



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del
Banco de Crédito – Habich, San Martín de Porres 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Administración

AUTORA:

Gutiérrez Alcántara, Rosa Pamela (ORCID: 0000-0002-1207-2306)

ASESOR:

Dr. Vásquez Espinoza, Juan Manuel (ORCID: 0000-0002-1678-1361)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA - PERÚ

2019

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado en memoria de mi bisabuela Haidee Landa Lacotera, quien durante mi etapa universitaria me inculcó la perseverancia y sé que desde cielo sigue celebrando mis logros. A mis padres José Gutiérrez Custodio y Nelly Alcántara Yumpo por apoyarme incondicionalmente en mis estudios, por su comprensión, su amor sincero y enseñarme a enfrentar cualquier adversidad que se me presentaba.

Agradecimiento

A mi familia por el empuje constante que siempre tuvieron hacia mí en todos mis años universitarios.

A mis docentes que me apoyaron a lo largo de mi carrera, ya que me brindaron sus sabias enseñanzas.

A la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, por brindarme una excelente formación profesional, y ponerme en el camino a grandes colegas que hoy en día son grandes emprendedores.

Índice de contenidos	página
	i
	ii
Carátula	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice de contenidos	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	11
2.1 Tipo y diseño de investigación	11
2.2 Operacionalización de variables	13
2.3 Población , muestra y muestreo	13
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos , validez y confiabilidad	13
2.5 Procedimiento	15
2.6 Método de análisis de datos	15
2.7 Aspectos éticos	15
III. RESULTADOS	16
IV. DISCUSIÓN	24
V. CONCLUSIONES	27
VI. RECOMENDACIONES	28
VII. REFERENCIAS	29
ANEXOS	34

RESUMEN

La investigación tiene como objetivo general determinar la relación entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019. Al respecto, Rahi, Ghani y Alnaser (2017), en su artículo científico se basaron en medir el servicio del cliente y la calidad del servicio electrónico con la adopción de banca por internet y lealtad a la marca de los bancos y concluyeron que existe influencia del servicio y cliente con la banca por Internet que enriquece la calidad del servicio electrónico. La digitalización bancaria es el nuevo formato que tienen las instituciones financieras para que sus clientes puedan seguir adquiriendo sus productos y servicios de una forma más fácil, segura y óptima. Por otro lado, Salmador (2018) tiene como objetivo mostrar la importancia y necesidad de la transformación digital de la banca, y por otro, determinar las claves para que dicha transformación tenga éxito y permita la supervivencia del sector. En el mercado global la digitalización se ha vuelto muy competitivo y una necesidad para quienes suelen usarlo. Con respecto a la metodología, la investigación fue de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, diseño no experimental de corte transversal, nivel descriptivo correlacional, la técnica para la recolección de datos ha sido la encuesta y un cuestionario tipo Likert, la población estuvo compuesta por 946 clientes de la Agencia Habich del Banco de Crédito del Perú. Conforme a los resultados alcanzados y su interpretación respectiva, se concluye que existe relación entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.

Palabras clave: Digitalización bancaria, optimización, cliente

ABSTRACT

The research has as a general objective to determine the relationship between bank digitalization and the optimization of financial transactions of the clients of Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019. In this regard, Rahi, Ghani and Alnaser (2017), in their article Scientists based on measuring customer service and the quality of electronic service with the adoption of internet banking and loyalty to the brand of banks and concluded that there is influence of the service and customer with Internet banking that enriches the quality of service electronic. Bank digitalization is the new format that financial institutions have so that their clients can continue to acquire their products and services in an easier, safer and optimal way. On the other hand, Salmador (2018) aims to show the importance and need of the digital transformation of the bank, and on the other, to determine the keys for this transformation to succeed and allow the survival of the sector. In the global market, digitalization has become very competitive and a necessity for those who usually use it. Regarding the methodology, the research was quantitative, applied type, non-experimental design of cross-sectional, correlational descriptive level, the technique for data collection has been the survey and a Likert questionnaire, the population was composed of 946 clients of the Habich Agency of the Credit Bank of Peru. According to the results achieved and their respective interpretation, it is concluded that there is a relationship between bank digitalization and the optimization of financial transactions of the customers of Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Keywords: Bank digitization, optimization, customer

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito financiero con la llegada del internet a facilitado el incremento de transacciones monetarias, ya que estas permiten ahorrar tiempo y costos por parte de los clientes y la empresa, así mismo, los servicios que ofrecen a través de las páginas web tienen que ser dinámicos y entendibles para que así el cliente pueda tener una mayor confianza para su utilización de manera rápida y fácil, por otro lado, el hacer transferencias monetarias tiene su parte positiva y negativa es por ello que, las entidades financieras tienen que ser transparente y sosegados al momento de ofrecer sus productos y servicios, buscando fidelizar al cliente con la empresa, formando lazos de lealtad.

En el contexto internacional, el mercado mundial de la digitalización bancaria se ha convertido en una necesidad urgente del día a día. Se conoce que muchos países luchan por ser los números uno, sin embargo, así mismo en la revista, France 24 (2017) mencionaron que en España las entidades se han esmerado más por establecer mejores procesos que hagan frente a esta realidad competitiva, y es por ello que, el 65% de sus cuidados bancarizados ya contratan productos financieros a través de sus diferentes canales digitales, mientras que en Bolivia sólo el 15% de las entidades financieras están digitalizados. Héctor Opazo, director de Digital Bank Latam, explica que en América Latina la transformación digital es lenta por la baja inversión para mejorar la complejidad de los procesos de la banca internet de tal manera incentivar al usuario utilizar los canales electrónicos y dejar de acudir a las agencias físicas.

En el contexto nacional los cuatro principales bancos del Perú han empleado estrategias para mejorar e incentivar el uso de sus herramientas digitales, así mismo la revista BBVA (2017) menciona que en el país tiene un indicador bajo por el uso de internet y cultura digital a comparación de otros países, pese a que, se presenta una desigualdad, en las zonas urbanas el 54% de la población usa la vía internet para realizar operaciones bancarias, mientras que las zonas rurales alcanzan sólo el 14%. En nuestra capital más del 63% de la población también utiliza la banca internet, mientras que en Cajamarca, Amazonas y Huancavelica solo el 20%. Se ha comprobado que son los más jóvenes y con un grado educativo medio alto ser los más exigentes ante el avance de la innovación digital del sector bancario.

En el contexto local, he validado que en la Agencia Habich del Banco de Crédito no es indiferente a esta problemática, los clientes desconocen la importancia de la transformación digital por la cual atraviesa su Banco de preferencia, por lo que la mayoría aún no se adapta a estos cambios. Para dar solución a la problemática frente a la resistencia al cambio de los inmigrantes digitales, la desconfianza, la complejidad de procesos virtuales y la cultura digital es necesario investigar y proponer estrategias que logren incrementar el porcentaje de adaptación de los clientes a las nuevas tecnologías financieras, por ende, sobre la realidad planteada recae en mí desarrollar, digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito – Habich, San Martín de Porres.

Internacionalmente, los reportes que anteceden a través de Kamble y Afza (2018) la eficiencia de los productos de base tecnológica ofrecidos por los bancos de la India y el efecto de la digitalización en el desarrollo económico, con una metodología aplicada de tipo exploratorio y descriptivo, los resultados demostraron que el sector bancario está siendo testigo de una nueva ola de avances con innovaciones en el espacio bancario, al tiempo que actuará como un importante agente del crecimiento económico y mezclará diferentes segmentos del sector financiero. Los autores concluyeron que el futuro de la banca ofrecerá servicios más elegantes a los clientes con las innovaciones constantes de productos y procesos.

Zervoudi (2019) estableció como objetivo de presentar explícitamente los problemas relacionados a la desmonetización y su vinculación con la inclusión financiera, el estudio es un enfoque cualitativo, la naturaleza es de carácter exploratorio y descriptivo por otro lado los resultados demostraron que el creciente número de clientes y las importantes cuotas de mercado de depósitos, préstamos de bancos regionales, cooperativos muestran el aumento del poder de estos en el sistema financiero, finalmente concluyó que progreso de la banca electrónica que puede ser una tarea bastante costosa y complicada para los bancos locales pequeños, el entorno económico malo que afecta más a los bancos regionales ubicados en las regiones menos desarrolladas y la diversificación insuficiente de sus carteras que pueden aumentar su riesgo.

Nouaili , Abaoub, Ochi (2015) menciona como objetivo en estudiar los determinantes internos y externos del desempeño bancario en Túnez durante el período posterior a las reformas financieras, por otro lado se utilizó la metodología con un análisis

de regresión y la técnica de datos de panel con el modelo lineal. Los resultados empíricos mostraron que el desempeño bancario está positivamente relacionado con la capitalización, la privatización y la cotización, finalmente los autores llegaron a la conclusión de estas variables tienen que despertar el interés de los responsables de la toma de decisiones de las políticas económicas y de reestructuración para dirigir sus estrategias y el objetivo de acciones correctivas para promover el rendimiento de los sistemas bancarios y financieros.

Jaleel, et al. (2015) el objetivo del artículo es investigar la relación causal entre el crédito comercial y el préstamo bancario durante la crisis financiera, por otro lado, se ha utilizado la técnica de estimación de Two Stage Least Square, así mismo, los resultados demostraron que el crédito comercial neto y el préstamo bancario tienen un impacto positivo y significativo entre sí, las relaciones son también sigue siendo significativo como en antes y después de la crisis financiera m los autores alcanzaron a la conclusión de que la crisis financiera tiene un impacto positivo en la oferta y demanda de crédito comercial, también hemos encontrado una relación inversa entre crisis financiera y préstamos bancarios.

Lin, et al.(2018) el objetivo de este artículo científico es indagar el efecto sobre la banca por Internet en el desempeño bancario en la Región de Asia Oriental, por otro lado con una metodología se utilizó el modelo regresión para determinar las variables estudiadas que afectaban la banca por los resultados demostraron que los bancos que se encuentran en un condado más desarrollado económicamente, poseían un mayor rendimiento del capital accionista, están más inclinados a desarrollar la banca por Internet, finalmente, los autores llegaron a la conclusión de que con el desarrollo de la banca en línea, la tasa de crecimiento del rendimiento del capital social de los bancos se vería afectada negativamente, debido a la naturaleza del limitado crecimiento potencial del sector bancario en los países desarrollados.

Rahi , Ghani y Alnaser (2017) El objetivo de esta artículo es medir el servicio del cliente y la calidad del servicio electrónico con el acogimiento de banca por internet y lealtad a la marca de los bancos, Se llevó a cabo una encuesta auto administrada para llegar a 500 usuarios de banca por Internet, con una metodología exploratoria y cuantitativa, como la correlación y el guía de ecuaciones organizados, los resultados demostraron que el servicio al cliente electrónico y el valor percibido influyen significativamente en la adopción de la banca por Internet y la lealtad a la marca de los bancos, los autores consumaron que existe influencia del servicio y cliente con la banca por Internet que enriquece la calidad del servicio electrónico.

Nel y Boshoff (2015) el objetivo de esta exploración es conocer los factores que contribuyen al mayor uso de la banca por internet por parte de los clientes bancarios, así mismo con se utilizó una metodología correlacional con una método descriptivo de tipo aplicada de diseño no experimental ,los datos obtenidos fueron de 1156 usuarios de banca por Internet, los resultados demostraron que dos factores influyen en el uso de la banca por Internet, a saber, la banca por Internet facilita las condiciones y las creencias de riesgo de la banca por Internet. Cuanto más favorables sean las condiciones facilitadoras de la banca por Internet, más probable es que los clientes bancarios aumenten su uso de la banca por Internet, los autores llegaron a la terminación de cuanto mayores sean los riesgos percibidos asociados con la banca por Internet, menos serán las posibilidades de que los clientes hagan su banca a través de Internet

Momparler , Climent y Ballester (2105) el objetivo de esta investigación es si el banco primario de Internet predominante en Estados Unidos genera economías de escala basadas en la tecnología, el esquema de la investigación es no experimental, transversal, se utilizó la encuesta y el cuestionario así mismo los resultados demostraron el banco primario de Internet conserva ventajas distintivas del modelo de negocio basado en Internet, ya que mejora el rendimiento financiero, y que podría terminar surgiendo nuevos competidores en sucursales, finalmente los autores concluyeron de que a medida que el principal banco primario de Internet aumenta, la brecha de rendimiento financiero con los bancos tradicionales se reduce, mientras que algunas de sus ventajas competitivas críticas se desgastan

Joshi y Bansal (2015) establecieron que el objetivo de este estudio está en identificar los factores que afectan la adopción de la banca por Internet desde la perspectiva de los usuarios de la banca por Internet, por otro el estudio es un enfoque cualitativo, la naturaleza es de carácter exploratorio y descriptivo, con la metodología de la investigación bibliográfica, así mismo los resultados demostraron que tanto los usuarios del sector público como el privado tienen una percepción similar respecto de todas las dimensiones de la adopción de la banca por Internet, finalmente, los autores llegaron a la conclusión de los resultados no proporcionan directrices a los bancos para centrarse en factores importantes que afectan la percepción de los usuarios individuales de banca por Internet.

Dzomira (2017) detalla como objetivo analizar el estado de alerta ante el fraude bancario por Internet por parte de las instituciones bancarias sudafricanas. Se utilizó un

análisis cualitativo de contenido como técnica de investigación para la interpretación de los datos, así mismo, se utilizó un tamaño de muestra de 13 de los 16 bancos minoristas controlados localmente y extranjeros, los resultados demostraron que los bancos no están proporcionando adecuadamente información de alerta contra el fraude en Internet al público en general en sus sitios web, a pesar de que la mayoría de los bancos proporcionan esa información a los usuarios que inician sesión y el uso de esa información es dudoso ,finalmente el autor llega a la conclusión que se necesita de aumentar la información de alerta de fraude bancario por Internet sobre los tipos de fraude de banca por Internet perpetrado por estafadores por Internet antes de iniciar sesión para realizar transacciones.

Yadav (2016) Este artículo identifica los factores activos que influyen en la intención de los clientes con respecto al uso de la banca por Internet. Se recolectaron datos de una muestra de 120 clientes bancarios de 40 sucursales bancarias, a través de un cuestionario, el presente estudio se utilizaron herramientas estadísticas básicas, prueba de chi-cuadrado y análisis de regresión logística, los resultados demostraron que la utilidad percibida y la calidad percibida del servicio influyen positivamente en la intención de adoptar la banca electrónica mientras que el riesgo percibido afecta negativamente a la intención de adopción futura de la banca electrónica, finalmente el autor llegó a la conclusión de que la banca electrónica en la India todavía se encuentra en una etapa infantil y para que esta sea un éxito, los bancos están haciendo esfuerzos para alentar a sus clientes a usar la banca por internet.

Nasir et al (2015) detalla como objetivo investigar los factores que determinan las decisiones de banca por Internet entre los clientes de banca por Internet del Reino Unido, basándose en una encuesta que resultó en 191 cuestionarios utilizables recolectados aleatoriamente en la ciudad , se utiliza una técnica de regresión lineal para analizar los datos , los resultados determinaron que se encontró que la beneficio apreciado y la desenvolvura de uso percibida tienen consistentemente impactos positivos significativos en las decisiones de adopción de banca por Internet, finalmente los autores concluyeron que los factores tradicionales relacionados con la tecnología siguen siendo pertinentes, pero las barreras psicológicas, especialmente las preocupaciones de riesgo, tienen un impacto negativo significativo en las actitudes de los consumidores hacia la banca por Internet.

Salmador (2018) tiene como objetivo mostrar la importancia y necesidad de la transformación digital de la banca, y por otro, determinar las claves para que dicha

transformación tenga éxito y permita la supervivencia del sector, el enfoque que utilizó fue descriptivo y la metodología descriptiva. Su metodología se basó en la comprobación teórica de la necesidad de la transformación digital de la Banca, el experto, empleó para su investigación una población de 250 clientes, para la recolección de información se indagó a través encuestas y entrevistas personales, los resultados demostraron que no hay un acuerdo unánime sobre cuáles son las claves para el éxito, los procesos a seguir y el futuro del sector, ,finalmente el autor llegó a la conclusión de comprobar la importancia y la necesidad de la transformación digital de la banca y cuáles son las estrategias que deben adoptar estas para lograr el éxito.

Llor y Meléndez (2017) estableció como objetivo de este estudio crear una alternativa de un modelo de servicio eficiente que logre una señal positiva, en la banca personal de las instituciones financieras ecuatorianas, para la realización de este proyecto se aplicara el método analítico y deductivo; la investigación de campo; método explicativo y método descriptivo, los resultados determinaron que la transformación de la banca digital es de gran importancia si se desea ser rentables a largo plazo a bajos costos operativos, los resultados determinaron que los sistemas de banca digital permiten el acceso a una cadena de servicios a partir de la simple conexión telefónica de la computadora personal con las del banco ,finalmente los autores determinaron que la competencia ofrece consumo inteligentes que están a la vanguardia de cubrir necesidad de segmentos que no son alcanzados por los bancos.

Galdo (2015) Su objetivo principal termina en analizar el impacto de los avances tecnológicos en la banca digital, la transformando los procesos financieros tradicionales y la adaptación de los clientes a los canales digitales que los bancos ofrecen para contratar productos y servicios, con la finalidad brindar una mejor experiencia bancaria ,se utilizó la herramienta de entrevista 150 clientes, los resultado indicaron que las entidades financieras se están adaptando y se seguirán acomodando al hábitat y poder certificar su persistencia presentando nuevas opciones a sus clientes cada vez más exigentes con los servicios y productos que prometen, el autor llegó a la conclusión que las instituciones financieras han actuado y procederán en un futuro para poder acoplarse al entorno y poder testificar su persistencia dado el nuevo perfil de cliente

Angelov (2019) determino como objetivo principal es analizar las variaciones del sistema financiero en la actualidad frente a las nuevas tecnologías para obtener una

transformación de negocio y beneficios para la organización y sus usuarios. La metodología utilizada en la investigación fue el análisis exhaustivo, abordando aspectos cualitativos y cuantitativos, el autor concluye durante la trayectoria de la banca tradicional fue exitosa, finalmente el autor llegó a la conclusión de que se comprueba que los cambios mejorará su gestión de las relaciones con sus clientes a través de la implementación correcta de herramientas digitales que le brinden agilidad y seguridad en sus transacciones financieras.

En el Perú, Gonzáles (2017) estableció como objetivo en 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. Este proyecto es de tipo de investigación explicativa y su diseño es de investigación no experimental, los resultados demostraron que si existe relación entre el desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales bancos del Perú, el autor llegó a la conclusión de que se demostró que la banca digital es una estrategia innovadora que ya son utilizadas por los 4 principales bancos líderes del país, sin embargo, no todos los clientes la han adaptado por completo a esta nueva herramienta, por falta de educación financiera, resistencia a cambio y desconfianza.

Cinse (2018) menciona como el objetivo en determinar la relación de las tecnologías en la información y comunicación y calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, así mismo el tipo de investigación utilizada en la investigación es descriptiva correlacional y el diseño de investigación se basó en la transaccional correlacional, los resultados demostraron que existe una relación negativa baja, no significativa, entre las tecnologías de la información y comunicación y la calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, finalmente, el autor concluye que la relación es positiva baja y no significativa entre los avances informativos, la comunicación, y la calidad de servicio en el lugar de estudio, razón por la cual se recomendó el uso y la implementación de la banca digital para brindar calidad de servicio para beneficio de sus clientes.

Maldonado y Castillo (2015) como objetivo general determina cuáles son los factores que generan la actitud a la utilización de la banca online de los usuarios de la banca tradicional, así mismo el investigador recurrió el método de recolección de datos a través de encuestas dirigidas a 40 clientes con un nivel descriptivo correlacional, los resultados demostraron que existe una condición positiva y una práctica próspera al consumo de la banca online siempre y cuando este medio sea rápido para realizar una transacción,

Finalmente los autores concluyeron que la digitalización poco a poco se impone a la banca tradicional, la experiencia digital es beneficioso tanto para las entidades financieras y sus clientes, recomiendan emplear estrategias que protejan los intereses de seguridad de los usuarios frente a los cambios tecnológicos y estafas online.

Fernández (2018) determina como objetivo general en incentivar el uso de la billetera móvil para impactar positivamente en la inclusión financiera del país, el autor empleó un enfoque cualitativo, con un diseño de investigación no experimental, de alcance transversal de nivel exploratorio y descriptivo, seguidamente su el autor usó el método de recolección de datos a través 50 clientes, los resultados demostraron que el producto de la billetera móvil facilita las transacciones de dinero en provincia, finalmente, el autor concluye que utilizar la banca digital es una herramienta urgente que debe emplearse el país para incentivar la educación financiera y la seguridad integral de los clientes.

En el enfoque teórico, nos basamos en la teoría de la innovación, Sánchez (2015) teoría establecida por Peter Drucker en el (1992), determina que las organizaciones deben mantenerse a la vanguardia de los cambios constantes que se producen dentro y fuera de la empresa, velando siempre por lo que sucede en el entorno tecnológico que le permitirá crear mejoras a tiempo. Así mismo, la teoría de las restricciones, Según Aguilera (2016), teoría sustentada por Eliyahu M. Goldratt en 1984 determina que la organización debe verse en un todo y establecer estrategias de mejora continua en la que, además de optimizar los procesos, se asegure la fluidez, la comunicación y la creación de valor entre ellos.

En el enfoque conceptual, Arguedas, Sánchez y Martín (2019) determina que la digitalización bancaria consiste en transformar cualquier información. Es decir, toda aquella agente llevada a cabo de manera personal, se puede convertir en información a través de ordenadores conformando un ahorro en diferentes aspectos: ahorro de personal, de movimientos físicos, ahorro en materias prima, todo esto conlleva conseguir que los procesos sean más rápidos y eficiente. Así mismo, se establecieron como dimensiones: (a) información: conjuntos de datos supervisados que permiten establecer perfiles del usuario compuestas por características, (b) cloud computing: ofrece servicios a través de la conectividad a gran escala mediante el internet. (c) omnicanalidad: es el modelo de comunicación para tener contacto constante entre empresa y cliente (d) tecnología: define que es conjunto de métodos y técnicas para resolver problemas de ajustados requerimientos. Así mismo se establecieron como indicadores para medir la variable digitalización bancaria

: (a) direccionalidad, (b) transportabilidad, (c) Renovabilidad, (d) canales de distribución , (e) comunicación, (f) productividad, (g) internet, (h) web site, (i) seguridad .

Así mismo la conceptualización de la optimización expuesta por Lozano (2003) obtener los máximos objetivos con el mínimo esfuerzo, obteniendo el mayor beneficio cliente y empresa. Así mismo se establecieron dimensiones para medir la variable fidelización: (a) eficiencia: son técnicas que se concentran en el uso adecuado de los recursos eliminando los valores que no aportan nada en el proceso (b) eficacia: referencia a Capacidad , de lograr un objetivo sin importar los esfuerzos que se propone (c) Experiencia: es el suceso que se vive, que es merecida ser recordada, Así mismo, se establecieron como indicadores para medir la variable optimización (a) reducción de costos, (b) reducción de tiempo, (c) resultados , (d) calidad, (e) satisfacción, (f) fidelización, (g) confianza.

La investigación abordó **la problemática orientada** a conocer ¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019?, Así mismo, se establecieron problemas específicos determinados por a) ¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019?, ¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019, (c) ¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019?.

La investigación se justifica teóricamente, mediante la aplicación de la teoría de la innovación que se centra en la adopción de nuevas ideas que crean alternativas de supervivencia económica, social y tecnológica. Así mismo, la teoría de Eliyahu M. Goldratt que promueve el empleo de estrategias para cambios internos y externos que impacten el negocio de la empresa. **La justificación Metodológicamente**, la investigación ha seguido correctamente todos los procesos de una investigación científica , se ha enmarcado los problemas de las variables estudiadas lo cual están encaminadas a conocer la realidad , se utilizó antecedentes , se planteó hipótesis, problemas y objetivos, la técnica fue de encuesta y obligatoriamente el uso de SPSS versión 24 para la medición de las dos variables, con el propósito de medir los indicadores direccionalidad, transportabilidad, Renovabilidad, canales de distribución, comunicación, productividad, internet, web site, seguridad, reducción de costos, reducción de tiempo, resultados, calidad, satisfacción, fidelización,

confianza es por ello que, nos apoyamos en técnicas de investigación validas en la actualidad, lo cual se busca la relación de las variables mencionadas en la Banco de Crédito.

Finalmente la práctica, está establecida en orientar a impulsar mejoras para la aceptación del cliente, por consiguiente los resultados de la investigación generaran el conocimiento de las variables estudiadas, se identificará la influencia que tienen, para que la empresa pueda mejorar aún mucho más las estrategias de publicidad en la web, y elección de más clientes en los productos que se ofrecen.

Se abordó como **objetivo general** determinar la relación entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019; de igual manera se planteó para los objetivos específicos (a) Determinar la relación entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019., (b) Determinar la relación entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019., (c) Determinar la relación entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Finalmente, la investigación planteó como **hipótesis** Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019. Así mismo, se establecieron las hipótesis específicas: (a Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019., (b) Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019., (c) Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación se basa en el método hipotético deductivo Bernal (2010) reside en un forma de proponer un cierto número de hipótesis, cuyo resultado es deducir las conclusiones de cada hipótesis, buscando contradecir que ayuden a descartar hipótesis que no cumplan con los datos obtenidos para poder así confrontar con los hechos, así mismo el enfoque de la investigación fue cuantitativo Bernal expone (2010) experimenta base con calculo numérico y análisis estadístico para comprobar las particularidades de las alternativas, mediante una patrón de fórmulas buscando las relaciones de las variables de forma deductiva.

El tipo de la investigación es aplicada busca la aplicación de nuevos ya conocimientos ya existente a la realidad planteada, Behar (2008) con una finalidad que los resultados de la investigación logren confrontar con la existencia.

La investigación tiene un nivel descriptivo correlacional Bernal (2008) la investigación se guía mediante hipótesis, estudios descriptivos, niveles, hipótesis, así mismo técnicas como la encuesta con el propósito examinar las relaciones entre variables asociándolas.

El diseño de investigación: no experimental de corte transversal, Hernández, Fernández y Baptista (2014) determina que no existe manipulación de las variables, Así mismo, de corte transversal Bernal (2014) menciona que se obtiene información en un momento único y determinado tiempo.

2.2. Matriz de Operacionalización

Tabla 1 Matriz Operacionalización de las variables de estudio

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN NIVEL	TÉCNICA / INSTRUMENTO	
DIGITALIZACIÓN BANCARIA	Arguedas, Sánchez y Martin (2019) determina que la digitalización bancaria consiste en transformar cualquier información. Es decir, toda aquella operativa llevada a cabo de manera personal, se puede convertir en información a través de ordenadores conformando un ahorro en diferentes aspectos: ahorro de personal, de movimientos físicos, ahorro en materias prima, todo esto conlleva conseguir que los procesos sean más rápidos y eficiente.	La variable digitalización bancaria fue medida con las dimensiones información, cloud computing, ominicalidad, tecnología mediante un número de 17 ítems.	Información	Direccionalidad	1	1 Nunca 2 Casi Nunca 3 a veces 4 Casi Siempre 5 Siempre	Encuesta / Cuestionario	
				Transportabilidad	2			
				Renovabilidad	3			
					4			
					5			
					6			
			Cloud computing	7				
				8				
			Ominicalidad	9				
				10				
				11				
				12				
				13				
				14				
				15				
				16				
				17				
	18							
	19							
	20							
	21							
	22							
	23							
	24							
	25							
	26							
	27							
	28							
	29							
	30							
OPTIMIZACIÓN	Lozano (2003) obtener los máximos objetivos con el mínimo esfuerzo, obteniendo el mayor beneficio cliente y empresa.	La variable optimización fue medida con las eficiencia, eficacia, experiencia mediante un número de 13 ítems.	Eficiencia	Reducción de costos	18			
					Reducción de tiempo	19		
					Resultados	20		
			Eficacia		Calidad	21		
					Satisfacción	22		
						23		
			Experiencia			24		
					Fidelización	25		
						26		
					Confianza	27		

Fuente elaboración propia

2.3. Población, muestra y muestreo

La población estuvo compuesta por 946 los clientes del Banco de Crédito – Habich. Hernández, Fernández y Baptista (2014) determinan que es un grupo de referencia que tienen las mismas características similares y en común. Así mismo, la muestra será PROBABILÍSTICO, ALEATORIO SIMPLE, Hernández, Fernández y Baptista (2010) determinan que es probabilístico porque se basa en probabilidades dentro de un conjunto a ser elegidos un subconjunto de elementos de investigación es consideradas como muestra.

$$n = \frac{z^2(p*q)}{e^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}$$

n= Tamaño de la muestra
Z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la población

Los resultados demostraron que la muestra será de 274 clientes de la empresa del Banco de Crédito.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La investigación tiene como técnica la recolección de datos, la encuesta. Al respecto, Bernal (2010) la encuesta tiene el propósito de registrar datos para luego ser procesados por el programa SPSS para que se pueda comprobar su validez y confiabilidad.

Por otro lado, el instrumento de recolección de datos es el cuestionario Behar (2010) determina que es la captura de información cuyo propósito es de alcanzar los objetivos propuestos.

La validez del instrumento ha sido a través del método de juicio de experto, el instrumento elegido para la recolección de datos ha sido validado mediante la validez de contenido a través del juicio de especialistas, cuyo resultado se mostrará a continuación:

Tabla 2

Validación del instrumento de recolección de datos por Juicio de experto

N°	VALIDADOR	GRADO	RESULTADO
1	VASQUEZ ESPINOZA, Juan Manuel	DOCTOR	Si cumple
2	ALVA ARCE, Rosel César	DOCTOR	Si cumple
3	ALIAGA CORREA, David Fernando	DOCTOR	Si cumple
4	CARRANZA ESTELA, Teodoro	DOCTOR	Si cumple
		Promedio	Si cumple

Fuente: Calificación por Docentes de la Escuela de Administración.

Para medir la confiabilidad de los instrumentos se empleó el método de Alfa de Cronbach mediante el software SPSS 24, ingresando todos los datos brindados por la población en estudio. Se tomaron en cuenta 30 ítems, obteniendo el siguiente resultado:

Tabla 3

Escala de coeficiente correlación

COEFICIENTE	CORRELACIÓN
0.81 a 1	Muy alto
0.61 a 0.80	Alto
0.41 a 0.60	Moderado
0.21 a 0.40	Baja
0 a 0.20	Muy baja

Fuente: Ruiz, C. (2013) Instrumentos y técnicas de investigación educativa

Tabla 4

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

Fuente: Elaborado en base a la técnica de la encuesta procesada en el software estadístico IMB SPSS versión 24

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

	N de elementos
Alfa de Cronbach	
	30
	,968

Fuente: Elaborado en base a la técnica de la encuesta procesada en el software estadístico IMB SPSS versión 24

Interpretación: En cuadro N°5 el Alfa de Cronbach alcanzó el 0,968 comparado con la escala de valores para determinar la confiabilidad del proyecto de investigación, lo que indica que este instrumento tiene un grado de confiabilidad muy alto.

2. 5 Procedimiento

En primer lugar, para hallar el cálculo de las variables de la investigación se procedió con la elaboración de los materiales de la encuesta, correctamente validados y evaluados.

A continuación, se coordinó en una reunión con la Gerente de Agencia, Supervisora y Promotora Principal de la agencia del Banco de Crédito en estudio, para obtener la autorización y realizar la aplicación de las encuestas, finalmente, se aplicó el instrumento a 274 clientes que visitan de la Agencia Habich, para ser correctamente analizados en base a las pruebas estadísticas SPSS 24.

2. 6 Métodos de análisis de datos

El análisis es descriptivo Juárez, Villatoro y López (2002) otorga datos relacionados ya sea por tablas de frecuencia o gráficos para que luego sean analizados, Así mismo, el análisis inferencial mencionan los autores , que es una estadística encargada de probar las relaciones e influencias entre variables para así se pueda realizar deducciones de una muestra de un conjunto realizando inferencias.

2.7 Aspectos éticos

En la presentación de este proyecto de investigación se considerará principios éticos, en la cual manifiesto, me comprometo y responsabilizo a respetar la exactitud de los resultados obtenidos, la confiabilidad de los datos recaudados, respetar la prioridad intelectual, respetar la opinión y perspectiva los encuestados, en la cual no brindaré datos personales que revelen la identidad de los participantes en la encuesta de esta investigación.

III. RESULTADOS

Prueba de normalidad

Si $N < 50$ entonces usamos Shapiro-Wilk.

Si $N > 50$ entonces usamos Kolmogorov-Smirnov.

H0: Los datos tienen distribución normal (datos paramétricos, Pearson).

H1: Los datos no tienen distribución normal (datos no paramétricos, Spearman)

Regla de decisión

Si el valor de Sig $< 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (Ho)

Si el valor de Sig $> 0,05$, se acepta la hipótesis nula (Ho)

Se ha realizado la operación a través del programa estadístico SSPS 24, con una muestra de 274 encuestados el cual presentó el siguiente resultado

Tabla 6

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
V1	,129	274	,000	,970	274	,000
V2	,112	274	,000	,959	274	,000

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS.

En la Tabla 6. Se observa que la variable 1 determinada por la digitalización bancaria resultó con un valor de significancia de 0,000; por lo tanto, se acepta la H1 (hipótesis alterna), rechazando la HO (hipótesis nula), concluyendo que los datos no siguen una distribución normal, considerando la prueba no paramétrica (Rho de Spearman) para el análisis de los datos.

La Tabla 6. Muestra que la variable optimización resultó con un valor significancia de 0,000; por lo tanto, se acepta la H1 (hipótesis alterna) rechazando la HO (hipótesis nula), por su distribución que no es normal, considerando la prueba no paramétrica (Rho de Spearman).

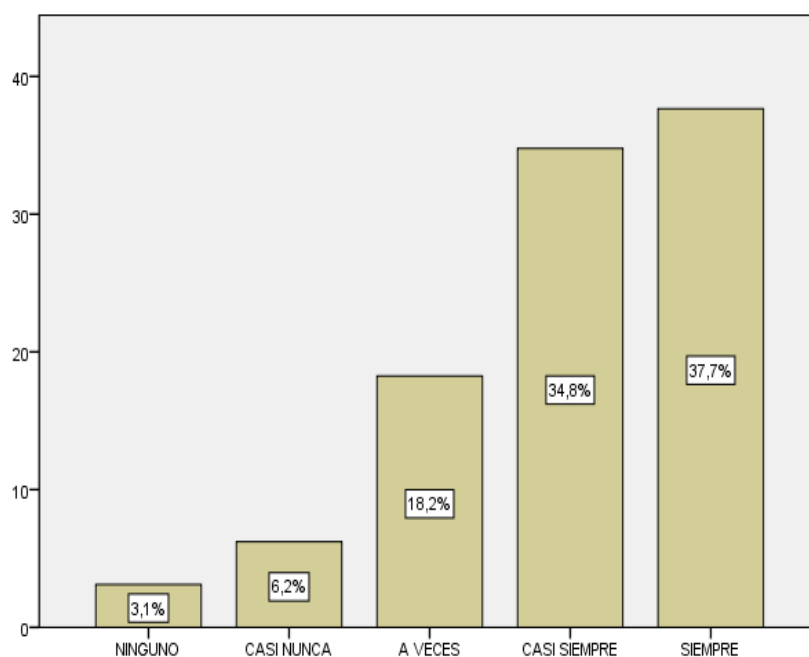
3.1. Análisis descriptivo

Variable: Digitalización Bancaria

Tabla 7 Frecuencia de variable digitalización bancaria

	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL
DIGITALIZACIÓN BANCARIA	145	289	850	1620	1754	4658
PORCENTAJE	3,1%	6,2%	18,2%	34,8%	37,7%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Interpretación:

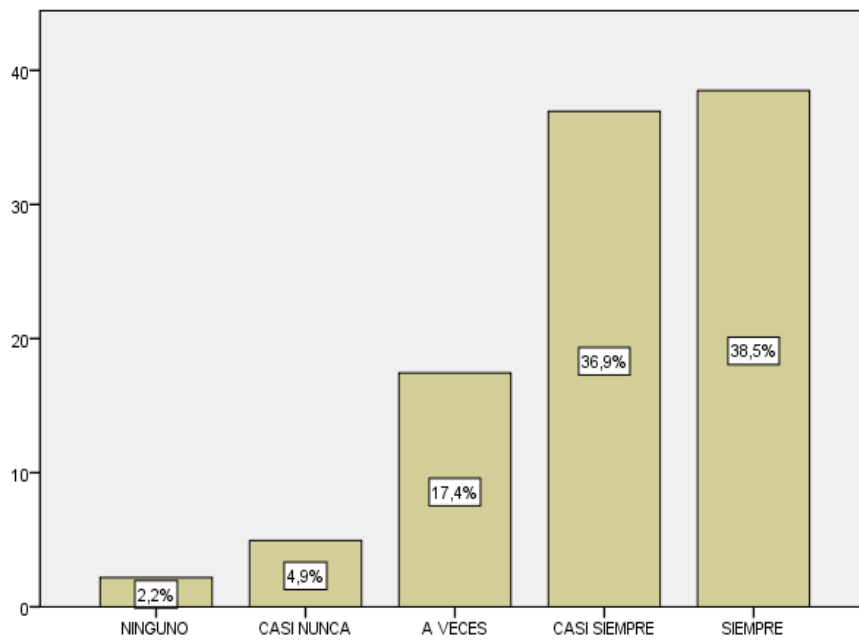
Según los resultados obtenidos de la encuesta respecto a la variable digitalización bancaria respondieron de la siguiente manera: El 18,2% afirmaron a veces, el 6,2% afirmaron casi nunca, el 34,8% afirmaron casi siempre y, el 3,10% afirmaron nunca.

Variable: Optimización

Tabla 8 Frecuencia de variable optimización

VARIABLE 2	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE	TOTAL
OPTIMIZACIÓN	78	176	621	1316	1371	3562
PORCENTAJE	2,2%	4,9%	17,4%	36,9%	38,5%	100,0%

Fuente: Elaboración propia



Interpretación:

Según los resultados obtenidos de la encuesta respecto a la variable optimización respondieron de la siguiente manera: El 17,4% afirmaron a veces, el 4,9% afirmaron casi nunca, el 36.9% afirmaron casi siempre y, el 2,2% afirmaron nunca.

3.2. Análisis Inferencial

Prueba de hipótesis general

HG: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.

Ho: No existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.

Hi: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.

Tabla 9

Cuadro de coeficientes de correlación de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a 0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
-0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Martínez (2009)

Nivel de significancia: 5% nivel de aceptación: 95%

Regla de decisión:

- a) Si la Sig. E < Sig. 0,005 T entonces se rechaza la hipótesis nula Ho
- b) Si la Sig. E > Sig. 0,005 T entonces se acepta la hipótesis nula Ho

Tabla 10

Correlación entre la bancarización digital y la optimización.

Correlaciones			v1	v2
Rho de Spearman	V1 Digitalización Bancaria	Coeficiente de correlación	1,000	,662**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	274	274
	V2 Optimización	Coeficiente de correlación	,662**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	274	274

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS.

Interpretación:

El resultado del coeficiente de la correlación de Rho Spearman se observa el valor de 0.662, asumiendo el significado de Correlación positiva moderada entre las variables estudiadas, no obstante, también nos brinda el resultado de nuestro nivel de significancia (sig.=0,000) es menor que el valor (0,005). Por la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (Hi). La cual nos indica que, si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Prueba de hipótesis específicas 1

H1: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

H0: No Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Hi: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Tabla 11

Coefficiente de correlación de la hipótesis específica 1

Correlaciones			v1	V2D1
Rho de Spearman	Digitalización Bancaria	Coeficiente de correlación	1,000	,644**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	274	274
	Eficiencia	Coeficiente de correlación	,644**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	274	274

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS.

Interpretación:

El resultado del coeficiente de la correlación de Rho Spearman se observa el valor de 0.644, asumiendo el significado de correlación positiva moderada entre las variables estudiadas, no obstante, también nos brinda el resultado de nuestro nivel de significancia (sig.=0,000) es menor que el valor (0,005). Por la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (Hi). La cual nos indica que, si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Prueba de hipótesis específicas 2

H2: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

H0: No existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Hi: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Tabla 12
Coefficiente de correlación de la hipótesis específica 2

		Correlaciones		
			v1	V2D2
Rho de Spearman	Digitalización	Coefficiente de correlación	1,000	,513**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	274	
				274
	Eficacia	Coefficiente de correlación	,513**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
N		274	274	

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS.

Interpretación:

El resultado del coeficiente de la correlación de Rho Spearman se observa el valor de 0.513, asumiendo el significado de correlación positiva moderada entre las variables estudiadas, no obstante, también nos brinda el resultado de nuestro nivel de significancia (sig.=0,000) es menor que el valor (0,005). Por la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (Hi). La cual nos indica que, si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Prueba de hipótesis específicas 3

H2: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

H0: No Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Hi: Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin de Porres 2019.

Tabla 13
Coefficiente de correlación de la hipótesis específica 3

Correlaciones			v1	V2D3
Rho de Spearman	Digitalización Bancaria	Coeficiente de correlación	1,000	,572**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	274	274
	Experiencia	Coeficiente de correlación	,572**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	274	274

Fuente: Elaborado en base a los resultados de SPSS.

Interpretación:

El resultado del coeficiente de la correlación de Rho Spearman se observa el valor de 0.572, asumiendo el significado de correlación positiva moderada entre las variables estudiadas, no obstante, también nos brinda el resultado de nuestro nivel de significancia (sig.=0,000) es menor que el valor (0,005). Por la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis alternativa (Hi). La cual nos indica que, si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.

IV. DISCUSIÓN

Primero, se alcanzó como hipótesis y objetivo general la relación entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019. Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.000 < 0.05$ ”, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, Además, ambas variables poseen una correlación de 0.662; lo cual indica que es una correlación positiva moderada, Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la optimización en el Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019. En consecuencia, los resultados recopilados tienen relación con el artículo científico de Carbó (2017), en donde concluyó que la digitalización bancaria fomenta la cultura de ahorro a través de la disminución de costos y la eliminación de mitos que obstaculizan la inclusión financiera de los clientes. Además, considera que, la utilización de los canales digitales de las entidades bancarias además se garantiza celeridad a las transacciones, podría facilitar medios para reducir la discriminación de géneros en la gestión económica familiar, sin descuidar la protección del consumidor y la seguridad financiera. Es importante saber que la transformación digital financiera no solo trae consigo cambios en el negocio económico sino también beneficios sociales, brindando rapidez al acceder a sus servicios y solicitud de productos bancarios para invertir su tiempo restante en otro tipo de actividades, Teoría de la innovación, Sánchez (2015) teoría establecida por Peter Drucker en el (1992), con la llegada de la digitalización en las organizaciones permitió mejorar en la disminución de costos, captaciones de nuevos clientes, se maximizó la cultura digital, y se logró formar clientes auto eficientes.

Segundo, se obtuvo como hipótesis y objetivo general determinar la relación entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019, Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.000 < 0.05$ ”, por ende se rechaza la hipótesis nula, Además, ambas variables poseen una correlación de 0.644; lo cual indica que es una correlación positiva moderada, Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, Kamble y Afza (2018) en su tesis tiene como objetivo general determinar la eficiencia de los productos de base tecnológica ofrecidos por los bancos de la India y el

efecto de la digitalización en el desarrollo económico, por consiguiente se obtuvieron resultados demostrando sector bancario está siendo testigo de una nueva ola de avances con innovaciones en el espacio bancario, se coincide con la conclusión de la tesis de kmble y azfa que las organizaciones tienen que ser innovadores para el crecimiento económico, Teoría de la innovación, Sánchez (2015) teoría establecida por Peter Drucker en el (1992), crear mejoras fortalecer los lazos de fidelizaciones entre las organizaciones y empresa.

Tercero, se obtuvo como hipótesis y objetivo general determinar la relación entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019, Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.000 <0.05”, por ende se rechaza la hipótesis nula, Además, ambas variables poseen una correlación de 0.513 ; lo cual indica que es una correlación positiva moderada , Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, Zervoudi (2019) en su tesis tiene como objetivo general determinar explícitamente la eficacia de los procesos que emplean las instituciones financieras para fomentar la inclusión financiera para beneficios de sus clientes, por consiguiente se lograron resultados comprando que el mejoramiento de los procesos actuales financieras están encaminados a la reducción de costos y empleo de recursos para obtener un productos o servicio bancario , se coincide con la conclusión de la tesis de Zervoudi que las organizaciones tienen que mantenerse a la expectativa de los cambios del entorno financiero, Teoría de la innovación, Sánchez (2015) teoría establecida por Peter Drucker en el (1992), plantea que proponer mejoras para la satisfacción del cliente final.

Cuarto, se obtuvo como hipótesis y objetivo general determinar la relación entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019, Mediante la Prueba Rho de Spearman se demostró que con un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “0.000 <0.05”, por ende se rechaza la hipótesis nula, Además, ambas variables poseen una correlación de 0.572 ; lo cual indica que es una correlación positiva moderada , Por lo tanto, se acepta la hipótesis de investigación indicando que si existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes en el Banco de Crédito-Habich Nouaili , Abaoub, Ochi (2015) en su tesis tiene como objetivo general determinar los factores que mejoran la experiencia

de los clientes en base de las reestructuraciones y cambios que viene atravesando el sector financiero, por ende, los resultados obtenidos demuestran que las instituciones financieras están esmerándose por ofrecer canales digitales útiles generando confianza y un mejor experiencia sus clientes , se coincide con la conclusión de la tesis de Nouaili , Abaoub, Ochi que las organizaciones deben velar por la satisfacción de sus clientes ante el surgimiento de tendencias tecnológicas, Teoría de la innovación, Sánchez (2015) teoría establecida por Peter Drucker en el (1992), confirma que el sistema financiero tiene la ventaja de fortificar aún más los lazos de confianza con sus clientes gracias a la optimización en sus procesos financieros.

V. CONCLUSIONES

- 5.1.** Acorde a los resultados, se evidencia que existe relación entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.
- 5.2.** Acorde a los resultados, se evidencia que existe relación entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.
- 5.3.** Acorde a los resultados, se evidencia que existe relación entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.
- 5.4.** Acorde a los resultados, se evidencia que existe relación entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martín de Porres 2019.

VI. RECOMENDACIONES

Primera: Se recomienda a los jefes del área de proyectos e innovación del Banco de Crédito que es imprescindible comprender las necesidades primordiales de los clientes; ofrecer productos y servicios con acceso rápido, cómodo y seguro desde cualquier canal, lugar y momento; velar por la ciberseguridad; alinearse a las normas y reglamentos de las superintendencias reguladoras.

Segunda: Se recomienda a cada colaborador que alcance un compromiso con aquellos clientes que desee conocer de las actualizaciones digitales, con la finalidad de que fomente la creatividad y el uso correcto de los canales digitales.

Tercera: Se recomienda a que el Banco de Crédito se acople a los cambios que imponen los nativos digitales, desarrollando cada vez productos y servicios innovadores, para que el cliente más sea más eficaz al momento de transaccionar digitalmente.

Cuarta: Mejorar el acceso de sus diferentes canales digitales provocando que el cliente cuente con toda la información necesaria que le permita elegir correctamente al momento de adquirir un producto o servicio, por otro lado, contar con un entrenador digital que esté disponible al 100 % para despejar dudas, educar y cumpla con las expectativas.

Quinta: Capacitar a los colaboradores que conforman la División Comercial ya que están en frecuente contacto con el cliente exponiendo empatía, reafirmando la confianza en la empresa; con la finalidad de educar e incentivar la cultura digital en los clientes de manera asertiva.

REFERENCIAS

- Angelov, A. (2019). *El Sistema Financiero Digital*. (Tesis de Grado). Recuperada de:
http://www3.uah.es/iaes/publicaciones/DT_04_19.pdf
- Aguilera, C. (2016). *Un enfoque gerencial de la teoría de las restricciones*. Universidad ICESI. Colombia, Cali.
- Arguedas, R., Sánchez, A. y Martín, R. (2019). *La transformación digital en el sector financiero. España: Unidad nacional de educación a distancia*.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Recuperado de
<http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: Pearson Educación.
- Carbó, S. (2017). *Mitos y realidades de la digitalización financiera. Los medios de pago como paradigma. El futuro del sector bancario español tras la reestructuración*. Cajamar. Recuperado de
<https://www.publicacionescajamar.es/publicacionescajamar/public/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/29/29-773.pdf>
- Carbó, S. y Rodríguez, F. (2016). *Digitalización y preferencias por los medios de pago en España*; en *Papeles de Economía Española* (149); pp. 115-126.
- Cinse, W. (2018). *Las tecnologías de la información, comunicación y calidad del servicio en la Entidad Financiera Confianza, Pucallpa, 2016*. (Tesis de Titulación). Recuperada de:
<http://repositorio.unu.edu.pe/bitstream/handle/UNU/3747/000003486T.pdf?sequence=1>
- Deloitte. (2016). *En la búsqueda de la omnicanalidad: el cliente en el centro nuevamente*. Deloitte.
- Dzomira, S. (2017). Internet banking fraud alertness in the banking sector: South africa. *Banks and Bank Systems*, 12(1), 143-151.
doi:[http://dx.doi.org/10.21511/bbs.12\(1-1\).2017.07](http://dx.doi.org/10.21511/bbs.12(1-1).2017.07)

- Fernández, M. (2018). *El impulso de la billetera móvil en su repercusión en la inclusión financiera del Perú*. (Tesis suficiencia profesional). Recuperada de: <https://pirhua.udep.edu.pe/handle/11042/3527>
- Fine, C. (2016). *Digitalización financiera: el community banking en la era de la disrupción digital*, Papeles de Economía Española. • KPMG
- FUNCAS (2017). *El nivel de madurez digital*. Edit. Kpmg. España.
- Galdo, M. (2015). *Multicanalidad y digitalización bancaria*. (Tesis de Magister). Recuperada de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/6338/TFM000186.pdf?sequence=1>
- 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 de Titulación). Recuperada de: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3581/1/2017_Gonzales-Hern%C3%A1ndez.pdf
- Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta Edición) México. D.F: Editorial MC Graw Hill.
- Huertas, R y Domínguez, R. (2015). *Decisiones estratégicas para la dirección de operaciones en empresas de servicios y turísticas*. Edit. Publicaciones i Ediciones. España, Barcelona.
- Izquierdo, S. y Navarro, M. (2016). *Evaluación de la eficiencia de las entidades financieras en las secciones de crédito de las cooperativas*. Valencia.
- Jaleel, A., Hui, X., Virk, M. U., & Abdullah, M. (2015). *Investigation of causal relationship between trade credit and bank loan during 2008 financial crisis*. Journal of Asian Business Strategy, 5(5), 90-98. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1678794336?accountid=37408>
- Joshi, V., & Bansal, A. (2015). *Perception of internet banking users towards internet banking adoption*. Anvesha, 8(1), 20-33. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1710986714?accountid=37408>

- Juárez, F., Villatoro, J. y López, K. (2002). *Apuntes de Estadística Inferencial*. México, D. F.: Instituto Nacional de Psiquiatría Ramón de la Fuente.
- Kamble, P. R., & Afza, N. (2018). *EMERGING TRENDS IN BANKING*. International Journal of Management Research and Reviews, 8(5), 1-7. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2063388118?accountid=37408>
- Kearney. A. (2014). *Going digital: The Banking Transformation Road Map*. Efma.
- Lin, S., Yu, Y., Wu, C., & Wu, S. (2018). *The effects of internet banking on financial performance: Evidence from the east asian countries*. Journal of Accounting, Finance & Management Strategy, 13(1), 105-155. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2149601711?accountid=37408>
- Loor, W y Meléndez, M. (2017). *Estudio de factibilidad para la implementación de la banca digital en Banco Amazonas S.A.* (Tesis de Titulación). Recuperada de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20720/1/ESTUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20IMPLEMENTACION%20DE%20LA%20BANCA%20DIGITAL%20EN%20BANCO%20AMAZONAS%20S.pdf>
- López, S. (2017). *La digitalización bancaria, un reto de América Latina en 2020*. France 24. Recuperado de: <https://www.france24.com/es/20170919-digitalizacion-bancaria-america-latina>
- Lozano, J. (2003). *Como y donde optimizar los costes logísticos*. España: Fundación Confemeal.
- Maldonado, R y Castillo, S. (2015). *Análisis de los factores que determinan la actitud de los usuarios de la banca online del Centro Comercial Real Plaza Trujillo 2014*. (Tesis de Titulación). Recuperada de: <http://repositorio.upao.edu.pe/handle/upaorep/1383>
- Maudos, J. (2017). *El acceso a los servicios bancarios en España. El impacto de la reducción del número de oficinas*. El futuro del sector bancario español tras la reestructuración, Cajamar.
- Momparler, A., Climent, F. J., & Ballester, J. M. (2015). *The impact of scale effects on the prevailing internet-based banking model in the US*. Service Business, 6(2), 177-195. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s11628-011-0126-6>

- Nasir, M. A., Wu, J., Yago, M., & Li, H. (2015). *Influence of psychographics and risk perception on internet banking adoption: Current state of affairs in britain*. International Journal of Economics and Financial Issues, 5(2) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1678821798?accountid=37408>
- Nel, J., & Boshoff, C. (2015). *Enhancing the use of internet banking in an emerging market*. South African Journal of Economic and Management Sciences, 17(5), 624-638. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1848146161?accountid=37408>
- Nouaili, M. A., Abaoub, E., & Ochi, A. (2015). *The determinants of banking performance in front of financial changes: Case of trade banks in tunisia*. International Journal of Economics and Financial Issues, 5(2) Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1678821726?accountid=37408>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2018). *Perspectivas de la OCDE sobre la economía digital 2017*. Recuperado de: https://books.google.com.pe/books?id=dMJeDwAAQBAJ&pg=PA88&dq=DIGITALIZACION+BANCARIA&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwj_4Jj2v7PiAhUBrVkkKHQisD84Q6AEINTAC#v=onepage&q=DIGITALIZACION%20BANCARIA&f=false
- Rahi, S., Ghani, M. A., & Alnaser, F. M. I. (2017). *THE INFLUENCE OF E-CUSTOMER SERVICES AND PERCEIVED VALUE ON BRAND LOYALTY OF BANKS AND INTERNET BANKING ADOPTION: A STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)*. Journal of Internet Banking and Commerce, 22(1), 1-18. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1932294218?accountid=37408>
- Reicks, T. (2015). *El Banco en la gestión de riesgo (Die Bank im Risikomanagement)*. (8va ed.). España.
- Salmador, M. (2018). *La transformación digital de la banca en España: El reto FINTECH*. (Tesis de Grado). Recuperada de: <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/34847/1/TFG-E-697%20.pdf>
- Sánchez, A. (2015). *Peter Drucker, Innovador Maestro de la Administración de Empresas*. Universidad EL Bosque. Colombia, Bogotá.

- Torres, R. (2017). *Incorporación de las nuevas tecnologías al negocio bancario en España: Impacto de las FINTECH*. (Tesis de Grado). Recuperada de: <http://repositorio.upct.es/bitstream/handle/10317/6008/tfg-tor-inc.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Yadav, P. (2016). ACTIVE DRIVERS OF ADOPTION OF INTERNET BANKING. *Independent Journal of Management & Production*, 7(2), 445-464. doi:<http://dx.doi.org/10.14807/ijmp.v7i2.403>
- Zervoudi, E. K. (2019). *Parallel banking system: Opportunities and challenges*. *Journal of Applied Finance and Banking*, 9(4), 47-70. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2206009240?accountid=37408>
- Zea, D. (2017). *La Revolución Digital en las Microfinanzas. El Microfinanciero*. VIII (41), p.10.

ANEXOS

"DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y OPTIMIZACIÓN DE TRANSACCIONES FINANCIERAS DE LOS CLIENTES DEL BANCO DE CREDITO – HABICH, SAN MARTIN DE PORRES 2019"

OBJETIVO: Determinar la relación entre la digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito – HABICH, San Martín de Porres 2019.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la alternativa que usted considera válida de acuerdo al ítem en los casilleros siguientes:

NUNCA	CASI NUNCA	AVECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
N	CN	A	CS	S

ITEM	PREGUNTA	VALORACIÓN				
		N	CN	A	CS	S
1	Los medios de comunicación que emplea el Banco de Crédito para hacer conocer sus canales digitales son adecuados y claros.					
2	Los medios de difusión establecidos por el Banco permiten ingresar a sus plataformas virtuales de manera más rápida y segura.					
3	La información y capacitación sobre el uso de los diferentes canales digitales que ofrece el Banco de Crédito es uniforme tanto de manera física y virtual.					
4	Las respuestas emitidas por el Banco de Crédito son inmediatas ante sus inquietudes.					
5	El Banco de Crédito le brinda actualizaciones de sus datos periódicamente.					
6	El Banco de Crédito brinda información de las actualizaciones de sus aplicaciones y banca internet para evitar fraudes cibernéticos.					
7	Los productos y/o servicios ofrecidos mediante la banca digital, cubren sus necesidades.					
8	Las plataformas digitales son utilizadas frecuentemente para sus transacciones financieras.					
9	Los canales digitales se encuentran coordinados entre sí, para una comunicación fluida.					
10	El Banco de crédito comunica a sus clientes ante cada nueva iniciativa que presenta sus plataformas digitales.					
11	Las variedades de canales digitales son innovadoras y útil para llevar a cabo sus transacciones financieras más frecuentes.					
12	El Banco de Crédito brinda a sus clientes la misma experiencia de atención mediante sus canales digitales y de forma presencial.					
13	Los productos y servicios que ofrece el Banco de crédito le resulta más innovador que los tradicionales.					
14	La Banca Internet y la APP Banco Móvil promueven mi educación financiera, y el reforzamiento de mis intereses como cliente.					
15	Las plataformas digitales que emplea el Banco de Crédito son dinámicas e interactivas.					
16	El BCP se preocupa en brindar información sobre las medidas de frente a delitos fraudulentos.					
17	Es consciente de las medidas de seguridad que debe adoptar para el uso adecuado de los canales digitales del Banco de Crédito.					
18	Los servicios que le brinda el Banco de Crédito a través de sus plataformas digitales resultan eficiente para su utilización.					
19	El uso de las plataformas digitales del Banco de Crédito para realizar transacciones le permite ahorrar un dinero extra.					
20	La implementación de canales digitales permite realizar sus operaciones financieras en el menor tiempo posible.					
21	La digitalización bancaria le permite conocer más de sus intereses, que estar en el mismo local bancario.					
22	Los canales digitales del BCP permiten obtener soluciones inmediatas para acceder a productos y servicios.					
23	Las necesidades financieras a bajos costos fomenta la innovación tecnológica y optimiza la calidad financiera.					
24	El presupuesto financiero mejora gracias a la digitalización bancaria.					
25	Los canales digitales que ofrece el Banco de crédito cumplen las expectativas requeridas para concretar las operaciones financieras.					
26	El BCP con la garantía que ofrece en sus canales digitales, suele recomendarlo a amigos, familiares y allegados para realizar sus transacciones monetarias.					

27	Utilizar canales digitales seguros y ágiles mejora la experiencia en relación con el Banco y permite que sea la entidad de su preferencia.						
28	El Banco de Crédito brinda oportunidades relevantes en su vida financiera que se adapten a sus necesidades de manera personalizada.						
29	El BCP referencia y respalda debidamente a sus aliados, fomentando la confianza en sus transacciones financieras.						
30	El prestigio y reconocimiento de la empresa es un indicador de confianza que impulsa a cumplir siempre la banca digital.						

Gracias por su colaboración

Matriz de consistencia

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA
<p>General ¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019?</p>	<p>General Determinar la relación entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019.</p>	<p>General Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019.</p>	<p>Variable X</p>	<p>Información</p> <p>Cloud computing</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p>	<p>946 clientes del Banco de Crédito – Habich</p> <p>274 clientes encuestados de la empresa del Banco de Crédito- Habich</p>
<p>Específicos ¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019?</p>	<p>Específicos Determinar la relación entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019.</p>	<p>Específicos Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficiencia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019</p>		<p>Digitalización Bancaria</p>	<p>Ominicalidad</p> <p>Tecnología</p>	
<p>¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019.</p>	<p>Determinar la relación entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019.</p>	<p>Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la eficacia de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019</p>	<p>Variable Y</p>	<p>Eficiencia</p> <p>Eficacia</p>	<p>Descriptivo correlacional</p>	<p>Cuestionario de 30 preguntas</p>
<p>¿Cuál es la relación entre el digitalización bancaria y experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019?.</p>	<p>Determinar la relación entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019 .</p>	<p>Existe relación significativa entre la digitalización bancaria y la experiencia de los clientes del Banco de Crédito-Habich, San Martin De Porres 2019 .</p>		<p>Optimización</p>	<p>Experiencia</p>	



CONSTANCIA DE RECOLECCION DE DATOS

El que suscribe:

GERENTE DE AGENCIA: Karla Mercedes Ventura Guerra

SUPERVISOR DE PROCESOS OPERATIVOS: Consuelo Polar Ruiz

Hace constar:

Que la Srta. Rosa Pamela Gutiérrez Alcántara identificada con IDC N° 73816494, estudiante del IX ciclo de la escuela de Administración de la Universidad César Vallejo, ha recolectado datos correspondientes al desarrollo de su trabajo de investigación "Digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de crédito – Habich, San Martín de Porres 2019"

Se expide el presente documento, a petición de la interesada.

Lima, 15 de abril del 2019

Karla Mercedes Ventura Guerra
Gerente de Agencia

Lima, 10 de Junio del 2019

Estimado Sr (a). Dr. VASQUEZ ESPINOZA, JUAN MANUEL

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **"Digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito – Habich, San Martín de Porres 2019"**

Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumentos de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems de los instrumentos e indicar decir si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente




ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y OPTIMIZACIÓN DE TRANSACCIONES FINANCIERAS DE LOS CLIENTES DEL BANCO DE CRÉDITO- HABICH, SAN MARTIN DE PORRES 2019.						
Apellidos y nombres del Investigador: ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA						
Apellidos y nombres del experto: Dr. Vargas Espinoza Juan Manuel						
ASPECTO POR EVALUAR						
INDICADORES	INDICADORES	ITEMS / OBSERVACIONES	ESCALA	SIEMPRE	NO SIEMPRE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS

Digitalización Bancaria	Información	Direccionalidad	Los medios de comunicaciones que emplea el Banco de Crédito para hacer conocer sus canales digitales son adecuados y claros.	N: NUNCA O: CASI NUNCA A: A VECES C: CASI SIEMPRE S: SIEMPRE		
		Transportabilidad	Los medios de difusión establecidos por el Banco permiten ingresar a sus plataformas virtuales de manera más rápida y segura.			
	Reservabilidad	La información y capacitación sobre el uso de los diferentes canales digitales que ofrece el Banco de Crédito es uniforme tanto de manera física y virtual.				
		Las respuestas emitidas por el Banco de Crédito son inmediatas ante sus inquietudes.				
Cloud computing	Canales de distribución	El Banco de Crédito le brinda actualizaciones de sus datos periódicamente.	El Banco de Crédito brinda información de las actualizaciones de sus aplicaciones y banca internet para evitar fraudes telemáticos.			
		Los productos y/o servicios ofrecidos mediante la banca digital, cubren sus necesidades.	Las plataformas digitales son utilizadas frecuentemente para sus transacciones financieras.			

Omnicanalidad	Comunicación	Los canales digitales se encuentran coordinados entre sí, para una comunicación fluida.	✓
	Productividad	El Banco de Crédito comienza a sus clientes con canales digitales que presentan sus plataformas digitales y un flujo a cabo sus transacciones financieras más frecuentes. El Banco de Crédito brinda a sus clientes la misma experiencia de atención mediante sus canales digitales y de forma presencial.	✓
Tecnología	Internet	Los productos y servicios que ofrece el Banco de Crédito le resulta más amigable que los tradicionales. La Banca Internet y la APP Banca Móvil promueven su educación financiera y el reforzamiento de sus intereses como cliente.	✓
	Web site	Las plataformas digitales que emplea el Banco de Crédito son dinámicas e interactivas.	✓
	Seguridad	El BCP se preocupa en brindar información sobre las medidas de frente a delitos fraudulentos. Es consciente de las medidas de seguridad que debe adoptar para el uso adecuado de los canales digitales del Banco de Crédito.	✓
Optimización	Reducción de costos	Los servicios que le brinda el Banco de Crédito a través de sus plataformas digitales resultan eficientes para su utilización.	✓
	Reducción de tiempo	El uso de las plataformas digitales del Banco de Crédito para realizar transacciones le permite ahorrar un dinero extra. La implementación de canales digitales permite realizar sus operaciones financieras en el menor tiempo posible.	✓

Firma del experto		<p>Fecha <u>10/06/2019</u></p>	<p>La digitalización bancaria le permite conocer más de sus intereses que estar en el mismo local bancario.</p> <p>Los canales digitales del BCP permiten obtener todos los servicios para acceder a productos y servicios.</p> <p>Las necesidades financieras a bajos costos fomenta la innovación tecnológica y optimiza la calidad financiera.</p> <p>El pasaporte financiero integra servicios a la digitalización bancaria.</p> <p>Los canales digitales que ofrece el Banco de crédito cubren las oportunidades requeridas para ejecutar las operaciones financieras.</p> <p>El BCP con la garantía que ofrece en sus canales digitales, hace recomendable a amigos, familiares y allegados para realizar sus transacciones financieras.</p> <p>Utilizar canales digitales seguros y ágiles mejora la experiencia en relación con el Banco y permite que se le brinde de su preferencia.</p> <p>El Banco de Crédito brinda oportunidades relevantes en su vida financiera que se adapta a sus necesidades de manera personalizada.</p> <p>El BCP refuerza y capacita debidamente a sus clientes, fomentando la confianza en sus transacciones financieras.</p> <p>El prestigio y reconocimiento de la empresa es un indicador de confianza que impulsa a cumplir siempre la banca digital.</p>	<input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/>		
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Dr. MANUEL ESPINOSA JUAN MANUEL
CORLAO REGUC-2082

Lima, 10 de Junio del 2019

Estimado Sr (a). **Dr. CARRANZA ESTELA, TEODORO**

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **"Digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito – Habich, San Martín de Porres 2019"**

Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumentos de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems de los instrumentos e indicar decir si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente




ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación: DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y OPTIMIZACIÓN DE TRANSACCIONES FINANCIERAS DE LOS CLIENTES DEL BANCO DE CRÉDITO- HABICH, SAN MARTIN DE PORRES 2019.						
Apellidos y nombres del Investigador: ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA						
Apellidos y nombres del Objeto: CAMARIZO ESTEBAN PEDRO						
ASPECTO POR EVALUAR						
VARIABLES	INDICADORES	ITEMS/INDICATORIA	ESCALA	MECANISMO	NO CUMPLE	CONCORDANTES / SUGERENCIAS

Digitalización Bancaria	Información	Dimensionalidad	Los medios de comunicación que emplea el Banco de Crédito para hacer conocer sus canales digitales son adecuadas y claras. Los medios de difusión establecidos por el Banco permiten ingresar a sus plataformas virtuales de manera más rápida y segura.	/			
		Transparencia	La información y capacitación sobre el uso de los diferentes canales digitales que ofrece el Banco de Crédito es uniforme tanto de manera física y virtual. Las respuestas emitidas por el Banco de Crédito son inmediatas ante sus inquietudes.	/			
		Renovabilidad	El Banco de Crédito le brinda actualización de sus datos periódicamente. El Banco de Crédito brinda información de las actualizaciones de sus aplicaciones y banca internet para evitar fraudes cibernéticos.	/			
	Cloud computing	Canales de distribución	Canales de distribución	Los productos y/o servicios ofrecidos mediante la banca digital, cubren sus necesidades. Las plataformas digitales son utilizadas frecuentemente para sus transacciones financieras	/		
					/		
					/		
					/		

Firma del experto	<p data-bbox="1117 1568 1244 1814"></p>	<p data-bbox="1149 1232 1181 1433">Fecha <u>10/05/2019</u></p>	<p data-bbox="1149 716 1181 806">/</p> <p data-bbox="1149 828 1181 918">/</p> <p data-bbox="1149 940 1181 1030">/</p> <p data-bbox="1149 1052 1181 1142">/</p> <p data-bbox="1149 1164 1181 1254">/</p> <p data-bbox="1149 1276 1181 1366">/</p> <p data-bbox="1149 1388 1181 1478">/</p> <p data-bbox="1149 1500 1181 1590">/</p> <p data-bbox="1149 1612 1181 1702">/</p> <p data-bbox="1149 1724 1181 1814">/</p> <p data-bbox="1149 1836 1181 1926">/</p> <p data-bbox="1149 1948 1181 2038">/</p>
Eficacia	<p data-bbox="327 1019 391 1440">Resultados</p> <p data-bbox="406 1019 470 1440">Calidad</p> <p data-bbox="486 1019 550 1440">Satisfacción</p>	<p data-bbox="327 241 391 1019">La digitalización bancaria le permite conocer más de sus intereses que estar en el mismo local bancario.</p> <p data-bbox="406 241 470 1019">Los canales digitales del BCP permiten obtener soluciones inmediatas para acceder a productos y servicios.</p> <p data-bbox="486 241 550 1019">Las necesidades financieras a bajos costos fomenta la innovación tecnológica y optimizan la calidad financiera.</p> <p data-bbox="566 241 630 1019">El pivoteo financiero mejora gracias a la digitalización bancaria.</p> <p data-bbox="646 241 710 1019">Los canales digitales que ofrece el Banco de crédito cumplen las expectativas requeridas para conectar los operadores financieros.</p> <p data-bbox="726 241 790 1019">El BCP con la garantía que ofrece en sus canales digitales, está recomendando a amigos, familiares y allegados para realizar sus transacciones financieras.</p> <p data-bbox="805 241 869 1019">Utilizar canales digitales seguros y ágiles mejora la experiencia en relación con el Banco y permite que sea la entidad de su preferencia.</p>	<p data-bbox="885 241 949 1019">El Banco de Crédito brinda oportunidades relevantes en su vida financiera que se adaptan a sus necesidades de manera personalizada.</p> <p data-bbox="965 241 1029 1019">El BCP refuerza y capacita diferencialmente a sus clientes, fomentando la confianza en sus transacciones financieras.</p> <p data-bbox="1045 241 1109 1019">El proceso y reconocimiento de la empresa es un indicador de confianza que impulsa a emplear siempre la banca digital.</p>
Experiencia	<p data-bbox="877 1456 941 1590">Fidelización</p> <p data-bbox="957 1456 1021 1590">Confianza</p>	<p data-bbox="805 1456 869 1590">Utilizar canales digitales seguros y ágiles mejora la experiencia en relación con el Banco y permite que sea la entidad de su preferencia.</p>	<p data-bbox="885 1456 949 1590">El Banco de Crédito brinda oportunidades relevantes en su vida financiera que se adaptan a sus necesidades de manera personalizada.</p> <p data-bbox="965 1456 1029 1590">El BCP refuerza y capacita diferencialmente a sus clientes, fomentando la confianza en sus transacciones financieras.</p> <p data-bbox="1045 1456 1109 1590">El proceso y reconocimiento de la empresa es un indicador de confianza que impulsa a emplear siempre la banca digital.</p>

Nota: LAS DIMENSIONES e INDICADORES, solo se proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Lima, 11 de Junio del 2019

Estimado Sr (a). **Dr. ALIAGA CORREA, DAVID FERNANDO**

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **“Digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito – Habich, San Martín de Porres 2019”**

Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumentos de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems de los instrumentos e indicar decir si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente




.....
ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación: DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y OPTIMIZACIÓN DE TRANSACCIONES FINANCIERAS DE LOS CUENTES DEL BANCO DE CRÉDITO- HABICH, SAN MARTIN DE PORRES 2019.							
Apellidos y nombres del Investigador: ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA							
Apellidos y nombres del experto: Dr. ALIBO CANO DAVID BERNARDO <i>Docente en Pedagogía</i>							
ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLES	DESCRIPCIONES	INDICADORES	ITEMS /PREGUNTAS	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS

Digitización Bancaria	Información	Direccionalidad	<p>Los medios de comunicación que emplea el Banco de Crédito para hacer conocer sus canales digitales son adecuados y claros.</p> <p>Los medios de difusión establecidos por el Banco permiten ingresar a sus plataformas virtuales de manera más rápida y segura.</p> <p>La información y capacitación sobre el uso de los diferentes canales digitales que ofrece el Banco de Crédito es uniforme tanto de manera física y virtual.</p> <p>Las respectivas emisoras por el Banco de Crédito son inmediatas ante sus inquietudes.</p> <p>El Banco de Crédito le brinda actualización de sus datos periódicamente.</p>	<p>M: NUNCA CR: CASI NUNCA A: A VECES CS: CASI SIEMPRE S: SIEMPRE</p>	/				
		Transparencia	<p>El Banco de Crédito brinda información de las actualizaciones de sus aplicaciones y banca internet para evitar fraudes cibernéticos.</p> <p>Los productos y/o servicios ofrecidos mediante la banca digital, cubren sus necesidades.</p> <p>Las plataformas digitales son utilizadas frecuentemente para sus transacciones financieras.</p>		/				
		Renovabilidad			/				
		Cloud computing	Canales de distribución			/			

	<p>Eficiencia</p> <p>Resultados</p> <p>Calidad</p> <p>Satisfacción</p>	<p>La digitalización bancaria le permite conocer más de sus relaciones que estar en el mismo local bancario.</p> <p>Los canales digitales del BCP permiten obtener soluciones inmediatas para acceder a productos y servicios.</p> <p>Las necesidades financieras a bajos costos fomenta la innovación tecnológica y optimiza la calidad financiera.</p> <p>El procesamiento financiero mejora gracias a la digitalización bancaria.</p> <p>Los canales digitales que ofrece el Banco de crédito cumplen las expectativas requeridas para conocer las operaciones financieras.</p> <p>El BCP con la garantía que ofrece en sus canales digitales, vale recomendarlo a amigos, familiares y allegados para realizar sus transacciones financieras.</p>	/		
<p>Experiencia</p> <p>Evaluación</p> <p>Confianza</p>	<p>Utilizar canales digitales seguros y óptimos mejora la experiencia en relación con el Banco y permite que sea la entidad de su preferencia.</p> <p>El Banco de Crédito brinda oportunidades relevantes en vida financiera que se adaptan a sus necesidades de manera personalizada.</p> <p>El BCP refuerza y capacita debidamente a sus clientes, fomentando la confianza en sus servicios financieros.</p> <p>El prestigio y reconocimiento de la empresa es un indicador de confianza que impulsa a cumplir siempre la banca digital.</p>	/			
<p>Firma del reportero</p> <p>6E889172</p> 	<p>Fecha 11/06/2019</p>	/			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si procede, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

Lima, 11 de Junio del 2019

Estimado Sr (a). **Dr. ALVA ARCE, ROSEL CESAR**

Aprovecho la oportunidad para saludarle y manifestarle que, teniendo en cuenta su reconocido prestigio en la docencia e investigación, he considerado pertinente solicitarle su colaboración en la validación del instrumento de obtención de datos que utilizaré en la investigación denominada: **"Digitalización bancaria y optimización de transacciones financieras de los clientes del Banco de Crédito – Habich, San Martín de Porres 2019"**

Para cumplir con lo solicitado, le adjunto a la presente la siguiente documentación:

- a) Problemas e hipótesis de investigación.
- b) Instrumentos de obtención de datos
- c) Matriz de validación de los instrumentos de obtención de datos

La solicitud consiste en evaluar cada uno de los ítems de los instrumentos e indicar decir si es adecuado o no. En este segundo caso, le agradecería nos sugiera como debe mejorarse.

Agradeciéndole de manera anticipada por su colaboración, me despido de usted,

Atentamente



.....
ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA


MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: DIGITALIZACIÓN BANCARIA Y OPTIMIZACIÓN DE TRANSACCIONES FINANCIERAS DE LOS CUENTES DEL BANCO DE CRÉDITO- HABICH, SAN MARTIN DE PORRES 2019.			
Apellidos y nombres del investigador: ROSA PAMELA GUTIERREZ ALCANTARA			
Apellidos y nombres del experto: D^x Alva Profe Rosa Cejor			
ASPECTO POR EVALUAR			
MATERIAS	EMISORES	TEM/ PREGUNTA	ESCALA
			SI CUMPLE NO CUMPLE SIEMPRE/ NUNCA

Digitalización Bancaria	Información	Direccionalidad	Los medios de comunicación que emplea el Banco de Crédito para hacer conocer sus canales digitales son adecuados y claros.	/		
		Transparencia	Los medios de difusión establecidos por el Banco permiten ingresar a sus plataformas virtuales de manera más rápida y segura.	/		
			La información y capacitación sobre el uso de los diferentes canales digitales que ofrece el Banco de Crédito es uniforme tanto de manera física y virtual.	/		
		Removibilidad	Las respuestas recibidas por el Banco de Crédito son inmediatas ante sus inquietudes.	/		
El Banco de Crédito le brinda actualización de sus datos periódicamente.	/					
Cloud computing	Canales de distribución	Los productos y/o servicios ofrecidos mediante la banca digital, cubren sus necesidades.	/			
		Las plataformas digitales son utilizadas frecuentemente para sus transacciones financieras.	/			

✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		
✓		

Omnicalidad	Comunicación	<p>Los canales digitales se encuentran coordinados entre sí, para una comunicación fluida.</p> <p>El Banco de Crédito comunica a sus clientes ante canales manuales que presentan sus plataformas digitales.</p> <p>Las variedades de canales digitales son innovadoras y así para llevar a cabo sus transacciones financieras más frecuentemente.</p> <p>El Banco de Crédito brinda a sus clientes la misma experiencia de atención mediante sus canales digitales y de forma presencial.</p>
Tecnología	Internet	<p>Los productos y servicios que ofrece el Banco de Crédito le resulta más innovador que los tradicionales.</p> <p>La Banca Internet y la APP Banca Móvil promueven la educación financiera y el reforzamiento de más intereses como cliente.</p>
Eficiencia	Web site	<p>Las plataformas digitales que emplea el Banco de Crédito son dinámicas e interactivas.</p>
Separación	Seguridad	<p>El BCP se preocupa en brindar información sobre las medidas de frente a delitos fraudulentos.</p> <p>Es consciente de las medidas de seguridad que debe adoptar para el uso adecuado de los canales digitales del Banco de Crédito.</p>
Reducción de costos	Reducción de costos	<p>Los servicios que le brinda el Banco de Crédito a través de sus plataformas digitales resultan eficiente para su utilización.</p>
Reducción de tiempo	Reducción de tiempo	<p>El uso de las plataformas digitales del Banco de Crédito para realizar transacciones le permite obtener un ahorro extra.</p> <p>La implementación de canales digitales permite realizar sus operaciones financieras en el menor tiempo posible.</p>
Optimización		

		<p>La digitalización bancaria le permite conocer más de sus clientes que estar en el mismo local bancario.</p> <p>Los canales digitales del BCP permiten obtener soluciones inmediatas para acceder a productos y servicios.</p> <p>Las necesidades financieras a bajos costos fomenta la innovación tecnológica y optimizan la calidad financiera.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> procesos financieros mejorados gracias a la digitalización bancaria.</p> <p>Los canales digitales que ofrece el Banco de crédito cumplen las expectativas requeridas para concretar las operaciones financieras.</p> <p>El BCP con la garantía que ofrece en sus canales digitales, puede recomendarlo a amigos, familiares y allegados para realizar sus transacciones financieras.</p> <p>Utilizar canales digitales seguros y rápidos mejora la experiencia en relación con el Banco y permite que sea la entidad de su preferencia.</p>	/																								
Firma del experto					Fecha 10/06/2019																						

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.



REGISTRO DE MONITOREO


Código : F02-PP-PR-02.02
Versión : 10
Fecha : 25-02-2019
Página : 1 de 1

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Escuela Profesional: ADMINISTRACIÓN
Semestre académico : 2019-II Experiencia Curricular: ASESOR ESPECIALISTA Y METODOLÓGICO
Ciclo académico : X CICLO Docente: Dr. Juan Manuel Vásquez Espinoza

- I. Unidad académica: ELABORACIÓN DEL INFORME DE TESIS Contenido programado: DIAGNOSTICO INDIVIDUAL DEL PROYECTO DE TESIS
- II. Contenido trabajado: Adecuaciones por la aprobación de contenidos requeridos para proseguir con el Informe de tesis
- III. Evaluación: Rúbrica de DPI
- IV. Observaciones e incidencias

Trabajar los contenidos de los proyectos advirtiendo al requerimiento necesario para desarrollar los proyectos de investigaciones
Específicas para sustentar su Tesis.

Nombre del evaluador: _____ Firma del evaluador: _____

Fecha: 26/11/2019 Firma del docente: 
Dr. JUAN MANUEL VÁSQUEZ ESPINOZA
CORLAU #63107363

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	--------------------------------

#0114: Creación documento (formato diferente del original) y cargarlo archivo electrónico que se encuentran fuera de la intranet UCV, tanto considerados como CORU MO COMPROBADA.