegar a nivel alto, en la frecuencia del uso de canal banca móvil e internet en usuarios y clientes del banco Interbank.

Palabras Clave: Banca móvil, banca por internet, conocimiento de canales.

Abstract.

The present research work entitled “level of knowledge and use of channels mobile banking and online customers of Interbank, Moquegua 2017” *whose question* is what level of knowledge and use of channels banking mobile. internet, Interbank, Moquegua 2017 clients?, has as *aim*: determine the level of knowledge and use of channels, mobile banking and internet at Interbank, Moquegua 2017 clients., whose *method* used was: type of applied research, non-experimental design, *population and sample* was by application of statistical formula, *Variable*, knowledge and use of internet and mobile banking. *Results and conclusion*, the level of knowledge and use of channels banking mobile and internet at Interbank, Moquegua 2017, customers is low, as the results arrived. show them ending with the *recommendations*, in merit to the arrival conclusions, we let ourselves on the following recommendations: develop a more aggressive and campaign awareness in the use of these channels to perform operations and/or financial transactions; [...] and to reverse the level of confidence for safety in Interbank customers by the use of the channels mobile banking and the internet, it is necessary to develop the broadcasts and training to users and non-users. To reach high level of frequency of use of the channels mobile banking and internet customers of Interbank.

Key words: Mobile banking, internet, knowledge of channel banking.

Introducción.

El presente estudio de investigación trata, sobre el “NIVEL DE CONOCIMIENTO Y USO DE LOS CANALES BANCA MOVIL E INTERNET, EN CLIENTES DE INTERBANK, MOQUEGUA 2017”, con domicilio fiscal de su agencia Moquegua, Calle Moquegua # 910, cercado del distrito de Moquegua.

En cuanto a su descripción del sector, podemos señalar que es una entidad financiera dedicada a la venta de productos financieros, tanto a nivel nacional como internacional. La motivación que nos ha llevado a realizar la presente investigación, ha sido conocer el nivel de conocimiento en los usuarios del banco Interbank en cuanto al uso del canal de transacciones financieras (banca móvil y banca por internet) en el presente ejercicio.

Razón por la cual, se consideró su tratamiento, para cuyo efecto se planteó como objetivo, lo siguiente: Determinar el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017. Permitiendo plantear la siguiente hipótesis: El nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017, es bajo.

A continuación presentamos la descripción capítulo por capítulo, con el siguiente detalle:

Marco metodológico, en este acápite se aborda lo más sucinto posible a describir la realidad problemática, recurriendo a efectuar una referencia de la problemática que actualmente los usuarios del banco Interbank, en el uso de los canales de transacciones financiera (banco móvil y banco por internet); para luego, formular el siguiente problema: ¿Cuál es nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017?, ello fue base para plantearse el siguiente objetivo general: Determinar el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017. Asimismo, plantea la siguiente hipótesis: El nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017, es bajo. En cuanto a *Método*, utilizado en cuanto a tipo de investigación, aplicada,

diseño no experimental, *Población y muestra* fue mediante aplicación de fórmula estadística, *Variables*, Conocimiento y utilización de banca móvil y banca por internet

Marco teórico, aquí se aborda tópicos como, la presentación y exposición de los resultados y conclusiones de trabajos que anteceden al presente, consignados en la parte de los antecedentes, conocimiento teórico relacionado las variables de banca móvil y banca por internet, terminando con el marco conceptual, en donde se presente términos vinculados al tema para su mejor entendimiento.

Resultados, en esta sección, podemos advertir el bajo nivel de conocimiento por parte de los usuarios del banco, en cuanto al uso de banca móvil y banca por internet por diversos factores.

Discusión, en esta parte se describe a partir de los hallazgos arribados, se acepta la hipótesis genera, el cual es: El nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017, *es bajo*. Guardando relación con lo que sostiene Copa, R. (2016) quien señala y destaca el bajo nivel por parte de los usuarios y clientes en conocer el canal *banca móvil y banca por internet*. Es alto. Confirmando el resultado al cual se ha llegado en el presente estudio ya que advierte también que el problema radica en que los clientes no usan este canal por no tener la costumbre en su uso, ya que en su mayoría estos se encuentran mentalizados en ir personalmente a agencia a efectuar sus transacciones, y por la falta de pericia en el uso y manejo de estos canales o sencillamente no saben cómo utilizarlo.

Por su parte, Gomero, A. (2003) y Olin, B. (2014) quienes en sus trabajos colaterales, también afirma y reconoce la importancia del uso y manejo de estos canales y del rol que cumplen los bancos y cajas en el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, que son pocas las personas conscientes en uso y manejo de su dinero y que son las entidades del sistema financiero las pueden y deben ayudar en promover una adecuada educación financiera en coordinación con escuelas colegios e incluso con universidades para fomentar y apoyar en la toma de decisiones de inversiones, a las personas en general y de sobremanera a los que los requieran.

Finalmente, *el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017*, realizado en dicha entidad bancaria, resultado que permite que los directivos de dicha entidad financiera, tomen decisiones pertinentes. Lo cual será de mucha utilidad para los usuarios en general, situación que permitirá una adecuada toma de decisiones.

Como hemos visto en este estudio, el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua es bajo y que las entidades financieras y de manera particular el banco Interbank, tendrá que tomar las decisiones más acertadas a efecto de superar estos resultados.

Conclusiones y recomendaciones, El nivel de conocimiento y uso de los canales banca móvil e internet, en los clientes de Interbank, Moquegua 2017, es bajo, conforme los muestran los resultados arribados. Finalizando con las *Recomendaciones*, En mérito a las conclusiones arribadas, nos permitimos en plantear las siguientes recomendaciones: Desarrollar una campaña más agresiva y de sensibilización en uso de estos canales para realizar operaciones y/o transacciones financieras; [...] y para revertir el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, es necesario desarrollar las difusiones y capacitaciones a usuarios y no usuarios. Para llegar a nivel alto en el uso del canal banca móvil e internet en usuarios y clientes de Interbank.

Capítulo I

Marco metodológico

1.1 El problema de investigación

1.1.1 Descripción de la realidad problemática

En la actualidad, nuestro país tiene un claro ascenso al crecimiento económico, siendo este inevitable en el transcurrir del tiempo, y con ello trae consigo algo que ya se estuvo trabajando por parte de los gobiernos de turno; la bancarización de las transacciones económicas; y también la formalización de comercios de las diferentes actividades económicas, sean estas personas naturales y/o personas jurídicas, regulada esta por la entidad pertinente - SUNAT.

El banco Interbank, es una entidad financiera importante en el país, con un número específico de agencias y cajeros automáticos en todo el territorio nacional, convirtiéndose en una entidad financiera con afluencia considerable en la ciudad de Moquegua, y que en la actualidad cuenta solo con una sola agencia en la ciudad.

Esta situación se presenta porque gran parte de usuarios y clientes del banco, optan por usar los servicios que ofrece y brinda el banco, dichos productos podemos describir a continuación:

- Depósitos a plazo (ahorro y cuenta corriente)
- Transferencia
- Giro (nacional e internacional)
- Cobranza y depósito de cheque

- Retiro de cuentas (ahorro y cuenta de ahorro)
- Retiro de tarjeta de crédito
- Pagos con tarjeta de crédito
- Pagos de servicios de: (teléfono, colegio, universidad, aerolínea, tributos, entre otros)

Varios de los servicios en mención, están gravadas con el cobro de comisiones por parte del banco comprendido entre S/. 5.50 hasta S/. 235.00 representando esta situación de cobros por comisiones y tasas financieras, genera molestia e incomodidad en los clientes y no clientes (visitantes)

Como cualquier usuario, se está expuesto a ser víctima de un acto delictivo (robo, asalto, extorsión entre otros) en el momento de efectuar y/o concurrir a la dependencia bancaria al hacer uso de algún tipo de servicio y/o producto del banco.

El banco Interbank, como muchas otras entidades financieras viene ofreciendo y poniendo a su entera disposición de usuarios, clientes y no clientes, la banca móvil y banca por internet, como canal alternativo a todas las dependencias del banco Interbank y con aquellas con las cuales se tiene la conexión, esta nueva oferta de hacer transacciones que brinda el banco, es de manera gratuita, tal y cual si los hiciera en agencia del banco -transferencia, depósito, giros y pagos de servicios entre otros-, para acceder a este tipo de beneficio solo es necesario hacer uso de un dispositivo celular con acceso a internet y de un medio otorgado por la entidad bancaria -clave digital token-, que en la actualidad gran parte de los usuarios y no usuarios desconocen sobre la existencia de estos beneficios - banca móvil y banca por internet entre otros-, y que a diario hacen uso del aparato celular, con los aplicativos del caso, sin embargo aún no lo hacen uso por desconocimiento.

1.1.2 Definición del problema

1.1.2.1 Problema general

¿Cuál es nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en los

clientes de Interbank, Moquegua 2017?

1.1.2.2 Problemas específicos

- a) ¿Cuál es el interés en los clientes de Interbank, por el uso del canal banca móvil e internet?
- b) ¿Cuál es el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso del canal banca móvil e internet?
- c) ¿Cuál es el nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en los clientes de Interbank?

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo general

Determinar el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en los clientes de Interbank, Moquegua 2017.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Determinar el nivel de interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet
- b) Determinar el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso del canal banca móvil e internet
- c) Determinar el nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet, en los clientes de Interbank.

1.3 Justificación e importancia de la investigación

1.3.1 Justificación

El presente estudio se justifica porque toca un tema muy de moda e interesante, puesto que en hoy en día toda persona común y corriente cuenta con equipo de computador y/o celular y por tanto, representa una necesidad y/o obligación conocer y manejar el canal de banca móvil y banca por internet, ya que estos productos permite a clientes y no clientes del banco contar con las facilidades y rapidez en la realización de cualquier transacción financiera.

Asimismo, estos canales se encuentran disponible las 24 horas del día por los 365 del año, representando una gran utilidad, ya que muchas veces los que son usuarios del banco por múltiples motivos no pueden recurrir a la agencia a realizar sus operaciones, representando una gran ventaja en poder realizar desde su celular y/o equipo computador.

Asimismo, para el banco también representa un beneficio, toda vez que también disminuirá la afluencia de usuarios. Y el realizarlo por estos canales, representa también, no estar expuesto a ningún tipo de riesgo como asalto, pérdidas, robo, fraude, etc.

Hacer uso de estos canales, también representa oportunidades para los usuarios, ya que hoy en día muchas empresas se dedican a hacer sus transacciones vía los descritos, aspecto que permite gran ahorro de efectivo y tiempo. Utilizando estos canales de Banca Móvil y Banca por Internet es preciso contar con el dispositivo “Clave Digital Token”, aparato electrónico que brinda seguridad integra en los diferentes servicios y productos que conlleven la utilización de los canales mencionados.

Los clientes de este banco, en muchas ocasiones expresan su malestar por el cargo de comisiones por el uso de los servicios y productos del banco Interbank, frente a este problema, el banco Interbank del Perú, puso a disposición de sus usuarios y clientes, canales de atención como: Banca Móvil y Banca por Internet y que su uso, no genera el pago de comisión en casi todas las transacciones disponibles.

1.3.2 Importancia

La valor e importancia del presente trabajo de investigación radica en la posibilidad de desarrollar toda una campaña de marketing y de promoción de productos financieros y el uso masificado de los canales de banca móvil y banca por internet, para los directivos de del banco puedan desarrollar lo pertinente. Asimismo, a la comunicad universitaria, para que pueda proponer los diseños y mecanismos que se podría desarrollar y aplicar al caso de estudio.

1.4 Alcance y limitaciones

1.4.1 Alcance

El presente estudio ha sido desarrollado de conformidad y en cumplimiento al documento oficial que guía su elaboración, vigentes en la Universidad José Carlos Mariátegui – UJCM. Debemos aclarar que el presente estudio de investigación ha sido desarrollado tomando como base aquella información recabada de los clientes y usuarios de productos financieros del banco Interbank, agencia Moquegua – 2017.

1.4.2 Limitaciones

En el proceso de desarrollo del presente trabajo de investigación, no se presentó situaciones que hayan podido ocasionar atingencias adversara al logro del objetivo del presente trabajo.

1.5 Variables y operacionalización

1.5.1 Variable

Conocimiento del canal banca móvil y banca por internet.

1.5.2 Operacionalización.

VARIABLE	D. CONCEPTUAL	D. OPERACIONAL	DIMENSIÓN	ITEM´S	ESCALA
Nivel de conocimiento del canal Banca Móvil y Banca por Internet del Interbank.	Canal alternativo a Agencias, cajeros automáticos, agentes y banca por teléfono del Interbank: que admiten realizar servicios a tiempo real con los productos y servicios que brinda el banco Interbank. (Banco Interbank, 2017)	Conocimiento del canal Banca Móvil y Banca por Internet, se determinará mediante la toma de cuestionario a los usuarios y clientes del banco Interbank que con frecuencia acuden a la agencia Moquegua.	<ul style="list-style-type: none"> • Interés por el uso de canales • Confianza respecto a la seguridad • Frecuencia de uso 	ITEM´S 1. Género: 2. Su edad se encuentre entre: 3. ¿Su grado de instrucción, es? Conocimiento 4. ¿Sabe Ud., efectuar consulta todo tipo de saldos y movimientos desde la banca móvil interbank? 5. ¿Sabe Ud., que, por operaciones realizadas en banca móvil, no paga comisión? 6. ¿Sabe Ud., que puede pedir adelanto de remuneración por la banca móvil Interbank? 7. ¿Sabe Ud., que puede ejecutar todo tipo de saldos y movimiento, utilizando banca por internet en Interbank? 8. ¿Conoce Ud., el uso de la clave digital token? Confianza 9. ¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales banca móvil, al realizar sus transacciones financieras? 10. ¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales de internet, al realizar sus transacciones financieras? Frecuencia de uso 11. ¿Con que frecuencia usa Ud., la banca móvil, del Interbank? 12. ¿Con que frecuencia usa Ud., la banca por Internet, del Interbank?	Alternativas de respuesta.

1.6 Hipótesis de la investigación

1.6.1 Hipótesis general

El nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en los clientes de Interbank, Moquegua 2017, es bajo

1.6.2 Hipótesis específicas

- a) El interés en los clientes de Interbank, por el uso del canal banca móvil e internet, es bajo
- b) El nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso del canal banca móvil e internet, es bajo
- c) El nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en los clientes de Interbank, es bajo.

1.7 Tipo de investigación

Por las características del estudio es una investigación aplicada- de corte descriptivo.

1.8 Diseño de investigación

No Experimental.

1.9 Nivel de investigación

Descriptivo - explicativo

1.10 Población muestra

1.10.1. Población

Conformada básicamente por usuarios y clientes del Banco Interbank del Perú que concurren a la agencia Moquegua.

El gerente de tienda Moquegua, Sr. *Franklyn Núñez Ayala*, nos brindó el número de la población de clientes de Moquegua, **N= 5,782** usuarios y clientes activos en el período de la realización de la presente investigación.

1.10.2 Muestra

Para la determinación de la muestra, se procedió a la aplicación de la siguiente fórmula estadística:

a) Fórmula del tamaño de la muestra

$$a_1) n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq} =;$$

Dónde: n = Muestra; p = posibilidad de acierto; q = posibilidad de desacierto; Z = Nivel de Confianza; E = Margen de error; N = Población.

Procediendo con el reemplazo de datos en la fórmula citada, se manejó los siguientes valores:

$N = 5,782$ (Usuarios y Clientes)

$E = 0.05$ (arista de desliz 5%)

$Z = 95\% = 1.96$ (cota de confianza)

$p = 0.5$

$q = 0.5$

Proceso de reemplazo de datos en fórmula:

c) Clientes del banco Interbank.

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(5,782)}{(5,782)(0.05)^2 + (1.96)^2(0.5)(0.5)}; \frac{5553.0328}{15.4154}; = 360.57 = 361 - \text{Clientes}$$

1.11 Instrumentos de recolección de datos

1.11.1 Técnicas

- *Encuesta:* Técnica que se aplicó al total del 100% del tamaño de la muestra

1.11.2 Instrumentos

- *Cuestionario:* Aplicación de 12 interrogantes, los cuales admitieron para determinar el nivel de conocimiento del canal Banca Móvil y Banca por internet del banco Interbank.

1.12 Procesamiento y análisis de la información

Se desarrolló a partir de la exposición de tablas de recuentos y de manera correlativa.

Y para el procesamiento de la información, se manejó el aplicativo de software SPSS versión 24.0.0.

1.13 Validez de instrumento de investigación.

1.13.1 Alfa de Cronbach

La validación y fiabilidad interna del instrumento, podemos apreciar en la tabla 2 en el cual se presenta, el alfa de Cronbach; dicho coeficiente revela la validez del instrumento, el mismo que aplicamos en la realización del levantamiento de la información, como consecuencia de la aplicación de la prueba piloto se pudo obtener el valor alfa de Cronbach, muestra un índice de 0.841, esto quiere decir que el instrumento es aceptable.

Tabla 1. Estadística de fiabilidad, a través del alfa de Cronbach para la variable toma de decisión.

Alfa de Cronbach	Nro. de elementos
0,841	12

Fuente: Elaboración del Investigador

1.13.2 Juicio de experto.

El instrumento aplicado fue sujeto a juicio de expertos con la finalidad de brindar la garantía, claror, simplicidad y factible intelecto del mismo. (Visualizar anexo, adjunto las matrices correspondientes, apropiadamente suscritas en originales).

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Antecedentes

Para un conocimiento cabal y amplio acerca del estudio que se presenta ha sido necesario, antes conocer acerca de los trabajos ejecutados anteriores al nuestro, para ello se ha visitado e indagado repositorios institucionales, siendo casi nula la existencia de trabajos similares, y si no fuera el caso, sería nulo; haciéndose también la consulta de material bibliográfico especializado; encontramos también algunos trabajos que tienen cierto grado de afinidad al tema, que a continuación citamos:

Gomero, A. (2003, p. 143) Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las pymes textiles en Lima metropolitana de 1990 al 2000 (Tesis de maestría) Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima Perú, quien concluye: [...] el rol que cumplen las entidades financieras en el progreso del empresariado ubicados en el nivel micro y pequeñas empresas, sobre los mecanismos de evaluación para ser beneficiarios de créditos. Y de aquellas reformas de estructura orientada a modernizar y hacer más competitivo la actividad económica. No viéndose muestras por parte del gobierno; articular de manera integral para fomentar las importaciones y exportaciones.

Olin, B. (2014, p. 123) La educación financiera como base para la toma de decisiones personales de inversión (Tesis de maestría) Universidad Autónoma de Querétaro. Santiago de Querétaro México. Quien concluye: [...] se constató

que son pocas las personas que son conscientes en uso y manejo de su dinero y que son las entidades del sistema financiero las pueden y deben ayudar en promover una adecuada educación financiera en coordinación con escuelas colegios e incluso con universidades para fomentar y apoyar en la toma de decisiones de inversiones, a las personas en general y de sobremanera a los que los requieran. De la misma forma, recordar que la causa principal de los errores tiene sus orígenes en expectativa y comportamientos de los seres humanos, débiles e imperfectos, por lo que se debe considerar de manera consciente lo que se hace, con el propósito de realizarlos mejor, y de tomar decisiones importantes, cuyos resultados y consecuencias derivadas de estas, no siempre se puede conocer con certeza.

Copa, R. (2016, p. 59-60) Nivel de desconocimiento de los canales banca móvil y banca por internet del banco de Crédito en Moquegua 2016. (Tesis de Licenciatura) Universidad José Carlos Mariátegui. Moquegua Perú. Quien concluye, lo siguiente: [...] el nivel de ignorancia en el uso del canal Banca Móvil y Banca por Internet del BCP es alto. Según los resultados, no utilizarían el celular o un computador para realizar sus operaciones en agencia. Por lo tanto, [...] El problema radica que los clientes no usan estos canales por falta de estar acostumbrado, ya que en su mayoría estos se encuentran mentalizados en ir de manera personal a agencia a efectuar sus operaciones, y obviamente, no conocen la presencia y/o existencia de este canal o sencillamente desconocen su utilización, y al mismo tiempo no muestran interés de las bondades que tendrían en la utilización de este canal de atención.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Datos generales de la empresa:

Número de agencia en el Perú y el mundo: 0801 00802

a. Fundación

El Banco Internacional del Perú se fundó el 1 de mayo de 1897, e inició sus operaciones el 17 del mismo mes con un directorio presidido por el Sr. Elías

Mujica. Su primer local estuvo ubicado en la calle Espaderos, hoy Jirón de la Unión.

En 1934 empieza el proceso de descentralizar la administración, siendo Chiclayo y Arequipa las primeras agencias en abrir sus puertas, seguidas un año más tarde por las de Piura y Sullana.

La política de expansión se aumentó de manera notable en 1942, adquiriendo una posesión en la Plazuela de la Merced y otra en la calle Lezcano, donde se edificó el edificio “Sede La Merced”, cuyos bellos finalizados han llevado al Instituto Nacional de Cultura a catalogarlo como Monumento Histórico.

En el pasado, el accionariado del banco circunscribió capitales vinculados a la agroindustria, como La Fabril S.A. y W.R. Grace Co. En la década de los setenta, el Chemical Bank de Nueva York participó en el accionariado y fue quien asumió la responsabilidad de gerenciar el banco. En 1980 el banco pasó a llamarse *Interbank*.

El 20 de julio de 1994 un grupo financiero liderado por el Dr. Carlos Rodríguez-Pastor Mendoza, e compuesto por grandes capitalistas como Nicholas Brady (ex Secretario del Tesoro de los EEUU), entre otros, se cambió en el principal accionista del banco al adquirir el 91% de las acciones disponibles.

La apertura de la sede principal Torre Interbank, ubicado entre las avenidas Javier Prado y Paseo de la República, en el 2001, marca el principio e inicio de una nueva era, con mejores servicios integrados y tecnología de avanzada.

Desde principios de 2007 hasta fines del 2008, Interbank llevó a cabo un provocador proceso de desarrollo que buscaba duplicar la red de distribución. De este modo, el aumento de tiendas de Interbank pasó de 111 a fines de 2006 a 2007 al cierre de 2008. Igualmente, el número de cajeros pasó de 701 a 1,400 en el mismo período.

La expansión de Interbank circunscribió, en el 2007, aperturar oficinas de representación comercial del entonces Grupo Interbank en Shangai con el

propósito de contribuir a dinamizar la reciprocidad comercial con China. Ésta fue la primera oficina de una empresa peruana en el país asiático.

Fruto del fuerte crecimiento y desempeño del banco, en el 2010 las tres principales clasificadoras de riesgo lo calificaron como una empresa con grado de inversión. Ello permitió realizar dos significativas emisiones de deuda en los mercados internacionales.

En marzo de 2012 Interbank continuó renovando su oferta internacional al iniciar su Oficina de Representación Comercial en Sao Paulo, Brasil, el quinto socio comercial del Perú. Con este gran paso, Interbank busca aconsejar tanto al empresariado peruano como brasileño a concretar negocios exitosos e identificar coyunturas de inversión. (<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/>, 2017)

b. Subsidiarias

Intercorp Perú (NASDAQ: IFHZF) organización empresarial multinacional originario del Perú, consiguió ingresos por más de \$ 3000 millones en el 2011 ubicándose entre las tres marcas peruanas que aparecen en el ranking de las 50 más valiosas de la región.

c. Código de la agencia Moquegua.

361 Tienda Moquegua 7

d. Horario de atención al público

Tienda Calle Moquegua # 910

Lunes a Viernes 9-6 pm horario de corrido

Sábados 9 – 1 pm

Tienda Plaza Vea: Lunes, domingos y feriados, de 9 a 9 horario de corrido

2.2.2 Banca telefónica

A disposición las 24 hrs, todos los días del año.

Lima

311 9000

Provincias

0 801 00802

2.2.3 Productos financieros

a. Depósitos en cuentas de ahorro.

Ahorro Casa PN

- ❖ No se acceden retiros. Si la cuenta se cancela antes del término del plazo, devuelve capital. El plazo del depósito es noventa (90) días, renovable de manera automática.
- ❖ No hay afectación de comisiones.
- ❖ Cantidad de depósitos.
- ❖ El cobro se efectuará según tasa vigente en el tarifario servicios varios PN para dicho concepto. (<https://interbank.pe/>, 2017)

Ahorro Euros PN

- ❖ Es aplicable al saldo diario en cuenta. Año base 360 días. Capitalización y abono de interés, mensual. Tasas de interés sujetos a variación de conformidad a condiciones de mercado. Información actualizada a Setiembre 2016
- ❖ Los retiros en euros podrán realizarse en las ventanillas de la red de tiendas de Interbank, para los casos de billetes de baja denominación, Interbank podrá conceder a los clientes dichos importes al tipo de cambio del día, tanto en soles como en dólares
- ❖ Los importes mínimos para retirar y depositar son EUR 5, respectivamente (<https://interbank.pe/>, 2017)

Ahorro Max PN

- ❖ Es aplicable al saldo diario en cuenta. Año base de 360 días. Capitalización y abono de intereses, mensual. Tasas de interés sujetas a variación de acuerdo a escenarios de mercado. Los niveles se expresan en saldos diarios.
- ❖ El cobro de comisión se realizará sobre el saldo disponible de la cuenta. Si no lo tiene la(s) comisión(es) quedará(n) pendiente(s) de pago hasta que se disponga de saldo y se efectúe el cobro.
- ❖ Por cada mes. Se considera hasta el último día útil del mes.
- ❖ Interbank Agente: cajeros corresponsales de Interbank.

- ❖ No comisiona por consulta a través de Saldo y Pago @1 Toque, Banca Telefónica y Banca por Internet.

Ahorro Techo PN

- ❖ No se permite retiro. Si la cuenta se cancela antes del vencimiento del plazo, devuelve capital. El plazo del depósito es treinta y un (31) días, renovable de manera automática
- ❖ No hay cobro de comisiones.
- ❖ Cantidad máxima de depósitos por mes calendario. (<https://interbank.pe/>, 2017)

Cuenta Ágil PN

- ❖ Aplicable al saldo ordinario en la cuenta, usa un año base de 360 días. La capitalización y el abono de intereses es mensual y las tasas de interés estarán sujetos a las variaciones de conformidad a las condiciones del mercado.
- ❖ Por cada mes del almanaque. Considera hasta el último día útil del mes y no deja un número de depósitos mayor al indicado.
- ❖ El número de retiros en la red de establecimientos e Interbank Agente, se anota de manera emancipada.
- ❖ Interbank Agente: son los cajeros corresponsales de Interbank ubicado en bodegas, farmacias, minimarkets y otros lugares. (<https://interbank.pe/>, 2017)

Cuenta Millonaria PN

- ❖ Aplicable al saldo promedio mensual en cuenta, que no es más que la suma del saldo diario del mes, fraccionado entre el total de días que tenga el mes. Año base de 360 días. Capitalización y abono de intereses, mensual. Tasas de interés sujetas a variantes de conformidad a las condiciones de mercado. Rangos expresados en saldo promedio mensual.
- ❖ Cuenta millonaria súper Tasa no almacena expectativas para el sorteo, ni participa del juego de cuenta Millonaria Súper Premio.
- ❖ Determinación de conformidad al saldo medio mensual de cuenta. Se considera hasta el último día útil del mes.

- ❖ Inafectación de cobro de gastos por consultar saldos y movimientos en Interbank Agente.
- ❖ Inafectación de cobro de comisión por retirar en Monedero Global Net
- ❖ Cobro de comisiones se efectuará sobre el saldo disponible de la cuenta. (a) de manera mensual, (b) al tiempo de realizar la operación. Si la cuenta no tiene saldo favorable la comisión (es) quedará (n) pendiente (s) de pago hasta que la cuenta disponga de saldo favorable y se realice el cobro. (<https://interbank.pe/>, 2017)

Cuenta Simple PN

- ❖ Aplicable al saldo en cuenta. Año base de 360 días. Capitalizable y abono de interés, de manera mensual. Tasas de interés sujetas a variantes de conformidad a condiciones de mercado.
- ❖ Cobro de las comisiones se realizará sobre el saldo disponible de la cuenta. Si no lo tiene, la(s) comisión(es) quedará(n) pendiente(s) de pago hasta que se disponga de saldo.
- ❖ Porcentaje aplicado al importe de la operación.
- ❖ Los depósitos, retiros y cancelaciones de diferentes plazas se refieren a aquellas transacciones efectuadas en una ciudad diferente a la provincia donde se apertura la cuenta (destino de los fondos). Las transferencias interplaza están referidas a transferencias efectuadas entre cuentas abiertas en diferentes provincias (el cobro es realizado en la cuenta de origen de los fondos).
- ❖ No cobra comisión en Monederos Global Net. (<https://interbank.pe/>, 2017)

Cuenta Corriente PN

Consulta de saldos y movimientos son libres de costo en Monedero Global Net, Interbank Agente, Saldo y Pagos @1 Toque, Banca por Internet, Banca Telefónica y Banca celular.

En caso de robo, pérdida o deterioro, la reposición y entrega de la nueva Tarjeta Interbank Visa Débito está sujeta al cobro de la comisión, el mismo que se realizará al momento de la operación ya sea con cargo en cuenta o en efectivo en caso no tuviera saldo disponible. El cliente debe firmar la nueva Tarjeta de

Débito y cambiar la clave original asignada en cualquier cajero Global Net a nivel nacional antes de utilizarla

b. Transferencias y Órdenes de Pago PN

- ❖ MN: Menor o semejante a S/ 310,000 y ME: Menor o semejante a US\$ 60,000
- ❖ Al tipo de cambio de venta pizarra. (3) Terminal financiero (efectivo y cargo en cuenta).
- ❖ Terminal financiero - efectivo.
- ❖ Cobranza al beneficiario mediante el estado de cuenta de la tarjeta.
- ❖ Realización de cobro por el monto de la operación más gastos.
- ❖ Aplica la comisión CCE si el origen de la transferencia es por Ventanilla o Global Net
- ❖ El cobro se realizará al momento de efectuar la operación, sin embargo el monto cobrado será devuelto el mismo día o al siguiente día útil según el horario de atención a la cuenta del cliente. La devolución aparecerá con el nombre de PPA OP DEV.
- ❖ Las operaciones realizadas a través de nuestros canales digitales cuentan con un monto máximo por operación que puede ser modificado en cualquiera de nuestras Tiendas a nivel nacional.

c. Giros y Transferencias Internacionales PN

Los que no son clientes, solo pueden efectuar operaciones hasta US\$ 5,000.00 o su equivalente en soles. El gasto cobrado no considera los gastos del exterior. El / los banco (s) pagador (es) y/o intermediario (s) y/o corresponsal (es) podrá (n) descontar sus comisiones del monto transferido al beneficiario.

Aplica solo cuando el cliente solicita. El banco representante efectúa la transferencia del íntegro del dinero requerido por el ordenante sin aplicar deducciones

La comisión se cobrará en la cuenta de destino de los fondos y de ser esta en moneda nacional aplicará el tipo de cambio del día, pudiendo ser distinto al aplicado al monto abonado.

2.2.4 Banca móvil e internet (Interbank)

El 23 de julio del 2011, Interbank da un paso adelante en la era de banca celular, con su publicidad “el tiempo vale más que el dinero”.

Si eres cliente de Interbank, ahora puedes hacer consultas y transacciones bancarias desde tu celular en cualquier momento y estés donde estés totalmente GRATIS.

Para todos los celulares CLARO y MOVISTAR es posible hacer transferencias vía SMS después de suscribirse en una agencia o en un cajero Interbank.

Ahora si tienes un celular Blackberry/IPHONE puedes descargarte un aplicación para banca personal.

a. Tipos de operaciones que se realicen por estos canales (Móvil e internet)

Servicios

Tarjetas prepago virtuales de ENTEL

Recarga virtual

Pago automático control total

Giros Nacionales

Banca Celular SMS

Pago a instituciones

Pago de servicios públicos

Puedes realizar pagos de forma rápida y fácil desde tu Interbank APP o Banca por Internet. También tienes los Cajeros Global Net, @l Toque e Interbank Agente. Para realizar tus pagos debes ser cliente de Interbank. La habilitación de canales depende del contrato firmado con cada empresa.

Pago a proveedores

Paga a tus proveedores con total seguridad a través de la Banca por Internet para Empresas.

Pago de remuneraciones

Paga los sueldos de tus colaboradores a través de Banca por Internet para Empresas.

Pago de CTS

Paga la CTS de tus colaboradores a través de nuestra Banca por Internet para Empresas.

Pago AFPNet

La forma más ágil y segura de pagar tus planillas AFP.

Pagos SUNAT

Diferentes canales para el pago de tus impuestos SUNAT, Aduanas y Detracciones.

Pagos Varios

Realiza el pago de diversos documentos vía Banca por Internet para Empresas.

Transferencias Interbancarias

Envía dinero de un banco a otro de manera ágil y segura.

Transferencias al exterior

Envía dinero a cualquier lugar del mundo

Retiro de Fondos PayPal PJ

Vende en el extranjero y retira tu dinero fácil y rápido en Perú

b. ¿Qué es Banca por internet?

Esta nueva modalidad de efectuar transacciones financieras, es una plataforma que permite efectuar dichas operaciones de una forma fácil y segura efectuado desde tu PC, Tablet o Smartphone. Los usuarios y/o clientes podrán de manera fácil efectuar consultas de saldos y efectuar operaciones adecuadas o con terceros, como son, pago de recibo, pago de tarjeta (s) de crédito, transferencia, entre otros, desde la agrado de realizarlo desde el hogar u oficina. (<https://interbank.pe/>, 2017)

c. ¿Por qué usarla?

- Efectúa tus transacciones de forma rápida y sencilla.
- Economiza tiempo realizando tus consultas de saldo, movimiento, pagos y transferencias.
- Lleva un control de todas tus cuentas y mejor control de tus operaciones efectuadas en banco.

d. ¿Qué operaciones se realizan por internet?

Consultas: Revisa saldos y últimos movimientos.

Realiza pagos: Paga tus tarjetas de crédito, recibos de luz, agua, teléfono y otros.

Haz transferencias: Mueve tu dinero entre tus cuentas o a otras cuentas Interbank.

Como ya habrás notado, hacer tus operaciones de una manera rápida y sencilla desde un celular, Tablet o computadora es posible, y con muchas ventajas, como:

Comodidad: Si las tiendas del banco te quedan lejos de casa u oficina, ya no tienes que salir para realizar tus transacciones. Con esta banca digital puedes hacerlo desde donde quieras: tu escritorio, tu sofá, tu cama, la playa... ¡Tú decides!

Ahorro de tiempo: evita las colas y la pérdida de tiempo cuando vas al banco. Con la Banca por Internet todas tus operaciones están al alcance de un clic.

Seguridad: además de garantizar que todas tus operaciones están protegidas, no tendrás que cargar fuertes sumas de dinero en efectivo para realizar pagos o depósitos en el banco, pues podrás gestionarlos por internet, evitando así correr riesgos innecesarios.

Disponibilidad 24/7: lo mejor es que puedes gestionar tus operaciones en cualquier momento y en cualquier lugar ¡porque nunca cierra! Atrévete a usar esta banca moderna y amigable. Comprueba por ti mismo lo sencillo que es realizar tus operaciones bancarias con ella. ¡Te encantará!

e. Límites de operaciones en banca por internet

Nivel A: Pagos hasta 1500 y transferencias 1500 soles

Nivel B: Pagos hasta 6000 y transferencias 3000 soles

Nivel C: Pagos hasta 15000 y transferencias 9000 soles

Si el cliente desea monto mayor, debe solicitarlo en el banco

2.2.5 Banca Móvil

Refiere a aquellas operaciones financieras ejecutadas a través de un aparato móvil. Esta herramienta tiene el potencial de llegar a más clientes y/o usuarios,

a un bajo costo y de forma más práctica que los servicios bancarios habituales que se brindan en las sucursales. (<http://repositorio.uta.edu.ec/>, 2017)

La banca móvil surge de la imperiosa necesidad del sistema financiero de bajar los costes de sus servicios sin que perdieran atractivo para el cliente. Con el auge del móvil surgió un posible canal de acceso para dichos servicios. El móvil ofrecía grandes ventajas ya que era posible asociar un móvil a un usuario específico y éste a una cuenta, al tiempo que se podían implementar métodos seguros de comunicación.

Este tipo de banca busca aprovechar las particularidades de los teléfonos móviles para tener acceso a los servicios bancarios y financieros de una manera segura y ágil. Así el sistema bancario puede hacer más efectiva la relación con sus clientes mediante una nueva infraestructura tecnológica generalizada en casi todo el mundo. De esta manera las entidades bancarias pueden bajar de manera considerable los costes al mismo tiempo tener una opción atractiva de tener acceso a su servicio.

La parte tecnológica ha de complementarse con una red de agencias donde los clientes pueden depositar efectivo, pero aun así este nuevo tipo de banca ofrece servicios como transacciones de pago, depósito, y transferencia de dinero entre personas, transferencia de dinero entre cuentas bancarias, pago de obligaciones bancarias y créditos, adquisición de crédito para el teléfono móvil, pago de facturaciones, servicios o extracciones y depósito de efectivo en sucursales bancarias, agencias y cajeros automáticos. (www.ecured.cu, 2017)

El Banco en tus manos desde tu Interbank APP

Economiza tiempo: Efectuar transacciones sin ir a la entidad bancaria, desde tu Smartphone y disfruta más tiempo.

Acceso seguro: Con una clave web de tu elección o tu huella digital, además de tu DNI y cifra de la tarjeta

Transacciones habituales: Guarda y gestiona tus pagos y todo tipo de transferencia, de manera fácil.

Serenidad: Acceso a cuentas y control de tus gastos en cualquier instante.

Operaciones seguras: Te enviaremos una clave única vía SMS para validar cada transferencia o pago que realices

Mayor seguridad: Tu sesión se cierra automáticamente después de un tiempo de inactividad. (<http://repositorio.uta.edu.ec/>, 2017)

a. ¿Qué es Interbank APP?

Es una aplicación puesta a disposición de manera gratuita que permita a los usuarios realizar consultas, pagos y transferencias de la manera más simple y segura. (<https://interbank.pe/>, 2017)

b. Interbank App te permite:

- Efectuar transacciones de una forma ágil, sencilla y rápida realizado desde un dispositivo móvil y/o celular.
- Economiza tiempo al realizar tus consultas de disponibilidad y movimientos, pagos y transferencia.
- Llevar un control de todas tus cuentas y un óptimo control de tus gastos. (<https://interbank.pe/>, 2017)

2.3 Marco conceptual

Token - Clave Digital.

Aparato digital y electrónico, que tiene la bondad de generar claves minuto a minuto, que brinda a usuarios y no usuarios una mayor seguridad en la realización de sus transacciones y transacciones en banca por internet y móvil. Cuyo coste es S/. 18.00 o \$.6.00; sin este dispositivo, solo se puede visualizar movimiento en cuenta y saldos. Esta clave puede ser utilizado en la realización de “operaciones” por Internet. Representando un medio seguro en la realización de operaciones habituales con el banco. Siendo esas operaciones, las siguientes:

Tabla 2. Operaciones realizables con clave token

Operaciones	Clave digital
Consultas	No
Transferencias	Sí
pago por servicios	Sí
Pago de letras	Sí
Pago de créditos	Sí
Pago de tarjetas de crédito	Sí
Disposiciones de efectivo	Sí
Giros nacionales	Sí
T. Compras en internet	Sí
Afiliar tus tarjetas de crédito a tu credimás	Sí
Afiliar tu CTS a tu credimás	Sí
Actualización de correo de constancias	Sí
Cambio de clave internet	Sí

Fuente: Interbank, 2017

Finalmente, podemos señalar que esta clave token es un dispositivo un tanto peculiar al que conocen como Token muy parecido a una unidad de almacenamiento USB Flash Drive, el cual tiene una pantalla que muestra 6 dígitos de números que cambian de manera permanente. (<http://www.ingenierogeek.com/2013/09/comprar-por-internet-banorte-que-es-como-activar-token.html>, 2017)

Banca Móvil.

Entidad bancaria que tiene a disposición y ofrece variedad de canales tecnológicos a mediante los cuales, la realización de transacciones y operaciones financieras, y al mismo tiempo permite ahorrar tiempo y dinero en desplazarse a la agencia bancaria.

La Banca Móvil, es un canal por el cual el usuario y/o usted, como consumidor financiero podrá contar con información de su, efectuar transacciones en línea, recarga y pago en línea, de manera fácil y segura, las 24 horas del día.

Estos servicios le permiten acceder desde cualquier celular, de cualquier otro operador, independientemente del plan que cuente, con o sin saldo y sin necesidad de contar un plan de datos.

Este servicio se encuentra disponible de enero del 2012; dicho canal y/o opción

permite realizar consultas y transacciones desde cualquier unidad móvil Smartphone, siendo un requisito tener acceso a un sistema operativo Android o iOS (iphone, ipad); todo esto de manera rápida y completamente seguro las 24 horas del día. (<https://www.iban.es/glosario/b.html>, 2017)

Banca por Internet.

Es una plataforma que pone a disposición el Banco Interbank; así como otras entidades financieras; a través de su página web, dicha página se encuentra a disponibilidad las 24 horas del día durante los 365 días al año.

Comisión.

Pagos, costes y/o recargos por la realización de transacciones o servicios accesorios y/o complementarios a las transacciones/productos convenidos por los usuarios y/o clientes. Estas pertenecen a aquellos servicios entregados por la entidad bancaria anticipadamente acordada con el usuario y/o cliente.

Gasto.

Son aquellas erogaciones costes por transacciones o servicios anexos y/o complementarios a instrucciones/productos concertados por los clientes. Estas incumben a aquellos servicios entregados por la entidad bancaria anticipadamente acordada con el usuario y/o cliente. (<https://definicion.de/gasto/>).

Impuesto - Transacciones Financieras. (ITF).

Es un impuesto que esta afecto a compras-ventas de divisas, bonos, acciones, derivados, etc. que son, mayormente, de tipo especulativo y de aquellas determinadas transacciones financieras con la tasa del 0.005% del monto total de la transacción; grava también aquellos retiros y/o depósitos efectuados en cualquier cuenta accesible en alguna entidad del sistema financiero.

También están afectos al pago de dicho impuesto las siguientes operaciones:

- Transferencia de fondo dentro o fuera del territorio nacional
- Cheque de gerencia.
- Giro nacional o al extranjero.

- Certificado bancario
- Otros instrumentos financieros.

Este impuesto se deduce como gasto para el Impuesto a la Renta para aquellos contribuyentes que generan rentas de tercera categoría (dedicados a la compra-venta y/o producción de bienes y servicios); y, para contribuyentes ubicados en distintas categorías de renta.

(<https://nanchisworld.wordpress.com/2012/03/30/que-es-un-impuesto-a-las-transacciones-financieras/>, 2017)

Bancarización.

No es otra situación que de la expresión de aquella potestad de orden tributario, que permite que todas aquellas operaciones económicas tengan el mismo nivel de ser controlado y que el Estado pueda ejercer sus labores de fiscalización que le corresponda, empleando para ello como un vehículo, conocido como Ley, frente a la evasión de tributos y cualquier otra forma que esté en contra de aquellos esfuerzos de formalizar la economía del país.

En otras palabras, para tener un mayor control de la recaudación de impuestos el Estado se ha asegurado que todas las transacciones económicas sean mediante el sistema bancario, para un mayor y mejor control en su recaudación de impuestos y con ello lograr la formalización de la economía nacional, ya que una gran parte de la actividad económica no lo está aún (pequeñas y micro empresas) (<http://puntocontable.blogspot.pe/2009/01/la-bancarizacin.html>, 2017)

Capítulo III

Resultados

3.1 Presentación de resultados

3.1.1 Con respecto al objetivo específico a)

Determinar el nivel de interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet

Tabla 3. Genero de clientes de Interbank, determinación del nivel de sapiencia del canal móvil e internet.

Genero	Frecuencia	%
Masculino	186	51,5%
Femenino	175	48,5%
Total	361	100%

Fuente: Elaboración propia

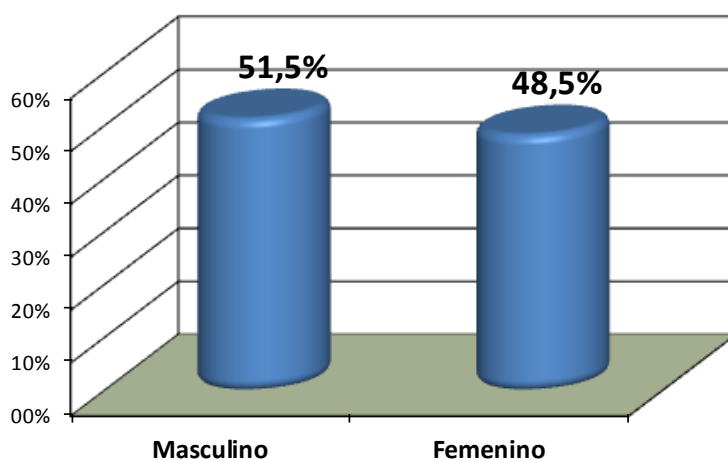


Figura 1. Genero de clientes de Interbank

Fuente: Tabla 3
Elaborado por: La ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 3 y la figura 1, muestran el género de los clientes de Interbank, y la determinación del nivel de sapiencia del canal móvil e internet. Pues de un total de 361 encuestados, podemos mencionar que el 51.5% de los encuestados representa al género masculino, en tanto que el 48.5% representan al género femenino.

Tabla 4. Edad de clientes de Interbank, para determinación del nivel de sapiencia del canal móvil e internet.

Educación	Frecuencia	%
Sin instrucción	2	0,6%
Primaria	45	12,5%
Secundaria	178	49,3%
Superior	136	37,7%
Total	361	100,0%

Fuente: Elaboración propia

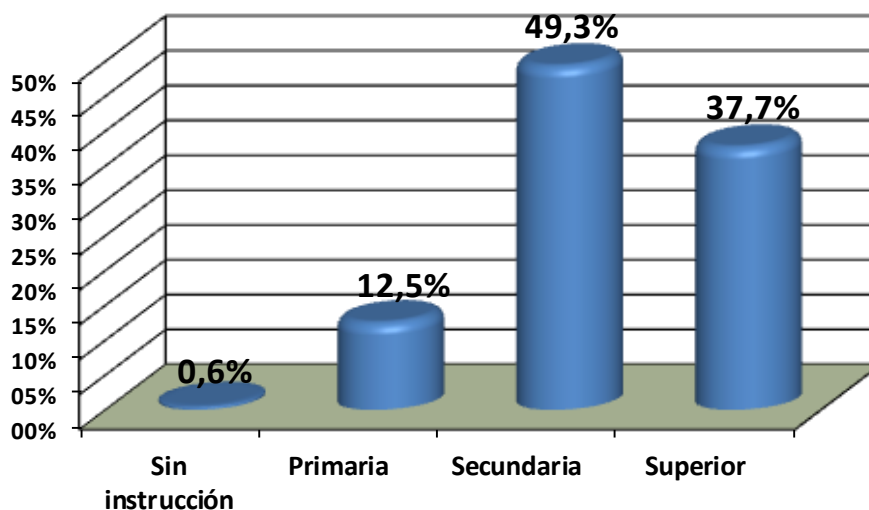


Figura 2. Edad de clientes de Interbank

Fuente : Tabla 4

Elaborado por: la Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 4 y figura 2, muestran la edad de los

clientes y determinación del nivel de sapiencia del canal móvil e internet. Es así que de un total de 361 encuestados, podemos observar que el 0.6% de los encuestados manifestaron que no tienen instrucción educativa, en tanto que el 12.5% manifestaron que tienen nivel primario, seguido por un 49.3% quienes contestaron que tenían nivel secundario y finalmente aquellos que tenían el nivel superior representan el 37.7%.

Tabla 5. Grado de instrucción de clientes de Interbank, y determinación del nivel de sapiencia del canal móvil e internet.

Edad	Frecuencia	%
18 a 25 años	85	23,5%
26 a 35 años	90	24,9%
35 a 45 años	102	28,3%
46 a más años	84	23,3%
Total	361	100,0%

Fuente: Elaboración propia

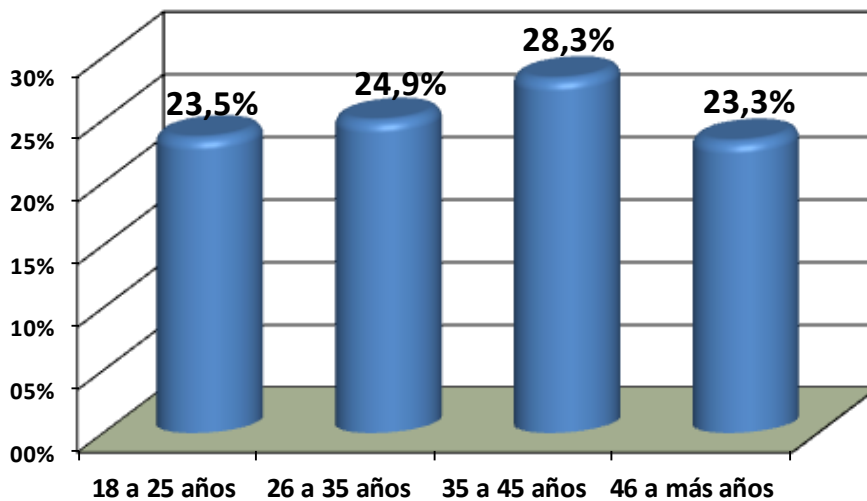


Figura 3. Grado de instrucción de clientes de Interbank

Fuente: Tabla 5

Elaborado por: la Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 5 y figura 3, se puede apreciar, en cuanto al Grado de instrucción de clientes de Interbank, y determinación del nivel de sapiencia del canal móvil e internet. La tabla y la figura 3 muestran que del total

de encuestados que representan a 361 encuestados, el 23.5% manifestaron que tenían entre 18 a 25 años de edad, en tanto que quienes tienen edades entre los 26 a 35 años de edad representa el 24.9%, seguido de un 28.3% quienes manifestaron que tenían edades entre los 35 a 45 años de edad, y finalmente aquellos que manifestaron que cuyas edades van desde los 6 años a mas representa el 23.3%.

3.1.2 Con respecto al objetivo específico b)

Determinar el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet

Tabla 6. ¿Sabe Ud., efectuar consulta todo tipo de saldos y movimientos desde la banca móvil Interbank?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	62	17,2%
Casi nada	142	39,3%
Regular	102	28,3%
Bien	34	9,4%
Muy bien	21	5,8%
Total	361	100,0%

Fuente: Elaboración propia

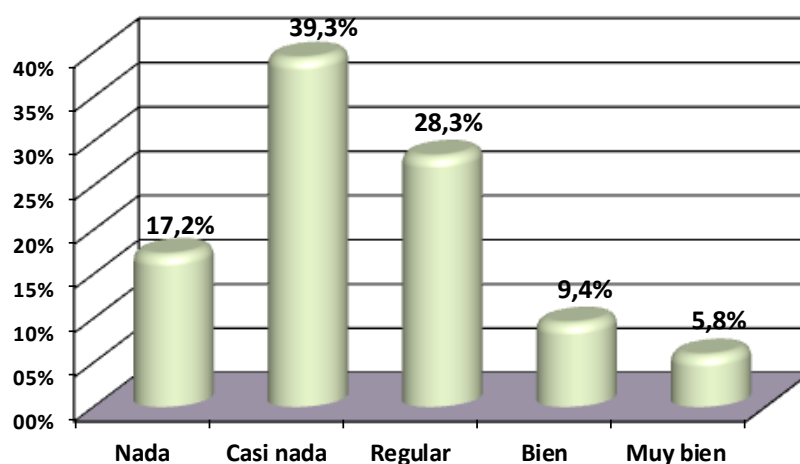


Figura 4. Conocimiento tipo de saldos y movimientos desde la banca móvil Interbank

Fuente: Tabla 6

Elaborado por: La Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 6 y figura 4, muestran el nivel de conocimiento tipo de saldo y movimiento desde banca móvil, en el cual podemos observar que de un total de 361 encuestados, el 17.2% manifestaron que no sabe efectuar los tipos de saldo y movimiento desde banca móvil Interbank, en tanto que el 39.3% de los encuestados manifestaron que casi nada, seguido por un 28.3% quienes manifestaron que esta se daba de forma regular, en tanto que quienes manifestaron que si sabían efectuar, representa el 9.4% de los encuestados y finalmente el 5.8% de los encuestados manifestaron que muy bien sabían efectuar dichas consultas.

Tabla 7. ¿Sabe Ud., que, por operaciones realizadas en banca móvil, no paga comisión?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	34	9,4%
Casi nada	78	21,6%
Regular	92	25,5%
Bien	36	10,0%
Muy bien	21	5,8%
Total	261	72,3%

Fuente: Elaboración propia

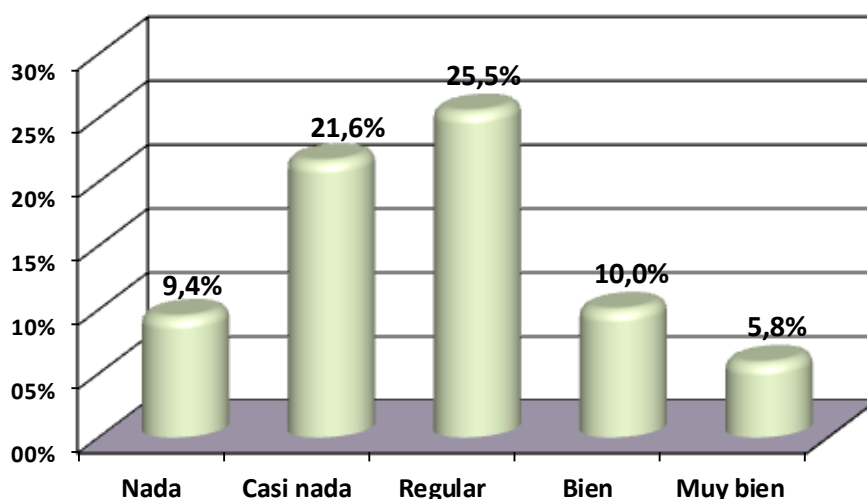


Figura 5. Conocimiento tipo de operaciones realizadas en banca móvil, no paga comisión

Fuente: Tabla 7

Elaborado por: La Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 7 y figura 5, podemos apreciar que en cuanto a la interrogante de que si ¿Sabe Ud., que, por operaciones realizadas en banca móvil, no paga comisión?, el 9.4% de los encuestados manifestaron que no sabían nada, seguido por un 21.6% manifestaron que no sabían casi nada, pero quienes manifestaron que sabían pero de forma regular, representa el 25.5% de los encuestados, en tanto que quienes manifestaron que si sabían representa el 10% y finalmente quienes manifestaron que sabían de manera muy bien es el que representa el 5.8% del total de los encuestados que son un total de 361 encuestados.

Tabla 8. ¿Sabe Ud., que puede pedir adelanto de remuneración por la banca móvil Interbank?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	97	26,9%
Casi nada	136	37,7%
Regular	94	26,0%
Bien	22	6,1%
Muy bien	12	3,3%
Total	361	100,0%

Fuente: Elaboración propia

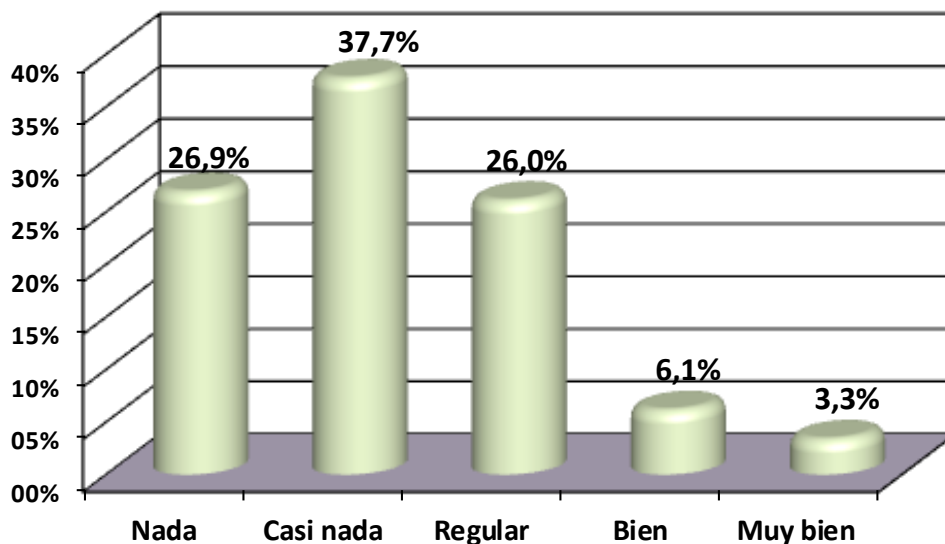


Figura 6. Conocimiento de pedir adelanto de remuneración por la banca móvil Interbank

Fuente: Tabla 8

Elaborado por: La Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 8 y figura 6, se muestran los resultados en frecuencias de la interrogante realizado a los encuestados en la cual era que si ¿Sabe Ud., que puede pedir anticipo de remuneración por banca móvil Interbank?, en la cual el 26.9% de los encuestados manifestaron que no sabían nada, seguido por un 37.7% quienes contestaron que no sabían casi nada, en tanto que un 26% de los encuestados contestaron que saben pero de manera regular, sin embargo el 6.1% de los encuestados manifestaron que saben bien y finalmente únicamente el 3.3% de los encuestados manifestaron que sabían muy bien.

Tabla 9. ¿Sabe Ud., que puede ejecutar todo tipo de saldos y movimiento, utilizando banca por internet en Interbank?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	28	7,8%
Casi nada	46	12,7%
Regular	119	33,0%
Bien	36	10,0%
Muy bien	32	8,9%
Total	261	72,3%

Fuente: Elaboración propia

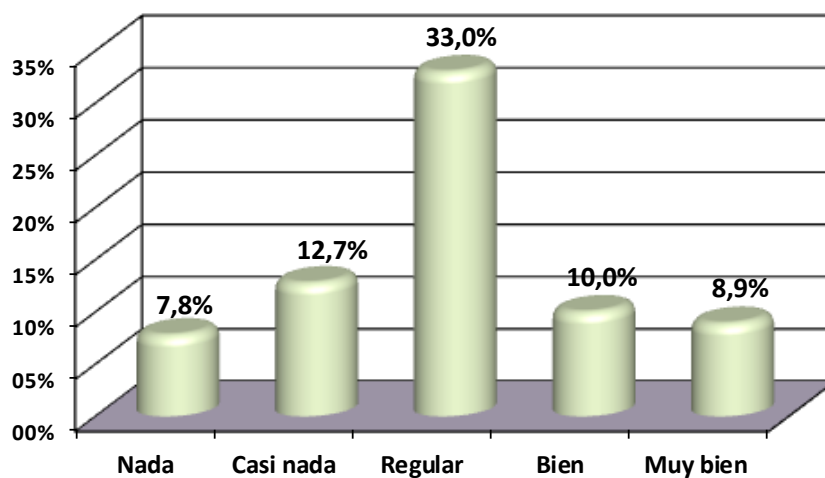


Figura 7. Conocimiento de ejecutar todo tipo de saldos y movimiento, utilizando banca por

internet en Interbank

Fuente: Tabla 9

Elaborado por: La Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 9 y figura 7, muestran las respuestas a la interrogante realizado a un total de 361 encuestados, en la cual se le pregunto si es que ¿Sabe Ud., que puede ejecutar todo tipo de saldos y movimiento, utilizando banca por internet en Interbank? en la cual podemos observar que el 7.8% de los encuestados no sabían nada, y el 12.7% contestaron que no sabían casi nada, en tanto que quienes manifestaron que sabían de manera regular representa el 33% y quienes manifestaron que sabían bien solo es el 10% de los encuestados y finalmente el 8.9% de los encuestados manifestaron que sabían pero muy bien.

Tabla 10. ¿Sabe Ud., usar el token - clave digital?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	53	14,7%
Casi nada	34	9,4%
Regular	119	33,0%
Bien	26	7,2%
Muy bien	29	8,0%
Total	261	72,3%

Fuente: Elaboración propia

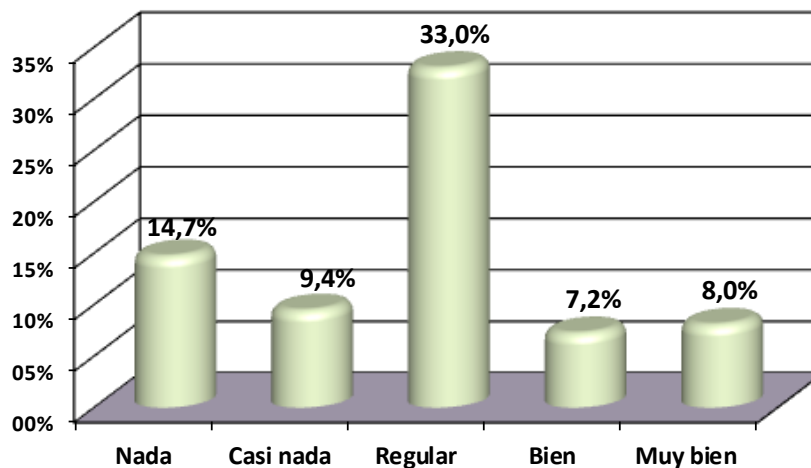


Figura 8. Conocimiento del uso de la clave digital token

Fuente: Tabla 10

Elaborado por: La Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 10 y figura 8, en cuanto a la pregunta de que si ¿ Sabe Ud., usar el token - clave digital?, esto la podemos observar en la tabla y la figura 8, en la cual de un total de 361 encuestados, el 14.7% de ellos manifestaron que no conocían nada sobre el uso de la clave digital token, así también el 9.4% de ellos manifestaron que no tenían conocimiento casi nada, en tanto que quienes manifestaron que tenían conocimiento de manera regular, representa el 33%, así también hay aquellos que contestaron que si tenían conocimiento sobre el uso de clave digital es el 7.2% y finalmente el 8% de los encuestados manifestaron que sabían muy bien.

Tabla 11. ¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales banca móvil, al realizar sus transacciones financieras?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	65	18,0%
Casi nada	61	16,9%
Regular	95	26,3%
Seguro	21	5,8%
Muy Seguro	19	5,3%
Total	261	72,3%

Fuente: Elaboración propia

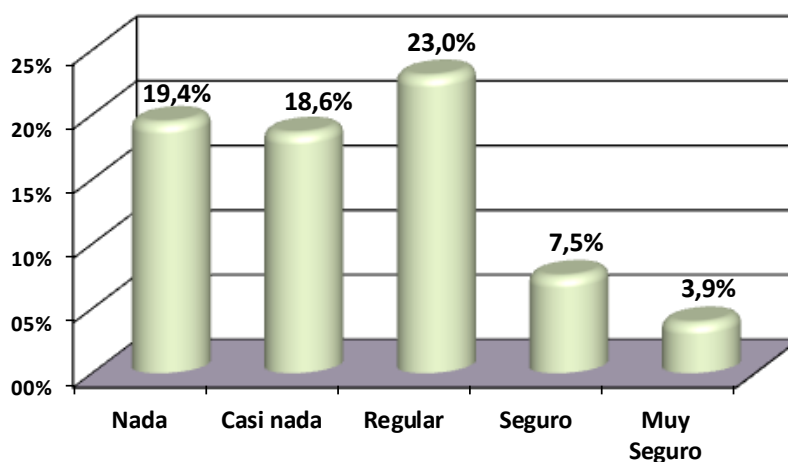


Figura 9. Confianza del uso de los canales banca móvil, al realizar sus transacciones financieras

Fuente: Tabla 11

Elaborado por: La ejecutora

Tal como se ha observado en la tabla 11 y figura 9, en cuanto a la seguridad que el cliente percibe en la cual se le pregunto qué ¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales banca móvil, al realizar sus transacciones financieras? Según la tabla y la figura 9 nos muestra las respuestas a esta interrogante, en la cual de un total de 361 encuestados, el 18% manifestaron que no percibían nada de seguridad, seguido por un 16.9% quienes manifestaron que casi nada percibían seguridad, seguido por un 26.3% de los encuestados quienes manifestaron que era de manera regular y sin embargo quienes manifestaron que tenían seguridad representa el 5.8%, así también quienes manifestaron que estaban muy seguros, representa el 5.3% de los encuestados.

Tabla 12. ¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales de internet, al realizar sus transacciones financieras?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	70	19,4%
Casi nada	67	18,6%
Regular	83	23,0%
Seguro	27	7,5%
Muy Seguro	14	3,9%
Total	261	72,3%

Fuente: Elaboración propia

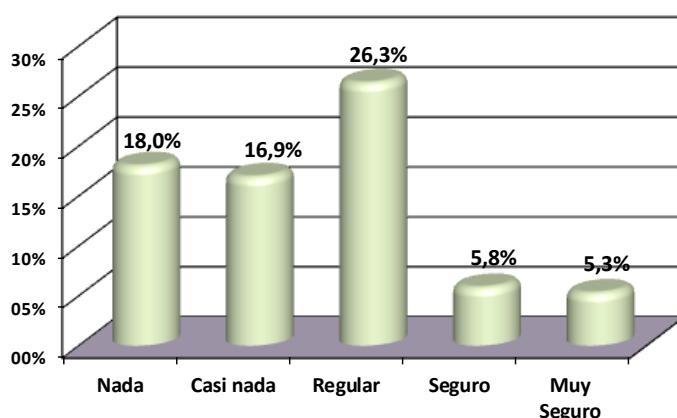


Figura 10. Confianza del uso de los canales de internet, al realizar sus transacciones financieras

Fuente: Tabla 12

Elaborado por: La Ejecutora

Tal como se puede observar en la tabla 12 y figura 10, muestran las respuestas a la pregunta de si ¿Cuán seguro considera Ud., el uso de los canales de internet, al realizar sus transacciones financieras?, pues el 19.4% de los encuestados manifestaron que no tenían nada de confianza, en tanto que el 18.6% de los encuestados manifestaron que tenían poca confianza, así también un 23% contestaron que tenían una regular confianza, en tanto que el 7.5% de los encuestados contestaron que si están seguros y finalmente un 3.9% de los encuestados manifestaron que se encontraban muy seguros sobre los canales de internet.

3.1.3 Con respecto al objetivo específico c)

Determinar el nivel de frecuencia de uso de los canales banca móvil e internet en los clientes de Interbank.

Tabla 13. ¿Con que frecuencia usa Ud., la banca móvil, del Interbank?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	17	4,7%
Casi nada	35	9,7%
Regular	123	34,1%
Frecuentemente	97	26,9%
Muy Frecuentemente	89	24,7%
Total	361	100,0%

Fuente: Elaboración propia

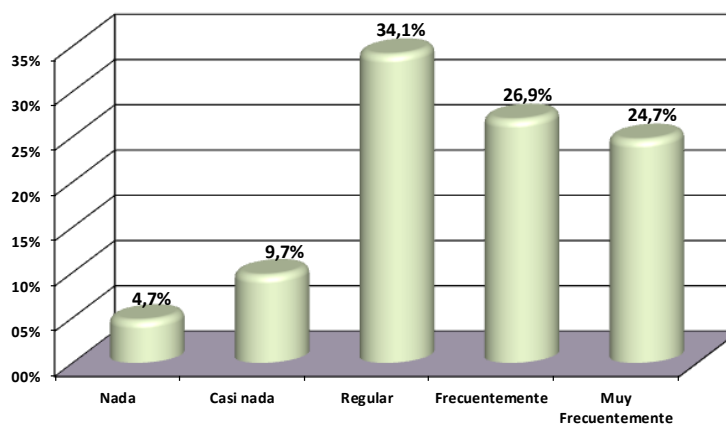


Figura 11. Frecuencia del uso de la banca móvil, del Interbank

Fuente: Tabla 13

Elaborado por: La Ejecutora.

Tal como se puede observar en la tabla 13 y figura 11, muestran las respuestas realizadas a los 361 encuestados sobre la pregunta en la cual era que ¿Con que frecuencia usa Ud., la banca móvil, del Interbank?, sin embargo un 4.7% de los encuestados manifestaron que no usaba nada, seguido por una 9.7% de los encuestados quienes manifestaron que era casi nada en el uso, en tanto que el 34.1% de los encuestados manifestaron que el uso era de manera regular, en tanto que el 26.9% de los encuestados contestaron que esta se daba frecuentemente y finalmente el 24.7% de los encuestados contestaron que era muy frecuentemente.

Tabla 14. ¿Con que frecuencia usa Ud., la banca por Internet, del Interbank?

Categoría	Frecuencia	%
Nada	20	5,5%
Casi nada	48	13,3%
Regular	98	27,1%
Frecuentemente	55	15,2%
Muy Frecuentemente	40	11,1%
Total	261	72,3%

Fuente: Elaboración propia

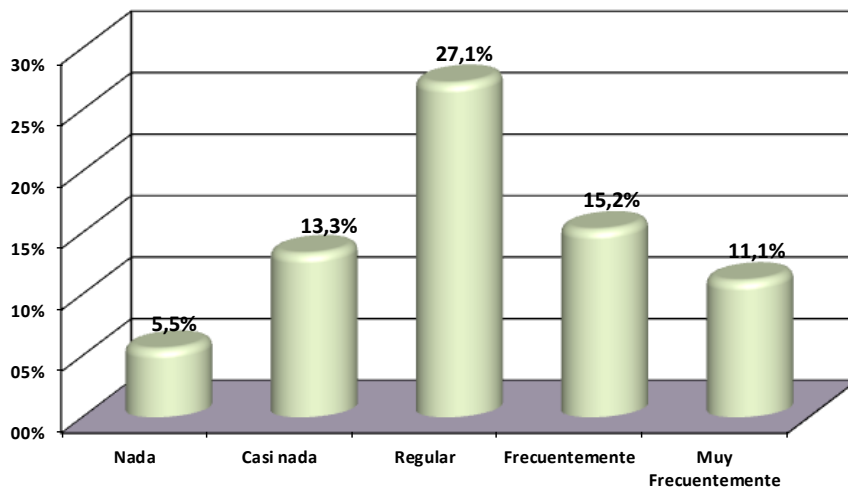


Figura 12. Frecuencia del uso de la banca por Internet, del Interbank

Fuente: Tabla 14

Elaborado por: La ejecutora

Tal como se observa en la tabla 14 y figura 12, En cuanto a la interrogante de que ¿Con que frecuencia usa Ud., la banca por Internet, del Interbank?, el 5.5% de los encuestados manifestaron que no hay nada de frecuencia en su uso, seguido por un 13.3% de los encuestados quienes manifestaron que el uso era casi nada, en tanto que el 27.1% de los encuestados manifestaron que el uso de la banca era de manera regular, además el 15.2% de los encuestados contestaron que esta era frecuentemente, y finalmente un 11.1% de los encuestados manifestaron que esta se daba de manera muy frecuentemente.

3.2 Contrastación de hipótesis

3.2.1 Contrastación de la primera hipótesis a):

Se ha planteado como primera hipótesis lo siguiente:

“El interés en los clientes de Interbank, por el uso del canal banca móvil e internet, es bajo”

Tabla 15: Nivel de significancia para determinar el interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet

Variables dependientes	Valor de prueba = 3				
	t	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
				Inferior	Superior
Interés	13,577	0,000	0,83934	0,9609	0,7178

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis considerando un 5% de desliz:

- Ho: El interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet, no es bajo
- Ha El interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet, es bajo

Según la tabla 15, observamos un sig. valor o probabilidad de error cometido de 0.000, lo cual es menos del 5% de desliz, en consecuencia se rechaza la hipótesis

nula y queda confirmada la hipótesis alterna.

En la cual concluimos que el interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet, es bajo, siendo el margen de error del 5%

3.2.2 Contrastación de la segunda hipótesis b):

Como segunda hipótesis se plantea lo siguiente:

“El nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, es bajo”

Tabla 16. Nivel de significancia para determinar el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet.

Variables dependientes	Valor de prueba = 3				
	t	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
				Inferior	Superior
Confianza	24,577	0,000	0,83934	0,9609	0,7178

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis al 5% de desliz:

- Hipótesis Nula (Ho): El nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, no es bajo
- Hipótesis Alterna (Ha) El nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, es bajo

Según la tabla 16, observamos un sig. valor o probabilidad de error cometido de 0.000, lo cual es menos del 5% de desliz, en consecuencia se rechaza la hipótesis nula y confirma la hipótesis alterna.

En la cual concluimos que el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, es bajo siendo el margen de deslíz del 5%

3.2.3 Contratación de la tercera hipótesis c):

Se planteó como tercera hipótesis lo siguiente:

“El nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en los clientes de Interbank, es bajo”

Tabla 17. Nivel de significancia y determinación del nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en usuarios y clientes de Interbank.

Variables dependientes	Valor de prueba = 3					
	t	gl	Sig. (bilateral)	Diferencia de medias	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
					Inferior	Superior
Frecuencia	9,527	360	0,000	0,82924	0,9134	0,5112

Fuente: Elaboración propia

Formulación de hipótesis al 5% de deslíz:

- Hipótesis Nula (Ho): El nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en usuarios y clientes de Interbank, no es bajo.
- Hipótesis Alterna (Ha) El nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en usuarios y clientes de Interbank, es bajo.

Según la tabla 17, observamos un sig. valor o probabilidad de error cometido de 0.000, lo cual es menos del 5% de deslíz, en consecuencia se rechaza la hipótesis nula y confirma la hipótesis alterna.

En la cual concluimos que el nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en usuarios y clientes de Interbank, es bajo, siendo el margen de deslíz del 5%

Luego de contrastada las tres hipótesis específicas, en consecuencia se demuestra la hipótesis general en la cual el nivel de conocimiento y uso del

canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017, es bajo, siendo el margen de desliz del 5%.

Capítulo IV

Discusión

Partiendo de los hallazgos revelados, se acepta la hipótesis general, descrito de la siguiente manera: El nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017, *es bajo*.

Este resultado guarda estrecha similitud a lo sostenido por Copa, R. (2016) quien afirma que, el *nivel de sapiencia del canal banca móvil y banca por internet*. Es alto. Confirmando el resultado al cual se ha llegado en el presente estudio ya que advierte también que el problema radica en que los clientes no usan el referido canal por estar inacostumbrados, ya que en su mayoría estos se encuentran mentalizados en ir personalmente a agencia a efectuar sus transacciones, y por la falta de pericia en el uso y manejo de estos canales o sencillamente no saben cómo utilizarlo. Asimismo con respecto a las sub hipótesis, que señalan: El interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet, es bajo; así como el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, es bajo; y finalmente, el nivel de frecuencia en el uso del canal banca móvil e internet en usuarios y clientes de Interbank, es bajo. También los resultados corroborarían estos hechos. Ello es coherente con lo que en este estudio también se señala.

Por su parte, Gomero, A. (2003) en su trabajo colateral también afirma y reconoce la importancia del uso y manejo de estos canales y del rol que cumplen los bancos y cajas en el progreso de organización empresarial tanto a nivel micro y pequeñas empresas, sobre los mecanismos de evaluación para ser beneficiarios de créditos. Y

Olin, B. (2014) quien afirma también que, son pocas las personas conscientes en uso y manejo de su dinero y que son las entidades del sistema financiero las pueden y deben ayudar en promover una adecuada educación financiera en coordinación con escuelas colegios e incluso con universidades para fomentar y apoyar en la toma de decisiones de inversiones, a las personas en general y de sobremanera a los que los requieran.

Finalmente, *el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en clientes de Interbank, Moquegua 2017*, realizado en dicha entidad bancaria, resultados que hace que los directivos de dicha entidad financiera puedan utilizar y que tomen decisiones del caso. Lo cual es útil para todos los usuarios en general, aspecto que permitirá a la larga o corta tomar decisiones pertinentes.

Subsiguientes trabajos de investigación, son ineludibles para aseverar y confirmar el nivel de conocimiento de estos canales que permiten realizar operaciones financieras entre otros productos.

Como hemos visto en este estudio, el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua, es bajo y que las entidades financieras y de manera particular el banco Interbank, tendrá que tomar las decisiones más acertadas a efecto de superar estos resultados.

Conclusiones.

Al 5% de error establecido, queda por tanto despejado la interrogante general planteada, así también cumplido con el objetivo establecido y contrastada con la hipótesis planteada, en la cual el nivel de conocimiento y uso del canal banca móvil e internet, en usuarios y clientes de Interbank, Moquegua 2017, es bajo; para llegar a tal conclusión se han establecido objetivos específicos, así como contrastados en la cual:

Primero: Con un 5% de error probabilístico es que el interés en los clientes de Interbank, por el uso de los canales banca móvil e internet, *es bajo*, al obtener según la tabla 14 en la cual se obtiene un valor probabilístico cometido de 0.000, quedando confirmada y cumplido con el primer objetivo planteado.

Segundo: Con un 5% de error probabilístico es que el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, ya que según la tabla 15, se obtiene un valor sig. o error de probabilidad cometido de 0.000, quedando demostrado nuestro segundo objetivo planteado.

Tercero: Al 5% de error probabilístico establecido se concluye que el nivel de frecuencia de uso del canal banca móvil e internet en los clientes de Interbank, es bajo, dando la tabla 15 un error probabilístico cometido de 0.000, lo cual demuestra que el tercer objetivo planteado es correcto.

Recomendaciones.

En mérito a las conclusiones arribadas, nos permitimos en plantear las siguientes recomendaciones:

Primero: Desarrollar una campaña más agresiva y de sensibilización en uso de estos canales para realizar operaciones y/o transacciones financieras; de tal forma que sean sus usuarios los directos beneficiarios con el uso de estos productos y revertir los resultados revelados.

Segundo: Para revertir el nivel de confianza, respecto a seguridad en clientes de Interbank por el uso de los canales banca móvil e internet, es necesario desarrollar las difusiones y capacitaciones a usuarios y no usuarios. Para de esta forma también llegar a nivel alto de frecuencia de uso de los canales banca móvil e internet en los clientes de Interbank. (Conclusión segunda y tercera)

Bibliografía.

- Banco Interbank (2017) Interbank (Banco Internacional del Perú) [PE]. Obtenido de:
<https://interbank.pe/>
- Banco Interbank (2017) *Balotario de Transparencia Interbank*. Obtenido de
<https://interbnak.pe/>.
- Banco Interbank (2017). *Canales de atencion*. Obtenido de www.interbank.com
- Banco Interbank (2017) *Impuesto a las transacciones Financieras (ITF)*. Obtenido de Bancarizacion:
<https://ww3.viabcp.com/connect/pdf/plantillas/ITF2.htm>
- Copa, R. (2016, p. 59-60) *Nivel de desconocimiento de los canales banca móvil y banca por internet del banco de Crédito en Moquegua 2016*. (Tesis de Licenciatura) Universidad José Carlos Mariátegui. Moquegua Perú.
- Gomero, A. (2003, p. 143) *Participación de los intermediarios financieros bancarios y no bancarios en el desarrollo de las pymes textiles en lima metropolitana de 1990 al 2000* (Tesis de maestría) Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima Perú
- Olin, B. (2014, p. 123) *La educación financiera como base para la toma de decisiones personales de inversión* (Tesis de maestría) Universidad Autónoma de Querétaro. Santiago de Querétaro México
- Revista de Consultoria. (2016). *Bancarizacion*. Obtenido de <http://www.revistadeconsultoria.com/graficos/>
- Ruiz, E. (s.f.). *Educación financiera en México*". MEXICO.
- Samsó, R. (2009). *El código del dinero*. España: ediciones obelisco s.l.
- Vargas, N. (2011). *Estrategias para la innovación de la educación financiera en México. El Caso del financiamiento bancario al consumo*.

Web grafía

- <http://www.ingenierogeek.com/2013/09/comprar-por-internet-banorte-que-es-como-activar-token.html>
- <https://www.iban.es/glosario/b.html>
- <https://definicion.de/gasto/>
- <https://nanchisworld.wordpress.com/2012/03/30/que-es-un-impuesto-a-las->

transacciones-financieras/

<http://puntocontable.blogspot.pe/2009/01/la-bancarizacin.html>

<http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/>, 2017

<https://interbank.pe/>, 2017

www.ecured.cu, 2017