



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Herramientas Virtuales y Proceso Crediticio Frente a la Pandemia
Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana - 2021

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR:

Peña Pangalima, Nilson Omar (ORCID: 0000-0001-5896-9496)

ASESORA:

Mg. Jiménez Chinga, Regina (ORCID: 0000-0003-40480929)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN DE ORGANIZACIONES

PIURA-PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios por haberme Brindado la vida, las energías para poder culminar un objetivo más en mi vida.
A mi Madre, a mi Esposa por ayudarme y motivarme a lograr cada meta y objetivo que me he trazado.
A mi Asesora y a mis Superiores en el Trabajo por su apoyo y Comprensión.

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque es gracias a él por el que contamos con vida y salud, a pesar de momentos difíciles por los que está pasando el mundo entero. A mi Madre, a mi Esposa, gracias a su apoyo me están ayudando a culminar una de mis metas. A nuestros docentes, por los conocimientos impartidos durante estos cinco años de carrera universitaria .En especial a Mi Asesora Doctora Jiménez Chinga Regina.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1 Tipo y diseño de investigación	13
3.2 Variables y Operacionalización	13
3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis.....	14
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.5 Procedimientos:	15
3.6 Métodos de análisis de datos:.....	15
3.7 Aspectos éticos:.....	16
IV. RESULTADOS	17
V.DISCUSIÓN.....	23
VI.CONCLUSIONES	26
VII.RECOMENDACIONES	27
REFERENCIAS	28
ANEXOS	32

RESUMEN

El desarrollo de la investigación, tuvo como objetivo Establecer la Relación entre las Herramientas Virtuales y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021. Metodológicamente fue de tipo Descriptivo correlacional, diseño no experimental y transversal, abarcando una población de 1500 clientes de una Caja Municipal, siendo su muestra de 306 encuestas, los instrumentos de recolección fueron dos cuestionarios y una guía de entrevista. Entre los principales hallazgos se obtuvo La Utilización de las Herramientas Virtuales en la Institución Financiera evidencian una baja utilización de las mismas, respecto al Proceso Crediticio demuestra una utilización por encima del promedio, obteniendo una media de 2.99 considerando una escala de 1 a 5, gracias a la rapidez del servicio, pero con mucho que trabajar con respecto a la utilización de las Herramientas Virtuales en relación al Proceso Crediticio.

En general las Herramientas Virtuales no incide de forma significativa en el Proceso Crediticio, obteniendo $Rho=0.111^{**}$; $p=0.53b$, concluyendo que la mayoría de los Clientes prefieren la obtención y hacer uso de algún servicio financiero de la Institución de manera presencial, esto se explica por la baja utilización de las Herramientas Virtuales para la adquisición de algún Producto Crediticio

Palabras clave: Herramientas Virtuales, Proceso, crediticio.

ABSTRACT

The objective of the research was to establish the relationship between virtual tools and the credit process in the face of the Covid-19 pandemic in a Caja Municipal Sullana -2021. Methodologically it was a descriptive correlational type, non-experimental and transversal design, covering a population of 1500 clients of a Municipal Savings Bank, with a sample of 306 surveys, the collection instruments were two questionnaires and an interview guide. Among the main findings, the Utilization of Virtual Tools in the Financial Institution evidenced a low utilization of the same, regarding the Credit Process, it shows an above average utilization, obtaining an average of 2.99 considering a scale from 1 to 5, thanks to the speed of the service, but with much to work on regarding the utilization of the Virtual Tools in relation to the Credit Process.

In general, the Virtual Tools do not have a significant impact on the Credit Process, obtaining $Rho=0.111^{**}$; $p=0.53b$, concluding that most of the Clients prefer to obtain and make use of some financial service of the Institution in person, this is explained by the low use of the Virtual Tools for the acquisition of some Credit Product.

Key words: Virtual Tools, Process, credit.

I. INTRODUCCIÓN

Una de las principales transformaciones Utilizadas a nivel Mundial ha sido el desarrollo pleno de las Herramientas virtuales, frente a la pandemia la cual ha generado que se empiece a utilizar por parte de consumidores las distintas herramientas existentes para poder realizar compras o adquirir algún tipo de servicio en este caso según el tipo de estudio de una entidad financiera como créditos, depósito de ahorros, retiro, pagos por consumo.

Cabe resaltar, que el internet es una herramienta tecnológica, es un instrumento de tecnología, que nos ayuda a mantenernos comunicados a pesar de las distancias; Ruiz, (2012) indica que Las Entidades Financieras se han dado cuenta de la necesidad de innovar en herramientas digitales y han hecho uso de distintas Instrumentos para poder llegar a su clientela de una manera rápida y oportuna. Las Entidades Financieras tratan de que la experiencia de los clientes sea dinámica y fácil, totalmente opuesto a los procesos que generaban demora al realizar los trámites cotidianos como retirar dinero.

Según Barrientos (2017) menciona que el impacto de hacer uso de las herramientas digitales en las entidades financieras permite a alcanzar los objetivos planteados, Gracias al Internet logra alcanzar resultados de compra y venta, al mismo tiempo que permite a la empresa tener una amplia visión de las demandas para poder ofrecer sus productos en tiempo real.

Según Un estudio realizado de índice de madurez digital (DMI) en el País por Escudero, F. (2021) indica que han realizado la investigación en las organizaciones del Perú, con el fin de lograr una percepción sobre el índice de transición logrado en las compañías. Existen compañías en sectores, con un DMI<50 incipiente, DMI 50-80 encaminado, DMI>80 avanzado dando los siguientes resultados: el 27 % de las organizaciones están en un índice de incipiente lo que significa que aún no ponen en marcha la aplicación de herramientas digitales, el 73 % de las empresas se encuentran encaminadas.

Los mercados existentes supieron amoldar pudieron adaptarse con relativo éxito a los grandes cambios ocasionados por covid-19, lo cual según su desarrollo

de herramientas digitales fue un punto clave para obtener ventajas competitivas en el mercado.

El mercado Financiero obtuvo un mayor grado de desarrollo de herramientas digitales con un 73.01 % de indicador de madurez digital según Consulting Associate Partner, EY Cabe indicar que estos resultados van de la mano con el desarrollo puesto en marcha de las herramientas digitales antes de la pandemia. Dicho sector fue uno de los pioneros en desarrollar herramientas virtuales, ya que su clientela estaba enfocada en desarrollarse en un ámbito virtual, por ende se tenía que desarrollar en dicho ámbito (Escudero, F. 2021)

Estamos ante una oportunidad de realizar un análisis del impacto que genera el uso de herramientas digitales en el proceso crediticio en las Instituciones Financieras la cual es en donde se centrara el proyecto con el propósito de innovar en herramientas digitales, preparar a los colaboradores , para brindar pautas a los clientes de su uso para generar una experiencia satisfactoria por parte de los usuarios y de esta forma llegar a ellos de una forma rápida, sencilla y oportuna generando ventajas competitivas en el sector financiero. Por otro lado, los clientes y su manera de actuar para la elección de un producto o servicio ha cambiado, evolucionado según las actualizaciones existentes el cliente, elige la manera en que desea adquirir un producto, debido a la tecnología el cliente tiene a la mano los diferentes productos lo cual lo ayuda a comparar entre uno y otro. Las Herramientas digitales ayudan a la empresa a llegar a los clientes para mostrar sus productos de una forma transparente, fácil y con la rapidez que lo amerita, generando un impacto positivo en la organización en este caso en Una Entidad Financiera en procesos crediticios. De ahí que la pregunta de investigación se plantea de la siguiente manera. ¿Cuál es la relación de las Herramientas Virtuales en el Proceso Crediticio Frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana -2021?

De igual forma esta investigación se justifica por conveniencia ya que, da a conocer el uso de las herramientas virtuales en el Proceso Crediticio de las Entidades Financieras, lo que se desea lograr es generar planes de mejora con el propósito de ofrecer un mejor servicio, fácil y acorde a las necesidades del cliente.

Así mismo en relevancia social Da a conocer las distintas herramientas digitales aplicadas en el mercado para obtener un servicio A1 en el proceso crediticio , sin la presencia de cliente en oficinas, obteniendo menor grado de asistencia de clientes en oficinas ,Sin olvidar su valor teórico, el presente estudio permite brindar información de material examinado mediante la recopilación de datos y saber el impacto que genera en el proceso crediticio para poder realizar planes de mejora con respecto a herramientas digitales ,además de ampliar el conocimiento sobre las variables de estudio. Esta investigación podrá ser aplicada para mejorar y generar un impacto positivo con respecto a las herramientas virtuales en el proceso crediticio.

Dicha investigación es viable de realizar, el cual ayudara en gran manera a mejorar los procesos crediticios de las Entidades Financieras frente a la pandemia covid 19 mediante el uso de herramientas virtuales. Se establecen como Como Objetivo General: Establecer la Relación entre las Herramientas Virtuales y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal y como objetivos específicos tenemos:1) Determinar la relación de la Banca Móvil en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana -2021.2) Determinar la relación de la Banca por Internet en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana -2021. 3) Determinar la relación de la Billetera Móvil en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana -2021. Y de estos Objetivos encontramos las siguientes Hipótesis General, Existe Relación entre las Herramientas Virtuales y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021. Por ende sus Hipótesis Especificas son 1) Existe una relación entre la banca móvil y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021. 2) Existe una relación entre la Banca por Internet y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021. 3) Existe una relación entre la Billetera Móvil y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021

II. MARCO TEÓRICO

Lo que caracteriza esta nueva modalidad es la proximidad y, por tanto, el contacto personal directo con el público empresarial.

Sacando provecho de este nuevo giro de contacto con los clientes, la gran parte de las empresas se han digitalizado con la intención de tratar a los clientes de una manera oportuna y más de cerca que antes, innovando en este nuevo canal.

En contraste con la tecnología del ayer con respecto a la forma de comunicarse haciendo uso del internet, las redes sociales manejan la manera en que esta se desarrolla a través de un ámbito online. (Yates; Paquette, 2011).

Se han recabado antecedentes Internacionales y Nacionales, así como conceptos de las Variables en estudio:

Prieto, C. D., & Sánchez, J. N. G. (2014). Herramientas virtuales en el envejecimiento activo. *International Journal of Developmental and Educational Psychology Revista INFAD de psicología*, 4(1), 355–362.

El fin de este Estudio es analizar y obtener un resultado acerca de herramientas virtuales 2.0 designadas al trabajo con personas de mayor edad. En esta Investigación se ha aplicado la metodología Descriptiva, se ha aplicado la búsqueda de herramientas en la web 2.0 mediante el buscador Google, analizando de una manera profunda aquellas herramientas que están siendo implementadas, obteniendo como resultado 247 enlaces , obteniendo como resultado la clasificación de 8 herramientas virtuales empleadas en las personas de mayor edad como redes sociales, recursos multimedia, wikis, blog entre otros de igual forma se analizara las causas de poco apego de las herramientas. En conclusión se ha logrado la obtención de la utilización de herramientas de la web 2.0 destinadas a las personas de mayor edad, así mismo para futuras investigaciones se profundizara en el análisis de la brecha existente en el uso de las herramientas web 2.0 en las personas mayores.

Ruiz Iniesta, C. (2012). El uso de las herramientas digitales por parte de los bancos. El caso de la imagen en Internet de Banco Santander y BBVA en época de crisis. *Revista internacional de relaciones públicas*, 2(4(jul-dic)), 51–72.

El presente estudio tiene como objetivo hacer ver el uso que realizan las entidades financieras principales en España de la web 2.0 para la comunicación con sus clientes para determinar cuál es la imagen que pretenden transmitir para afianzar la comunicación con los mismos. El tipo de investigación es Descriptiva, se analizará las páginas oficiales, redes sociales, twitter, blogs corporativos a través de una ficha técnica con los datos estudiados de cada herramienta, obteniendo resultados en los que se puede trabajar para fortalecer la imagen de las entidades en el internet. En conclusión las publicaciones que tratan sobre temas corporativos atraen menos a los cliente que aquellas publicaciones sobre sorteos, premios, hay que trabajar para mejorar la perspectiva de los mismos sin alterar el sentido de calma en esta época de crisis.

Avendaño, O. (2018) Los retos de la banca digital en México. Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C, 12 (41), 5-21

Esta investigación tiene como objetivo analizar el desarrollo con respecto al servicio bancario a través de avances en la tecnología, y detectar áreas de mejora para poder ofrecer un gran servicio, hay que regular en empresas el fintech, previo a esta digitalización hay que realizar la supervisión por parte de las autoridades pertinentes sobre la protección al consumidor. Se ha utilizado una metodología de investigación Explicativa, analizando la evolución de la banca, las fintech y los Bancos y su impacto en el usuario. La conclusión a la que se llega es que aun la gran parte de las entidades Financieras , no están respondiendo adecuadamente ante la llegada de estas empresas de tecnología financiera, es necesario que México se encuentre a la vanguardia para poder ofrecer un gran servicio.

Alvarado, H. (2015) El control interno y su incidencia en el proceso crediticio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo durante el período 2015 - 2016. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.

El objetivo de este estudio es analizar las dos variables del control interno, que son parte básica del desarrollo y crecimiento de una entidad, buscando las mejores alternativas de cumplimiento y evaluación para establecer y cumplir lineamientos, además el Proceso Crediticio el cual es la actividad principal de la entidad Financiera, responsable de los ingresos y la solvencia de la misma. La metodología a desarrollar es correlacional la cual ayudara a relacionar las variables de estudio .comprende al enfoque e investigación aplicada, se determina la población, muestra con sus respectivas técnicas e instrumentos .Se utiliza check list para el desarrollo del proceso crediticio en la entidad, para poder ver que es lo que se está cumpliendo con respecto al procedimiento crediticio, según estos resultados se desarrolla planes de acción para aplicar en la entidad para que los índices de morosidad sean menos En Conclusión hay que recordar que un buen control interno conlleva consigo buenos resultados en la organización, en la entidad se pudo observar que hay varios puntos de mejora que influyen directamente en el proceso crediticio.

Mendoza, J. (2021). Mejora del proceso crediticio aplicando la metodología PHVA en la CMAC Paita, Universidad de Piura, Piura, Perú.

El Objetivo del presente estudio es plantear e implementar mejoras en la entidad financiera, específicamente en las unidades de negocios, riesgos, operaciones, recuperaciones. Optimizando los procesos crediticios desde la etapa de Promoción hasta la etapa de Recuperación crediticia. La vigente tesis tiene una metodología explicativa utilizando ciclo de mejora de Edward Deming "Ciclo de mejora continua", las técnicas empleadas para el desarrollo del ciclo de mejora continua, se obtienen de cuatro fases: detección , precisión de los problemas; diagnóstico y estudio de la problemática ; definir e implantar la solución al problema y monitorización. Estas fases pueden ser empleadas indistintamente en cualquier momento del ciclo de mejora continua. En conclusión La puesta en marcha de mejora continua dio como resultado ser más eficaces y eficientes por parte de las áreas involucradas en el Proceso Crediticio,

optimizando los recursos mal administrados que conllevaban a una mala gestión del tiempo.

Flores, L. (2017) Análisis del riesgo crediticio como parte de la tecnología de créditos de la Caja municipal de Arequipa, Agencia Puno. Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.

El informe tiene como objetivo estudiar el riesgo crediticio para la obtención de créditos. La metodología es Aplicada se basa en los ratios financieros, Balance comparativo entre 2 años consecutivos. Los principales diagnósticos apreciados en la investigación es que se debe reforzar la determinación de capacidad de pago según inversión, mercado existente, aplicando hipotecas según los requiera , en el 2009 la agencia Puno obtuvo una gran concentración de clientes en riesgo de morosidad, En Conclusión el análisis de la empresa refleja que tiene la capacidad para cubrir sus responsabilidades, ya que cuenta con un capital positivo y por ende un patrimonio favorable, cabe resaltar que utilizar herramientas digitales en el proceso crediticio, no afecta el riesgo en el otorgamiento del mismo.

Toledo, E. (Noviembre, 2009). Diagnóstico del sector de la micro y pequeña empresa y su tecnología crediticia. Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, 4(8) ,1-11.

El trabajo de estudio tiene como fin mostrar como el financiamiento de las pequeñas y micro empresas en el País ha surgido de forma ascendente y gradual, las entidades financieras han centrado su interés en aquel sector que surge de manera gradual haciendo uso del know how de Herramientas tecnológicas, buscan la inclusión financiera en aquellos sectores informales de ingresos por debajo del promedio, para de esta forma se desarrollen su comercios y por consiguiente mejorar su estatus ,será una investigación aplicada en donde se estudiara a nivel macro y micro entorno , así mismo se estudiara la evolución de la tecnología crediticia , teniendo en cuenta que el factor clave será la capacidad y voluntad de pago para la obtención de algún producto financiero.

En Conclusión el sector informal abarca la mayor parte del mercado, se tiene que utilizar la tecnología crediticia como herramienta para bancarizar y mejorar su estatus.

Arteaga Poccori, V., & Choquehuanca Catari, N. (2017). Los factores perceptuales y su relación con la utilización del servicio de banca móvil en Arequipa Metropolitana - 2016. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.

El presente Estudio determina la relación entre el uso de los servicios de la Banca Móvil y los factores perceptuales. El tipo de investigación es Descriptiva y correlacional con un enfoque cuantitativo, se aplicó una encuesta a 384 clientes pertenecientes al sistema Financiero, obteniendo como resultado una relación positiva entre la utilidad percibida y la intención de uso de $0.62 > 0$, lo que concluye en un 38.7% de relación entre los elementos, la dimensión facilidad de uso percibida con la intención de uso de 0.699 representando un 48.86%, con respecto a la compatibilidad con el estilo de vida tiene relación en la intención de la herramienta digital en $0.768 > 0$, lo que representa un 38.94 %. En conclusión se recomienda a los directivos de las entidades Financieras priorizar el desarrollo de estrategias para dar a conocer su uso de la herramienta a sus clientes.

Gonzales Hernández, A. K. (2017). El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales Bancos del Perú. Universidad San Ignacio de Loyola.

El presente estudio tiene como objetivo el desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes .La incorporación de tecnología al sistema bancario da como resultado un nuevo canal de atención denominado banca electrónica en donde los usuarios pueden realizar cualquier transacción bancaria desde una computadora o celular. El tipo de Investigación es Explicativa con un Diseño de Investigación No Experimental Transversal Se utilizó un cuestionario a 385 clientes obteniendo que solo el 48% de los clientes consultados han hecho uso de los servicios electrónicos de la banca, y de esa proporción 41% define su frecuencia de uso como "Rara vez", ante estos resultados podemos inferir que aún no se ha logrado la aceptación necesaria por parte de los clientes. Se observa que del total de clientes que utiliza la banca es de 42% de los

encuestados, el 36% de los usuarios indica utilizar la banca por internet a veces y solo el 22% de los mismos tiene el hábito de utilizar dicho servicio generalmente. En Conclusión Una de las principales razones por la que la cultura de la banca tradicional se encuentra tan posicionada es porque las personas prefieren un trato personalizado ya que sienten mayor seguridad

Florez Luque, L., Medel Del Carpio, B., Samanamud Malca, S., & Yagui Garrido, A. R. (2017). Investigación de la viabilidad del uso de billetera móvil como medio para realizar transacciones con dinero electrónico en San Juan de Lurigancho. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

El objetivo Principal del Presente estudio es estimar la disposición del mercado con respecto al uso de la billetera móvil, el estudio está desarrollado en una investigación exploratoria y descriptiva, desarrollándose una encuesta al público objetivo de 400 personas , estas analizaron el comportamiento de los clientes potenciales y su apreciación sobre el uso de la billetera móvil obteniendo como resultado que el 72 % de los encuestados cuentan con una cuenta bancaria , sin embargo el 28 % indica que cuenta con conocimiento promedio de todos los servicios ofrecidos, un 20 % indica que cuenta con poco conocimiento, con respecto a la disposición de realizar compras por internet utilizando la billetera móvil se considera que el 39.5% de los encuestados considera nada importante , el 26.8 % considera que es poco importante , y el 10.8 % considera que es muy importante el uso de la billetera móvil en las compras por internet con respecto a las transacciones el 8.8 % considera que es nada seguro el 30.5% se siente indiferente el 17 % indica que es muy importante el uso de la herramienta para realizar transacciones con dinero electrónico desde el celular. En conclusión en el Perú, existe una gran oportunidad de mercado enrollar sus actividades utilizando una billetera móvil en especial en usuarios jóvenes. Así mismo hemos considerado bases teóricas de las variables de estudio Herramientas Virtuales y Proceso Crediticio

Se refieren a herramientas digitales como aquel software que se puede instalar en dispositivos tecnológicos inteligentes para de esta forma hacer más sencilla el desarrollo de tareas cotidianas (Alegsa, 2014).López (2001) indica que Las

entidades bancarias emplean internet como un canal alternativo que comercializan en sucursales tradicionales

“Es todo software que puede ser utilizado en cualquier dispositivo electrónico, que permita facilitar las actividades del hombre con la tecnología” (Alegsa, 2014)

Herramienta Según Alegsa (2010), define herramientas como “Subprograma o módulo encargado de funciones específicas y afines entre sí para realizar una tarea. Una aplicación o programa puede contar con múltiples herramientas a su disposición.” (p.1).

Se define entonces que herramienta es un subprograma que tiene como objetivo realizar funciones específicas afines entre sí.

De acuerdo a esta definición podemos concluir que herramientas es un mecanismo de apoyo para elaborar una tarea , es un medio creado con el objetivo de hacer más fácil el desarrollo de ciertas actividades , además de con esto lograr una eficiencia en nuestro negocio para poder llegar a clientes potenciales .

Gómez (2008), indica que el uso a través de herramientas digitales ha sido mayor en comparación a los años pasados .El uso continuo de herramientas digitales por parte de los clientes como Banca por Internet, agentes, Banca Móvil entre otras comienza a consolidarse,

Según Muñoz (2008) señala que las Herramientas Virtuales en las Entidades son Billetera Móvil, Banca Móvil y Banca por Internet entre otras. Entre las dimensiones nos indica que

Banca móvil:

Es una aplicación informática diseñada para funcionar en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles, permitiendo a los usuarios realizar tareas específicas de cualquier tipo para facilitar la ejecución de trámites y actividades.

La banca móvil es un sistema electrónico que proporciona la mayoría de los servicios básicos disponibles en la banca diaria tradicional, pero utiliza un dispositivo de comunicación móvil, casi siempre es un celular inteligente

Permitiendo que los clientes interactúen con el comportamiento del producto de forma autónoma, independiente, segura y rápida a través de la Banca.

Banca por internet:

Es una herramienta puesta a disposición de los clientes para realizar operaciones financieras utilizando el navegador para su acceso , en ella podremos encontrar los diferentes productos y servicios ofrecidos en una oficina de manera presencial , tales como asesorías , transferencias pagos de servicios entre otros .

Billetera Móvil:

Es un servicio puesto a disposición de los clientes de la entidad, la cual permite recargar o depositar dinero en su móvil, haciendo uso del mismo como pago en efectivo, transferencias como Yape.

Cajero automático:

Es una Herramienta la cual se utiliza para recojo y depósito de dinero de manera presencial mediante la tarjeta débito o crédito, sin necesitar a algún personal de la entidad financiera

VARIABLE PROCESO CREDITICIO

DEFINICION

Es un conjunto de principios, procedimientos, políticas, normas y técnicas desarrolladas por las instituciones que atienden el mercado financiero de la microempresa, Enfocándose en la rapidez en el servicio, accesibilidad del crédito o y la metodología para brindar un producto o servicio (Ed pyme Raíz, 2012)

Indica que son muchos los factores por los cuales se permite la accesibilidad crediticia, además que esto conlleva a la utilización de una metodología aplicada tradicionalmente por un analista de créditos, el servicio debe ser dado de una forma rápida y oportuna (CAC San Viator, 2012).

Accesibilidad Crediticia

Es un punto primordial para la atención de los clientes, la accesibilidad recae en el comportamiento del mercado en donde se desarrollan, lo que les facilita el acceso a los productos crediticios existentes en las entidades financieras, previo acceso por parte de la entidad a información necesaria con respecto a su actividad económica. (Ed pyme Raíz, 2012)

Rapidez en el servicio

Como bien sabemos actualmente es muy apreciada la rapidez con la que le atiende a un cliente, ya que esto habla muy bien de la entidad financiera, De ser que la respuesta sea positiva o negativa en la obtención de algún producto crediticio debe ser dada en un tiempo prudente y razonable. (Ed pyme Raíz, 2012)

Metodología crediticia.

Con respecto a la metodología crediticia, se encuentra bajo responsabilidad de un Asesor de Créditos, el cual previa evaluación mediante el score de cliente, referencias laborales, información obtenida por parte de cliente determina la capacidad y voluntad del pago para poder cumplir con sus futuras responsabilidades al pactar el uso y aceptación de un producto de la entidad. (Ed pyme Raíz, 2012)

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

TIPO DE INVESTIGACION:

Descriptivo correlacional, ya que existen dos variables y lo que se busca es Describir la relación que existe entre ellas.

DISEÑO DE INVESTIGACIÓN:

El diseño de Investigación es no experimental transversal, para Hernández (2003), lo explica como la investigación que se desarrollara sin manipular deliberadamente las variables de estudio.

3.2 Variables y Operacionalización

Herramientas virtuales; se refieren a herramientas digitales como aquel software que se puede instalar en dispositivos tecnológicos inteligentes para de esta forma hacer más sencilla el desarrollo de tareas cotidianas. (Alegsa, 2014)

Clasificación de Herramientas Virtuales en las Entidades Banca Móvil, Banca por Internet, Billetera Móvil. (Muñoz, 2008)

Tenemos que su definición Operacional está referido a las distintas herramientas utilizadas en las entidades financieras mediante el uso de encuestas, entre sus dimensiones a estudiar tenemos software de Banca Móvil, software de Banca por internet y software de Billetera Móvil con sus respectivos indicadores ,Nivel de Uso de herramienta, Procesos realizados en la herramienta obteniendo una escala ordinal.

Impacto en el proceso crediticio; Es un conjunto de principios, procedimientos, políticas, normas y técnicas desarrolladas por las instituciones que atienden el mercado financiero de la microempresa, enfocándose en la rapidez en el servicio, accesibilidad del crédito o y la metodología para brindar un producto o servicio (Ed pyme Raíz, 2012)

Su definición Operacional, está referido a los Procesos crediticios existentes y sus implicancias la cual serán medidas utilizando la Técnica de entrevista.

Entre sus Dimensiones a estudiar tenemos a Accesibilidad al Crédito con sus indicadores Aprobación o Desaprobación de Crédito solicitado; Rapidez en el Servicio con sus indicadores, Tiempo de aprobación de crédito y Metodología de créditos con sus Indicadores, Diferentes Opciones para adquirir un producto o servicio (Acercándose a Oficina, Mediante plataforma web).

3.3 Población, muestra, muestreo y unidad de análisis

POBLACIÓN

Para el Presente Estudio estará constituido por conveniencia del investigador se considerara a los clientes de Caja Sullana, de la ciudad de Sullana, para efecto Mi investigación estará constituida por una población de 1,500 Clientes aproximadamente del sector de créditos, que se encuentran en las edades de 18 a 60 años, los clientes serán tanto hombres como mujeres de Caja Sullana.

MUESTREO:

Se ha utilizado un muestreo aleatorio Simple, donde cada individuo tiene la posibilidad de ser tomado como un individuo de estudio.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

TECNICAS:

Es el uso de diversos procedimientos utilizados para buscar información útil para la evaluación y recopilar datos relevantes para responder a la pregunta de la evaluación identificada. García (2011), en la presente investigación se utilizara el uso de Encuesta como técnica y cuestionario como instrumento y la entrevista como Técnica y guía de entrevista como instrumento.

Se puede definir la encuesta, siguiendo a García Ferrando¹, como «una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación

mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características».

Con respecto a los Instrumentos se utilizara cuestionario y guía de entrevista

Cuestionario:

Se aplicara una escala de Likert de 5 puntos con 20 ítems Los 5 puntos de opciones según cada ítems son N: Nunca CN: Casi Nunca O: Ocasionalmente S: Siempre TD: Todos los días. Anexo 2

Guía de Entrevista:

Se Aplicaran preguntas tales como Grado de Accesibilidad al crédito, Cuanto tiempo conlleva la aprobación del producto a adquirir, En que formato de atención al cliente es más recurrente tener solicitudes de adquisición de productos y servicios.

3.5 Procedimientos:

Se sacaron aleatoriamente 350 cliente teniendo la posibilidad existente de que algún cliente no lo desarrolle nos quedamos con 306 clientes, este Cuestionario se enviara de manera virtual a través de correo electrónico y de manera presencial a clientes que visiten Oficina.

Para la Recolección de la Información de antemano se pidió permiso a la Institución para poder realizar los cuestionarios y entrevista a los clientes y Gerente de Tienda respectivamente, una vez teniendo la respuesta favorable se procederá a desarrollar los Instrumentos antes mencionados para poder resolver el Objetivo de esta Investigación.

3.6 Métodos de análisis de datos:

Utilizaremos Microsoft Exel para organizar y graficar los datos resultantes del Cuestionario, con el resultante de los datos obtenidos se transcribirán en el

programa estadístico SPSS el cual permitirá la interpretación de los datos promedios.

3.7 Aspectos éticos:

El Proyecto de Investigación tendrá sustento ético según el código de ética capítulo 10 de Códigos de Licenciados en Administración con sus siglas CORLAD el cual menciona en su Art. 10.- Toda opinión, informe, certificación o dictamen verbal o escrito que emita el Licenciado en Administración, deberá contener la expresión de su juicio fundado en elementos objetivos, sin ocultar o desvirtuar los hechos, para no inducir a error, sustentándose en las declaraciones oficiales del Colegio de Licenciados en Administración.

Art. 14.- Son actos contrarios a la ética profesional e incompatible con el comportamiento digno y honorable de los miembros del Colegio de Licenciados en Administración lo siguiente; Atribuirse o adjudicarse ideas o documentos técnicos de los que no se es autor.

En tal sentido la presente Investigación siguiendo el artículo 14 ha dado sus opiniones, conclusiones del problema sin copiar de otras investigaciones que falten a la ética antes mencionada en el presente artículo.

IV. RESULTADOS

4.1 Cuestionario

1.1. Relación entre la Banca móvil y el Proceso crediticio

Tabla 1 La Banca móvil en relación al Proceso crediticio

Banca móvil	Proceso crediticio							
	casi nunca		ocasionalmente		casi siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Nunca	42	14%	64	21%	0	0%	106	35%
casi nunca	33	11%	15	5%	63	21%	111	36%
ocasionalmente	0	0%	81	26%	2	1%	83	27%
casi siempre	0	0%	0	0%	6	2%	6	2%
Total	75	25%	160	52%	71	23%	306	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes

La tabla anterior relaciona la dimensión banca móvil con el proceso crediticio, los resultados evidencian una baja utilización de la banca móvil de parte de los clientes de la institución financiera, tal como se aprecia en los porcentajes de nunca (35%), casi nunca (36%) y ocasionalmente (27%), lo que se refleja en los clientes que casi nunca (25) y ocasionalmente (52%) accedieron a un proceso crediticio. El estudio también muestra que las personas que casi siempre accedieron a un proceso crediticio representan el 23%

Contrastación de la hipótesis específica 1: Existe una relación significativa entre la banca móvil y el proceso crediticio.

Tabla 1: Correlación entre la banca móvil y el proceso crediticio

	Spearman	Proceso crediticio
Banca móvil	R	,317**
	Sig.	,000
	N	306

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes

El análisis de correlación evidencia que la banca móvil se relaciona en forma significativa con el proceso crediticio, lo que conduce a aceptar la hipótesis

específica 1. La correlación es de signo positivo lo que muestra que a mayor utilización de la banca móvil mayor es el acceso al proceso crediticio.

1.2. Relación entre la Banca por internet y el Proceso crediticio

Tabla 3 La Banca por internet en relación al Proceso crediticio

Banca por internet	Proceso crediticio						Total	
	casi nunca		ocasionalmente		casi siempre		f	%
	f	%	f	%	f	%		
casi nunca	33	11%	66	22%	63	21%	162	53%
ocasionalmente	42	14%	94	31%	8	3%	144	47%
casi siempre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	75	25%	160	52%	71	23%	306	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a las personas que trabajan en la empresa

Los resultados del estudio que muestra la tabla anterior muestran la relación entre la banca por internet y el proceso crediticio de la institución financiera de estudio, tal como se aprecia existe una baja utilización de la banca por internet, con porcentajes altos en casi nunca (53%) y ocasionalmente (47%), en contraste con los porcentajes más dispersos del acceso al proceso crediticio, como casi nunca (25%, ocasionalmente (52%) y casi siempre (23%).

Contrastación de la hipótesis específica 2: Existe una relación significativa entre la banca móvil y el proceso crediticio.

Tabla 2: Correlación entre la Banca por internet y el proceso crediticio

	Spearman	Proceso crediticio
Banca por internet	R	-,303**
	Sig.	,000
	N	306

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a clientes

El análisis de correlación indica que la banca por internet se relaciona de manera significativa con el proceso crediticio; este resultado aporta certeza suficiente para aceptar la hipótesis específica 2. El signo negativo de la correlación, indica que a mayor utilización de la banca por internet, menor es la

accesibilidad al proceso crediticio. Esto puede explicarse por la baja utilización de las herramientas virtuales, ya que casi la mitad de clientes prefiere ir personalmente para iniciar el proceso crediticio.

1.3. Relación entre la Billetera virtual y el Proceso crediticio

Tabla 3: La billetera virtual en relación al proceso crediticio

Billetera virtual	Proceso crediticio							
	casi nunca		ocasionalmente		casi siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
casi nunca	75	25%	120	39%	68	22%	263	86%
ocasionalmente	0	0%	40	13%	3	1%	43	14%
casi siempre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	75	25%	160	52%	71	23%	306	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a las personas que trabajan en la empresa

La investigación arrojó los resultados mostrados en la tabla anterior, en este caso el uso de la billetera virtual es aún menor al resultado obtenido en las dos modalidades anteriores de banca móvil y banca por internet, pues el mayor porcentaje de uso de billetera virtual está en casi nunca (86%), según las respuestas de los clientes. Lo cual no evidencia alguna relación con los datos obtenidos de la variable proceso crediticio, donde los porcentajes más dispersos del acceso al proceso crediticio, como casi nunca (25%, ocasionalmente (52%) y casi siempre (23%).

Contrastación de la hipótesis específica 3: Existe una relación significativa entre la billetera virtual y el proceso crediticio

Tabla 4: Correlación entre la billetera virtual y el proceso crediticio

	Spearman	Proceso crediticio
Billetera virtual	R	,051
	Sig.	,378
	N	306

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a las personas que trabajan en la empresa

El análisis de correlación indica que la billetera virtual no se relaciona en forma significativa con el proceso crediticio, lo que conduce a rechazar la hipótesis específica 3 de la investigación. Esto se explica por la poca utilización de la billetera virtual y además porque esta herramienta se utiliza principalmente para recibir dinero y/o para pagos. No tiene relación con el acceso al proceso crediticio.

1.4. Relación entre Las herramientas virtuales y el proceso crediticio

Antes de explicar la relación entre las variables de estudio se realizará un análisis de cada variable, para ello se muestran las siguientes tablas

Tabla 7: Análisis de la utilización de herramientas virtuales

	Media	Desv. Desviación
Banca Móvil	2,14	0,835
Banca por internet	2,47	0,500
Billetera Virtual	1,96	0,348
Herramienta Virtual	2,16	0,370

Fuente: Cuestionario aplicado a las personas que trabajan en la empresa

La tabla anterior muestra cómo se está desarrollando la aplicación de las herramientas virtuales en la institución financiera motivo de estudio. Los resultados evidencian una baja utilización de estas herramientas, obteniendo una media de 2,16 de una escala de 1 a 5; resultado de la baja utilización de la banca móvil (2,14), banca por internet (2,47) y Billetera virtual (1,96)

Tabla 8: Análisis del acceso al proceso crediticio

	Media	Desv. Desviación
Accesibilidad a un producto crediticio	2,96	0,712
Rapidez del servicio	3,49	0,501
Usa herramientas virtuales para crédito	2,46	0,802
Proceso crediticio	2,99	0,692

Fuente: Cuestionario aplicado a las personas que trabajan en la empresa

Respecto al acceso al proceso crediticio, la tabla anterior muestra cómo se está desarrollando el acceso al proceso crediticio en la institución financiera motivo de estudio. Los resultados evidencian un nivel medio, obteniendo un resultado de 2,99, considerando una escala de 1 a 5, está un poquito por encima del promedio, principalmente por la rapidez del servicio, aunque debe mejorar la aplicación de las herramientas virtuales en el proceso crediticio.

En cuanto a la relación entre las variables de estudio:

Tabla 9: Las herramientas virtuales en relación al proceso crediticio

Herramientas virtuales	Proceso crediticio							
	casi nunca		ocasionalmente		casi siempre		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
casi nunca	75	25%	118	39%	63	21%	256	84%
ocasionalmente	0	0%	42	14%	8	3%	50	16%
casi siempre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	75	25%	160	52%	71	23%	306	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a las personas que trabajan en la empresa

Analizando de manera general las variables, la investigación arrojó los resultados mostrados en la tabla anterior, en este caso el uso de las herramientas virtuales es muy bajo en los clientes de la institución financiera objeto de estudio, pues el mayor porcentaje de uso de herramientas virtuales está en casi nunca (84%), según las respuestas de los clientes. Lo cual no evidencia alguna relación con los datos obtenidos de la variable proceso crediticio, donde los porcentajes más dispersos del acceso al proceso crediticio, como casi nunca (25%), ocasionalmente (52%) y casi siempre (23%).

Contrastación de la hipótesis general: Existe una relación significativa entre el las herramientas virtuales y el proceso crediticio.

Tabla 105: Correlación entre herramientas virtuales y proceso crediticio

Spearman		Proceso crediticio
Herramientas virtuales	R	,111**
	Sig.	,053
	N	306

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Cuestionario aplicado a las personas que trabajan en la empresa

Los resultados del análisis de correlación indican que las herramientas virtuales no se relacionan de manera significativa con el proceso crediticio, lo que conduce a rechazar la hipótesis general de la investigación. Esto se explica por la poca utilización las herramientas virtuales, que a pesar de haber aumentado su utilización en diferentes servicios de la institución financiera, los clientes aún no la están utilizando para el proceso crediticio, lo cual es una debilidad que debe corregirse

V.DISCUSIÓN

En este acápite analizaremos los resultados obtenidos a través de la aplicación de instrumentos tales como Cuestionario y guía de entrevista, los cuales permitieron medir las variables de herramientas Virtuales y Proceso Crediticio, contrastando los resultados con otros estudios realizados.

El primer Objetivo Especifico es Determinar el impacto de la Banca Móvil en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Según Arteaga Poccoiri, V., & Choquehuanca Catari, N. (2017) en su estudio obtienen como resultado una relación positiva entre la utilidad percibida y la intención de uso de $0.62 > 0$, lo que concluye en un 38.7% de relación entre los elementos, la dimensión facilidad de uso percibida con la intención de uso de 0.699 representando un 48.86%, es decir que no logran aun un impacto considerable con respecto al uso de la herramienta Banca móvil

Mientras que los resultados obtenidos en nuestro Estudio evidencian una baja utilización de la banca móvil de parte de los clientes de la institución financiera, tal como se aprecia en los porcentajes de nunca (35%), casi nunca (36%) y ocasionalmente (27%), lo que se refleja en los clientes que casi nunca (25) y ocasionalmente (52%) accedieron a un proceso crediticio.

Desde un alcance Comparativo ambos estudios concluyen que aún no se logra el porcentaje adecuado de la utilización de la herramienta virtual Banca móvil pese a la intención de uso de los clientes

En contraste con la Hipótesis Especifica el análisis de correlación evidencia que la banca móvil se relaciona en forma significativa con el proceso crediticio, lo que conduce a aceptar la hipótesis específica 1. La correlación es de signo positivo lo que muestra que a mayor utilización de la banca móvil mayor es el acceso al proceso crediticio.

El segundo Objetivo Especifico es Determinar el Impacto de la Banca por Internet en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal.

Por su parte Gonzales Hernández, A. K. (2017). En su estudio menciona que solo el 48% de los clientes consultados han hecho uso de los servicios electrónicos de la banca, y de esa proporción 41% define su frecuencia de uso como "Rara vez", ante estos resultados podemos inferir que aún no se ha logrado la aceptación necesaria por parte de los clientes. Se observa que del total de clientes que utiliza la banca es de 42% de los encuestados, el 36% de los usuarios indica utilizar la banca por internet a veces y solo el 22% de los mismos tiene el hábito de utilizar dicho servicio generalmente

Mientras que en nuestro estudio se aprecia existe una baja utilización de la banca por internet, con porcentaje altos en casi nunca (53%) y ocasionalmente (47%), en contraste con los porcentajes más dispersos del acceso al proceso crediticio, como casi nunca (25%, ocasionalmente (52%) y casi siempre (23%).

El análisis de correlación indica que la banca por internet se relaciona de manera significativa con el proceso crediticio; obteniendo un $R = -.303$ este resultado aporta certeza suficiente para aceptar la hipótesis específica 2, Existe una relación significativa entre la banca móvil y el proceso crediticio.

El signo negativo de la correlación, indica que a mayor utilización de la banca por internet, menor es la accesibilidad al proceso crediticio. Esto puede explicarse por la baja utilización de las herramientas virtuales, ya que casi la mitad de clientes prefiere ir personalmente para iniciar el proceso crediticio.

El tercer Objetivo Especifico es el de Determinar el impacto de la Billetera Móvil en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal.

Según Florez Luque, L., Medel Del Carpio, B., Samanamud Malca, S., & Yagui Garrido, A. R. (2017) menciona que en el Perú, existe una gran oportunidad de mercado enrollar sus actividades utilizando una billetera móvil , en su estudio se obtiene como resultado que el 72 % de los encuestados cuentan con una cuenta bancaria , sin embargo el 28 % indica que cuenta con conocimiento promedio de todos los servicios ofrecidos, un 20 % indica que cuenta con poco conocimiento, con respecto a la disposición de realizar compras por internet

utilizando la billetera móvil se considera que el 39.5% de los encuestados considera nada importante , el 26.8 % considera que es poco importante , y el 10.8 % considera que es muy importante el uso de la billetera móvil en las compras por internet con respecto a las transacciones el 8.8 % considera que es nada seguro el 30.5% se siente indiferente el 17 % indica que es muy importante el uso de la herramienta

En contraste con nuestro estudio este caso el uso de la billetera virtual es aún menor al resultado obtenido en las dos modalidades anteriores de banca móvil y banca por internet, pues el mayor porcentaje de uso de billetera virtual está en casi nunca (86%), según las respuestas de los clientes. Lo cual no evidencia alguna relación con los datos obtenidos del variable proceso crediticio, done los porcentajes más dispersos del acceso al proceso crediticio, como casi nunca (25%, ocasionalmente (52%) y casi siempre (23%).

El análisis de correlación indica que la billetera virtual no se relaciona en forma significativa con el proceso crediticio, lo que conduce a rechazar la hipótesis específica 3 de la investigación. Esto se explica por la poca utilización de la billetera virtual y además porque esta herramienta se utiliza principalmente para recibir dinero y/o para pagos. No tiene relación con el acceso al proceso crediticio.

VI.CONCLUSIONES

1. La Banca Móvil incide de forma significativa en el Proceso Crediticio, Obteniendo $Rho=0.317^{**}$; $p=0.000$ **b**, concluyendo que a Mayor uso de la herramienta Virtual Banca Móvil mayor será el acceso a los Procesos Crediticios de la Institución. Aún no se cuenta con el Apego suficiente de parte de los clientes con la herramienta Virtual.
2. La Banca por Internet incide de forma significativa en el Proceso Crediticio, Obteniendo $Rho=-0,303^{**}$; $p=0.000$ **b**, concluyendo que a Mayor uso de la herramienta Virtual Banca Por Internet, menor es la accesibilidad al Proceso Crediticio Esto puede explicarse por la baja utilización de las herramientas virtuales con respecto a la adquisición de algún producto Crediticio , ya que casi la mitad de clientes prefiere ir personalmente a las oficinas y concretar la adquisición del servicio Crediticio.
3. La Billetera Móvil no incide de forma significativa en el Proceso Crediticio, Obteniendo $Rho=-0,51^{**}$; $p=0.378$ **b**, concluyendo que la herramienta Virtual no se relaciona en forma significativa con el Proceso Crediticio. Esto puede explicarse por la poca Utilización de la Billetera Móvil, La Institución no cuenta con el apego suficiente de los clientes con respecto a la herramienta Virtual, ya sea por falta de conocimiento de la existencia de la Billetera Móvil o por no dejar de lado los procesos Tradicionales.
4. La Utilización de las Herramientas Virtuales en la Institución Financiera evidencian una baja utilización de las mismas, respecto al Proceso Crediticio demuestra una utilización por encima del promedio, obteniendo una media de 2.99 considerando una escala de 1 a 5, gracias a la rapidez del servicio, pero con mucho que trabajar con respecto a la utilización de las Herramientas Virtuales en relación al Proceso Crediticio.
En general las Herramientas Virtuales no incide de forma significativa en el Proceso Crediticio, obteniendo $Rho=0.111^{**}$; $p=0.53$ **b**, concluyendo que la mayoría de los Clientes prefieren la obtención y hacer uso de algún servicio financiero de la Institución de manera presencial, esto se explica por la baja utilización de las Herramientas Virtuales para la adquisición de algún Producto Crediticio

VII.RECOMENDACIONES

Se recomienda a la Institución Financiera

1. Fortalecer el conocimiento del personal para que se encuentre preparado a través de talleres, capacitaciones mensuales, mediante zoom a cargo de personal idóneo en Herramientas Virtuales, para brindar ayuda a los clientes potenciales de la Institución con respecto al uso de la herramienta Virtual Banca Móvil en la adquisición de Productos Crediticios.
2. Promover la Utilización de la herramienta Virtual Banca por Internet, en relación a la adquisición de algún producto crediticio de la Institución sin la necesidad de ir de manera presencial a Oficinas, contar con personal perenne dispuestos a brindar información mediante merchandising el cual será entregado a cada cliente que entre a oficinas, con el fin de hacer de conocimiento sobre el uso y manejo de Herramienta Virtual Banca por Internet además de estar encargados de recepcionar las dudas de los clientes Potenciales de la Institución.
3. Promover la Utilización de la herramienta Virtual Billetera Móvil, en estas circunstancias que nos ha tocado vivir de la pandemia, el uso de la Herramienta Virtual permite no tener contacto directo con alguna persona contagiada, la Institución deberá lanzar campañas mediante su página web, facebook, sobre los beneficios y las diferentes acciones que se pueden realizar con la herramienta Virtual Billetera Móvil sin tener contacto directo con dinero en efectivo, fomentando el uso de la misma.
4. Promover la Utilización de las Herramientas Virtuales de estudio, Banca Móvil, Banca por Internet, Billetera Móvil, con el fin de lograr un servicio rápido al alcance de los clientes mejorando la interacción con la Institución, Apoyándose de comerciales de televisión en donde se muestre que el uso de la herramienta virtual es algo seguro rápido y sencillo, para captar la atención de clientes potenciales la Institución deberá lanzar promociones en donde se premie el uso de las herramientas Virtuales , y contar con asistentes virtuales las 24 horas del día para despejar dudas de nuestro clientes potenciales .si bien es cierto la Institución brinda un servicio rápido lo ideal sería brindar el mismo servicio a través de la virtualidad.

REFERENCIAS

- Aguilar Vargas, R. T. R., & Bohórquez Soto, O. E. (2020). *Determinar la relación entre las dimensiones de calidad y confianza con la satisfacción del uso de la Banca Digital de los clientes de las entidades micro financieras en Lima Metropolitana*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Arteaga Poccori, V., & Choquehuanca Catari, N. (2017). *Los factores perceptuales y su relación con la utilización del servicio de banca móvil en Arequipa Metropolitana - 2016*. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Florez Luque, L., Medel Del Carpio, B., Samanamud Malca, S., & Yagui Garrido, A. R. (2017). *Investigación de la viabilidad del uso de billetera móvil como medio para realizar transacciones con dinero electrónico en San Juan de Lurigancho*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Gonzales Hernández, A. K. (2017). *El desarrollo de la banca electrónica y la aceptación de los clientes de Lima Metropolitana de los 4 principales Bancos del Perú*. Universidad San Ignacio de Loyola.
- Chirino-García, R., Salas-Anteliz, M., & Vilardey-Naggles, W. (2020). Metamorfosis Bancaria en tiempos de COVID-19: Reflexiones para la Gerencia del Siglo XXI. *CIENCIAMATRIA*, 6(1), 664–688.
- Muñoz-Leiva, F., Climent-Climent, S., & Liébana-Cabanillas, F. (2017). Determinants of intention to use the mobile banking apps: An extension of the classic TAM model. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 21(1), 25–38. Recuperado de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444969516300555>
- Fleitas, F. (2015). Evolution to the fifth generation of mobile technology services. *Revista científica de la UCSA*, 2(2), 75–84.
- González Álvarez, R. (2015). Evaluación de la calidad del servicio percibida en entidades bancarias a través de la escala Servqual. *Ciencia e ingeniería neogranadina*, 25(1), 113.

- Guerrero Rojas, R. E., & Bocanegra Machaca, R. A. (2021). *La gestión del cambio cultural para la habilitación de la transformación digital en las empresas del sector bancario del Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Ibañez Hernández, F. J. (2019). *Influencia de la prociclicidad crediticia y el gobierno corporativo en el desempeño de la banca*.
- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S. N., & Andrade, D. F. (2016). Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *RAI Revista de Administração e Inovação*, 13(3), 221–230.
- Támara Ayús, A. L., Vargas Ramírez, H., Cuartas, J. J., & Chica Arrieta, I. E. (2019). Regresión logística y redes neuronales como herramientas para realizar un modelo Scoring. *Revista lasallista de investigación*, 16(1), 187–200.
- Valverde, S. C. (2017). Mitos y realidades de la digitalización financiera: los medios de pago como paradigma. *Mediterráneo económico*, 29, 139–149.
- Humphrey, D.; Willeson, M.; Lindblom, T. y Bergendahl, G. (2003): «*What Does it Cost to Make a Payment?*»; en *Review of Network Economics* 2(2); pp. 159-174.
- SULLIVAN, R. (2000): “How has the adoption of Internet banking affected performance and risk in banks”. *Financial Industry Perspectives*, Federal Reserve Bank of Kansas City, December, pp. 1-16.
- Ruiz Iniesta, C. (2012). El uso de las herramientas digitales por parte de los bancos. El caso de la imagen en Internet de Banco Santander y BBVA en época de crisis/ The Use of Digital Tools by Banks. The Case of Banco Santander and BBVA’s Image on Internet in Times of Crisis. *Revista internacional de relaciones públicas*, 2(4(jul-dic)), 51–72.

- Avendaño, O. (2018) Los retos de la banca digital en México. Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C, 12 (41), 5-21
- Alvarado, H. (2015) El control interno y su incidencia en el proceso crediticio de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Mushuc Runa Ltda. Agencia Pelileo durante el período 2015 - 2016. Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.
- Mendoza, J. (2021). Mejora del proceso crediticio aplicando la metodología PHVA en la CMAC Paita, Universidad de Piura, Piura, Perú.
- Flores, L. (2017) Análisis del riesgo crediticio como parte de la tecnología de créditos de la Caja municipal de Arequipa, Agencia Puno. Universidad Nacional del Altiplano, Puno, Perú.
- Toledo, E. (Noviembre, 2009). Diagnóstico del sector de la micro y pequeña empresa y su tecnología crediticia. Revista del Departamento Académico de Ciencias Administrativas, 4(8) ,1-11.
- Rodríguez. (2019) Los Servicios Financieros Digitales Del Banco De La Nación (Tesis de Maestría).Universidad Federico Villarreal, Lima, Perú.
- Prieto, C. D., & Sánchez, J. N. G. (2014). Herramientas virtuales en el envejecimiento activo. *International Journal of Developmental and Educational Psychology Revista INFAD de psicología*, 4(1), 355–362.
- Condusef, (2017) Proteja su dinero", *Revista de Condusef*. Recuperado de <http://www.condusef.gob.mx/Revista/index.php/usuario-inteligente/educacion-financiera/763-que-son-las-fintech>
- Bermeo-Giraldo, M. C., Valencia-Arias, A., Duque García, B., Garcés-Giraldo, L. F., & Luna-Ramírez, T. (2019). Factores de en uso de los medios de pago móviles millennials y centennials. *Semestre económico*, 22(53), 77–102.

- Proença, J., & Rodríguez, M. A. (2011). A utilização de tecnologias self-service nos serviços bancários e a su influência no comportamento do consumidor em Portugal. *Revista portuguesa e brasileira de gestão*, 10(1–2), 62–77.
- Ruano-Arcos, L., Rodríguez-Orejuela, A., & Solís-Molina, M. (2020). Adoption of mobile banking by micro entrepreneurs at the bottom of the pyramid. *Cuadernos de Administración*, 36(67), 79–92.
- Escudero, F. (2021, abril 27). *Impacto de la crisis en la madurez digital de las empresas peruanas*. Recuperado de https://www.ey.com/es_pe/consulting/madurez-digital-en-peru
- Pulido Granados, E. R., & Medina García, V. H. (2008). Modelo de medición y evaluación de la usabilidad en sitios web de la banca virtual en Colombia. *Ingeniería y universidad*, 12(1), 81–102.
- Liébana-Cabanillas, F., Sánchez-Fernández, J., & Muñoz-Leiva, F. (2014). The moderating effect of experience in the adoption of mobile payment tools in Virtual Social Networks: The m-Payment Acceptance Model in Virtual Social Networks (MPAM-VSN). *International Journal of Information Management*, 34(2), 151–166.
- Pal, D., Vanijja, V., & Papasratorn, B. (2015). An empirical analysis towards the adoption of NFC mobile payment system by the end user. *Procedia Computer Science*, 69, 13–25.
- Arif, I., Aslam, W., & Hwang, Y. (2020). Barriers in adoption of internet banking: A structural equation modeling - Neural network approach. *Technology in Society*, 61(June 2019), 101231
- SATO, S. y HAWIKINS, J. (2001): "Electronic finance: an overview of the issues". *Electronic Finance: A new Perspective and Challenges*, Bank of International Settlements Papers, nº 7, November, pp. 1-12.

ANEXO 1 : MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	METODO
Herramientas Virtuales y Proceso Crediticio Frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana - 2021	¿Cuál es la relación de las Herramientas Virtuales en el Proceso Crediticio?	Establecer la Relación entre las Herramientas Virtuales y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana - 2021.	Existe Relación entre las Herramientas Virtuales y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021	<ul style="list-style-type: none"> • TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Descriptivo correlacional, No experimental, transversal. • ENFOQUE: Cuantitativo • POBLACIÓN 1500 clientes de una Caja Municipal por conveniencia del investigador son clientes de Caja Sullana. • MUESTRA: 306 Clientes de una
		OBJETIVOS GENERALES	HIPÓTESIS ESPEÍFICAS	
	¿Cuál es la relación de la Banca Móvil en el Proceso Crediticio?	Determinar la relación de la Banca Móvil en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana - 2021	Existe una relación entre la banca móvil y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021	

	<p>¿Cuál es la relación de la Banca por Internet en el Proceso Crediticio?</p>	<p>Determinar la relación de la Banca por Internet en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana - 2021.</p>	<p>Existe una relación entre la Banca por Internet y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021</p>	<p>Caja Municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> • MUESTREO: Muestreo Aleatoria Simple • TECNICA : Encuesta y Entrevista • INSTRUMENTO : Cuestionario y Guía de Entrevista • METODO DE ANALISIS: Microsoft Exel para el Orden de Datos de Cuestionario y Análisis Correlacional mediante SPSS V.25, mediante tablas.
	<p>¿Cuál es la relación de la Billetera Móvil en el Proceso Crediticio?</p>	<p>Determinar la relación de la Billetera Móvil en el Proceso Crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana - 2021.</p>	<p>Existe una relación entre la Billetera Móvil y el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal Sullana -2021</p>	

ANEXO 2 : MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Herramientas Virtuales	<p>se refieren a herramientas digitales como aquel software que se puede instalar en dispositivos tecnológicos inteligentes para de esta forma hacer más sencilla el desarrollo de tareas cotidianas.(Alegsa,2014)</p> <p>Clasificación de Herramientas Virtuales en las Entidades según Muñoz Leiva, 2008, Banca Móvil, Banca por Internet, Billetera Móvil.</p>	<p>Esta referido a las distintas herramientas utilizadas en las entidades financieras mediante el uso de encuestas.</p>	Software Banca Móvil	<p>-Nivel de Uso de herramienta</p> <p>-Procesos realizados en la herramienta</p>	ordinal
			Software de Banca por internet	<p>-Nivel de Uso de herramienta</p> <p>-Procesos realizados en la herramienta.</p>	
			Software de Billetera Móvil.	<p>-Nivel de Uso de herramienta</p> <p>-Procesos realizados en la herramienta</p>	

proceso Crediticio	<p>Es un conjunto de principios, procedimientos, políticas, normas y técnicas desarrolladas por las instituciones que atienden el mercado financiero de la microempresa, Enfocándose en la rapidez en el servicio ,accesibilidad y la metodología para brindar un producto o servicio (Ed pyme Raíz, 2012)</p>	<p>Esta referido a los Procesos crediticios existentes y sus implicancias la cual serán medidas utilizando la herramientas de encuestas.</p>	Accesibilidad	-Accesibilidad al Producto o Servicio Solicitado.	Ordinal
			Rapidez en el Servicio	- Tiempo de Respuesta del Producto o Servicio Solicitado	
			Metodología	-Opciones para adquirir un producto o servicio Crediticio	

INSTRUMENTO DE RECOLECCION DE DATOS



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Instrucciones:

A continuación, en cada enunciado **solo marque una alternativa** mediante un aspa (X). Recuerde que no hay respuestas correctas e incorrectas. Gracias por su sinceridad en su opinión y Colaboración.

Para la opción de respuesta deberá marcar según corresponda:

N: Nunca **CN:** Casi Nunca **O:** Ocasionalmente **S:** Siempre **TD:** Todos los días

INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Cuestionario					
VARIABLE: HERRAMIENTA VIRTUAL	N	CN	O	S	TD
	1	2	3	4	5
• DIMENSION : SOFTWARE BANCA MOVIL					
1. ¿Con que frecuencia utiliza la Herramienta Virtual banca móvil?					
2. ¿Con que frecuencia realiza transacciones Bancarias en la Herramienta Virtual Banca Móvil?					
3. ¿Con que frecuencia realiza Pagos de Servicios en la Herramienta Virtual Banca Móvil?					
4. ¿Con que Frecuencia Utiliza la Herramienta Virtual Banca Móvil para la Obtención de Un Crédito?					
5. ¿Utiliza todos los Procesos existentes en el software Banca Móvil?					
6. ¿Presenta algún Problema al realizar los distintos Procesos Existentes en la herramienta Virtual Software Banca Móvil?					
• DIMENSION : SOFTWARE BANCA POR INTERNET					
7. ¿Con que frecuencia utiliza la Herramienta virtual Banca por Internet?					
8. ¿Con que frecuencia realiza transacciones Bancarias en la Herramienta Virtual Banca por Internet?					

9. ¿Con que frecuencia realiza Pagos de Servicios en la Herramienta Virtual Banca por Internet?					
10.¿Con que Frecuencia Utiliza la Herramienta Virtual Banca por Internet para la Obtención de Un Crédito?					
11. ¿Utiliza todos los Procesos existentes en el software Banca por Internet?					
12. ¿Presenta algún problema al realizar los distintos Procesos Existentes en la herramienta Software Banca por Internet?					
• DIMENSION : SOFTWARE DE BILLETERA MOVIL					
13. ¿Con que frecuencia utiliza la Herramienta virtual Billetera Móvil?					
14. ¿Con que frecuencia realiza Pagos utilizando Herramienta Virtual Billetera Móvil?					
15. ¿Realiza Consultas de Saldo a Través de la Herramienta Virtual Billetera Móvil?					
VARIABLE: PROCESO CREDITICIO					
• DIMENSION : ACCECIBILIDAD					
16. ¿Con que Frecuencia Usted ha accedido a un Producto Crediticio?					
• DIMENSION : RAPIDEZ EN EL SERVICIO					
17. ¿Considera Usted que el tiempo de respuesta para la Obtención de un Producto es el adecuado?					
18. ¿Considera Usted que el Tiempo para efectuar el Desembolso del Producto Adquirido es el adecuado?					
• DIMENSIÓN : METODOLOGIA					
19.¿Utiliza las Herramientas Virtuales tales como Banca Móvil o Banca por Internet para la Adquisición de Producto Crediticio					
20. ¿Solicita algún Producto Crediticio mediante la Visita a Oficinas?					

(FUENTE DEL AUTOR)

ANEXO 5 FORMATO DE GUIA DE ENTREVISTA APLICADA A GERENTE DE TIENDA DE UNA CAJA MUNICIPAL



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Estimado Gerente (a), reciba un cordial saludo y a la vez mencionarle que la siguiente guía de entrevista tiene como propósito recabar información necesaria que contribuya al desarrollo del estudio titulado; Herramientas Virtuales y su impacto en el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana -2021.de Sullana, año 2019”. A continuación, se detallan:

FORMULACIÓN DE PREGUNTAS

VARIABLE HERRAMIENTAS VIRTUALES

1. ¿Considera Usted que el personal brinda las Asesorías Pertinentes para un mejor Manejo y apego de la Herramienta Virtual Banca Móvil?

El personal se encuentra en permanente capacitación para brindar una asesoría adecuada a los clientes, sin embargo hay un pequeño rechazo de parte de nuestro cliente para la aceptación del mismo, tenemos clientes que muchas veces no cuentan con un celular adecuado para la instalación del aplicativo, así como un rechazo por parte de clientes de mayor edad.

2. ¿Con que frecuencia atienden créditos solicitados por la Herramienta Virtual Banca Móvil?

Tenemos un área que se encarga de filtrar a los clientes para posteriormente pasarlos al área de negocio para el filtro final para la atención de los mismos, aún es muy poco frecuente la atención de créditos a través de dicha herramienta pero estamos trabajando en ello

3. ¿Considera Usted que los Clientes Utilizan en su Totalidad los distintos Procesos Existente en la Herramienta Virtual Software Banca móvil?

Aún falta bastante allegada por parte de los clientes para que puedan aprovechar las distintas opciones para realizar operaciones bancarias mediante la herramienta Banca móvil.

4. ¿Cuál considera Usted que es el Nivel de Aceptación de los Clientes de la Herramienta Banca por Internet según su Nivel de Uso?

Un nivel de uso Intermedio encaminado a su uso total, en esta pandemia los clientes se han tenido que adaptar a la era tecnológica, tenemos un largo camino por trabajar junto a nuestro clientes, estamos conscientes de la gran importancia de las herramientas virtuales y estamos preparados y a la vanguardia en la Institución.

5. ¿Con que frecuencia atienden créditos solicitados por la Banca por Internet?

En esta Pandemia, los créditos solicitados a través de la banca por internet se han incrementado esto debido a la coyuntura en la que nos ha tocado vivir, estamos volviendo a la atención presencial pero como Institución nuestra prioridad es estar a la vanguardia tecnológica, es por eso que nuestros procesos internos están afectos a las herramientas digitales.

6. ¿Considera Usted que los Clientes Utilizan en su Totalidad los distintos Procesos Existente en la herramienta de Software Banca por Internet?

Al igual que la Herramienta banca móvil aún la acogida por parte de los clientes no es la esperada, pero estamos trabajando en ello.

7. ¿Cuál considera Usted que es el nivel de Aceptación de los clientes con respecto al uso de Billetera Móvil?

Es aún muy Bajo, Tenemos clientes que aún se muestran reacios a la utilización de herramientas digitales tales como billetera Móvil, estamos trabajando en mostrarles que es una herramienta fácil y segura.

VARIABLE PROCESO CREDITICIO

8. ¿Según los Últimos Acontecimientos cual es el grado de Accesibilidad Crediticia de los Clientes?

A pesar de la coyuntura la accesibilidad de los clientes se mantiene en una postura constante, no como antes de la pandemia pero se mantiene constante,

tenemos clientes que a pesar de la pandemia han sabido mantenerse estables, hemos realizado reprogramaciones de sus deudas con el fin de no perjudicarlos en el sistema financiero.

9. ¿Cuál es el Tiempo de Respuesta adecuado para la Obtención de Un Producto Crediticio?

Después de la recepción de la solicitud, la evaluación es inmediata, y la respuesta a la solicitud sea positiva y negativa no debe pasar las 24 horas previa a la solicitud.

10. ¿Cuál es el Tiempo Adecuado para efectuar el Desembolso del Producto adquirido por el Cliente?

Después de dar respuesta al cliente el desembolso se realiza en el mismo día, nuestra prioridad es brindar un servicio excelente para fidelizar a los mismos.

11. ¿De las Opciones Existentes para la Adquisición de Un producto Crediticio, cual considera usted que es la más aceptable por los Clientes?

Aún tenemos gran afluencia de clientes en oficinas para la obtención de productos crediticios, estamos trabajando para tener una mayor acogida mediante el uso de las herramientas Virtuales existente en la Institución

MUESTRA

La muestra de este estudio la conformaran 306 Clientes del sector créditos de Caja Sullana de la ciudad de Sullana, la cual se ha obtenido con un 95% de confianza y 5% de margen de error.

Para establecer el tamaño de la muestra se utilizará una formula con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%

Fórmula de cálculo:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)

p = porcentaje de la población que tiene el atributo deseado

q = porcentaje de la población que no tiene atributo deseado = 1 - p

nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50 % para p y 50% para q

N = tamaño del universo (se conoce puesto que es finito)

e = error de estimación máximo aceptado

n = tamaño de la muestra.

VALIDADACIÓN DE INSTRUMENTOS



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Wilmer Fermín Castillo Márquez con DNI 02820631 Magister Administración de la Educación N.º ANR: AO95720 de profesión Lic. en Ciencias Administrativas; desempeñándome actualmente como director general en el IESTP "JUAN JOSÉ FÁRFAN CÉSPEDES-SULLANA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad			✓		
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad					✓
4. Organización				✓	
5. Suficiencia			✓		
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia					✓
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 20 días del mes de setiembre del dos mil Veintiuno.

Mg.: Wilmer Fermín Castillo Márquez
DNI: 02820631
Especialidad: Lic. Ciencias Administrativas
E-mail: wilcast444@hotmail.com

"Herramientas Virtuales y su impacto en el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal.
 Sullana -2021"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20					Regular 21 - 40					Buena 41 - 60					Muy Buena 61 - 80					Excelente 81 - 100					OBSERVACIONES
		0	5	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
ASPECTOS DE VALIDACION		0	5	10	15	20	21	25	30	35	40	41	45	50	55	60	61	65	70	75	80	81	85	90	95	100	
1.Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado														60												
2.Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		80								
3.Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																						90				
4.Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																		80								
5.Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad														60												
6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del																		80								



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Exilda Elena Peña Alvarado con DNI: 02649885 Magister Administración y Dirección de Empresas N° ANR: A232714 de profesión Lic. Ciencias Administrativas desempeñándome actualmente como Docente en Universidad Nacional de Frontera

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				X	
2. Objetividad				X	
3. Actualidad				X	
4. Organización				X	
5. Suficiencia				X	
6. Intencionalidad				X	
7. Consistencia				X	
8. Coherencia				X	
9. Metodología				X	

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 20 días del mes de setiembre del dos mil Veintiuno.


Mg. Exilda Elena Peña Alvarado
LIC. EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD - 12812

Mg.: Exilda Elena Peña Alvarado
DNI: 02649885
Especialidad: Ciencias Administrativas
E-mail: ele2000pe@yahoo.com.mx

“Herramientas Virtuales y su impacto en el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal. Sullana -2021”

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																		90			
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad																80					
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del														70							



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Raquel Silva Juárez con DNI 02846914 Magister En Gerencia Empresarial N° ANR: A442805 de profesión Licenciada en Ciencias Administrativas desempeñándome actualmente como Docente en Universidad Nacional de Frontera.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

Cuestionario	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 20 días del mes de setiembre del dos mil Veintiuno.

Mg.: En gerencia Empresarial
DNI: 02846914
Especialidad: Licenciada en Ciencias Administrativas
E.mail.raquelsilvajuares@gmail.com



Mg. Raquel Silva Juárez
LIC EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CLAD-01899

"Herramientas Virtuales y su impacto en el proceso crediticio frente a la Pandemia Covid-19, en una Caja Municipal.
 Sullana -2021"

FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado												60									
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																80					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																		90			
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad												60									
6. Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del																80					

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica/ Instrumento	
			Ítems Cuestionario	Ítems Guía de entrevista
HERRAMIENTAS VIRTUALES	Software Banca Móvil	Nivel de Uso de Herramienta	1. ¿Con que frecuencia utiliza la Herramienta Virtual banca móvil?	1.¿ Considera Usted que el personal brinda las Asesorías Pertinentes para un mejor Manejo y apego de la Herramienta Virtual Banca Móvil
			2. ¿Con que frecuencia realiza transacciones Bancarias en la Herramienta Virtual Banca Móvil?	
			3. ¿Con que frecuencia realiza Pagos de Servicios en la Herramienta Virtual Banca Móvil?	
			4. ¿Con que Frecuencia Utiliza la Herramienta Virtual Banca Móvil para la Obtención de Un Crédito?	
	Procesos realizados en la Herramienta	5. ¿Utiliza todos los Procesos existentes en el software Banca Móvil?		
		6. ¿Presenta algún Problema al realizar los distintos Procesos Existentes en la herramienta Virtual Software Banca Móvil?	3. ¿Considera Usted que los Clientes Utilizan en su Totalidad los distintos Procesos Existente en la Herramienta Virtual Software Banca Móvil?	

	Software Banca por Internet	Nivel de Uso de Herramienta	7. ¿Con que frecuencia utiliza la Herramienta virtual Banca por Internet?	
			8. ¿Con que frecuencia realiza transacciones Bancarias en la Herramienta Virtual Banca por Internet?	4. ¿Cuál considera Usted que es el Nivel de Aceptación de los Clientes de la Herramienta Banca por Internet según su Nivel de Uso?
		9. ¿Con que frecuencia realiza Pagos de Servicios en la Herramienta Virtual Banca por Internet?	5. ¿Con que frecuencia atienden créditos solicitados por la Banca por Internet?	
		10. ¿Con que Frecuencia Utiliza la Herramienta Virtual Banca por Internet para la Obtención de Un Crédito?		
	Procesos realizados en la Herramienta	11. ¿Utiliza todos los Procesos existentes en el software Banca por Internet?		
		12. ¿Presenta algún problema al realizar los distintos Procesos Existentes en la herramienta Software Banca por Internet?	6. ¿Considera Usted que los Clientes Utilizan en su Totalidad los distintos Procesos Existente en la herramienta de Software Banca por Internet?	
	Software de Billetera Móvil	Nivel de Uso de Herramienta	13. ¿Con que frecuencia utiliza la Herramienta virtual Billetera Móvil?	7. ¿Cuál Considera Usted que es el Nivel de Aceptación de los Clientes con respecto al Uso de la Herramienta Virtual Billetera Móvil?
			14. ¿Con que frecuencia realiza Pagos utilizando Herramienta Virtual Billetera Móvil?	

		Procesos realizados en la Herramienta	15. ¿Realiza Consultas de Saldo a Través de la Herramienta Virtual Billetera Móvil?	
PROCESO CREDITICIO	ACCESIBILIDAD	Accesibilidad al Producto o Servicio Solicitado	16. ¿Con que Frecuencia Usted ha accedido a un Producto Crediticio?	8. ¿Según los Últimos Acontecimientos cual es el grado de Accesibilidad Crediticia de los Clientes?
	RAPIDEZ EN EL SERIVICO	Tiempo de Respuesta del Producto o Servicio Solicitado	17. ¿Considera Usted que el tiempo de respuesta para la Obtención de un Producto es el adecuado?	9. ¿Cuál es el Tiempo de Respuesta adecuado para la Obtención de Un Producto Crediticio?
			18. ¿Considera Usted que el Tiempo para efectuar el Desembolso del Producto Adquirido es el adecuado?	10. ¿Cuál es el Tiempo Adecuado para efectuar el Desembolso del Producto adquirido por el Cliente?
	METODOLOGIA	Opciones para adquirir un producto o servicio Crediticio	19..¿Utiliza las Herramientas Virtuales tales como Banca Móvil o Banca por Internet para la Adquisición de Producto Crediticio	11. ¿De las Opciones Existentes para la Adquisición de Un producto Crediticio, cual considera usted que es la más aceptable por los Clientes?
			20.. ¿Solicita algún Producto Crediticio mediante la Visita a Oficinas?	