

# UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

## FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

### ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CONTABILIDAD Y FINANZAS



### **“PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL BANCO DE LA NACIÓN AGENCIA 02 AMARILIS 2019”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
CONTADOR PÚBLICO

#### **PRESENTADO POR:**

Bach. BENDEZÚ SALCEDO, Záret Mayra

#### **DOCENTE ASESOR:**

Mtro. CPC TOLEDO MARTINEZ, Juan Daniel

HUÁNUCO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL CONTABILIDAD Y FINANZAS

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 8:00 horas del día 07... del mes de Diciembre del año 2019, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales (Aula 201-P5), en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

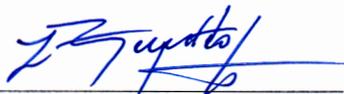
Mtro. Tonio Lucho Repetto García	(Presidente)
Mtro. Simeón Soto Espejo	(Secretario)
Mtra. Lucy Janet Espinoza Chávez	(Vocal)

Nombrados mediante la Resolución N°2054-2019-D-FCEMP-EAPCF-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: “**PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL BANCO DE LA NACIÓN AGENCIA 02 AMARILIS 2019**”, presentada por el (la) Bachiller **BENDEZU SALCEDO, Zaret Mayra**; para optar el **título Profesional de Contador Público**.

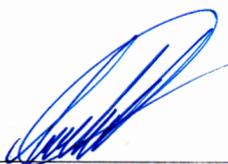
Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) Aprobada con el calificativo cuantitativo de 15 (Quince) y cualitativo de Bueno (Art.45 y 47 - Reglamento de Grados y Títulos).

Siendo las 8:45 horas del día 07... del mes de Diciembre del año 2019, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtro. Tonio Lucho Repetto García  
**PRESIDENTE**



Mtro. Simeón Soto Espejo  
**SECRETARIO**



Mtra. Lucy Janet Espinoza Chávez  
**VOCAL**

## **DEDICATORIA**

A Dios, por permitirme existir; a mi madre, por darme la vida ser mi fuerza y brindarme su apoyo incondicional, su amor, su paciencia y sus exigencias para mi formación ética, moral y profesional; a mi esposo por su paciencia, su comprensión, su apoyo moral y económico para mi formación profesional y a mis hijos por ser mi motivación para seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTOS**

A los funcionarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis por su colaboración durante las encuestas.

A las personas que colaboraron con su participación para el desarrollo de este trabajo de investigación.

A la Universidad de Huánuco, en especial a la Facultad de Ciencias Empresariales, Programa Académico Profesional de Contabilidad y Finanzas, por brindarme una enseñanza de calidad y las metodologías para mi formación profesional.

A mis docentes por transmitirme los conocimientos académicos necesarios para mi formación académica, por su paciencia y valores.

Agradezco en especial al catedrático Juan Daniel Toledo Martínez por brindarme una asesoría oportuna para terminar este proyecto de investigación y su paciencia durante el desarrollo de la misma.

Finalmente, expreso mi agradecimiento a todas las personas que de una u otra manera contribuyeron en la realización y culminación del presente trabajo de investigación.

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTOS .....	III
RESUMEN.....	VI
ABSTRACT.....	VII
INTRODUCCIÓN .....	VIII
CAPITULO I.....	10
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	10
1.1    DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	10
1.2    FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	12
1.3    OBJETIVO GENERAL.....	12
1.4    OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
1.5    JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.6    LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	14
1.7    VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN .....	14
CAPÍTULO II .....	15
MARCO TEÓRICO.....	15
2.1    ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.1.1.    Internacionales.....	15
2.1.2.    Nacionales.....	16
2.1.3.    Locales.....	17
2.2    BASES TEÓRICAS.....	17
2.2.1.    Productos y servicios financieros.....	17
2.2.2.    Inclusión financiera .....	21
2.2.3.    Banco de la nación .....	26
2.3    DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	29
2.4    SISTEMA DE HIPÓTESIS.....	31
2.4.1.    Hipótesis general.....	31
2.4.2.    Hipótesis específicas .....	31
2.5    SISTEMA DE VARIABLES .....	31
2.5.1.    Variable dependiente.....	31
2.5.2.    Variable independiente.....	31
2.6    OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES (Dimensiones e Indicadores).....	32
CAPÍTULO III.....	33
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
3.1    TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	33

3.1.1.	Enfoque.....	33
3.1.2.	Alcance o nivel.....	33
3.1.3.	Diseño:.....	33
3.2	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	34
3.2.1.	Población .....	34
3.2.2.	Muestra.....	34
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS .....	36
3.3.1.	Para la recolección de datos .....	36
3.3.2.	Para la presentación de datos.....	37
3.3.3.	Para el análisis e interpretación de los datos .....	37
CAPÍTULO IV.....		38
RESULTADOS.....		38
4.1	PROCESAMIENTO DE DATOS.....	38
4.1.1.	Validación del instrumento .....	38
4.1.2.	Procesamiento de los datos del cuestionario .....	39
4.2	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	90
CAPÍTULO V.....		94
DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....		94
5.1.	CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	94
5.1.1.	Con relación al objetivo general.....	94
5.1.2.	Con relación al objetivo 1 .....	95
5.1.3.	Con relación al objetivo 2 .....	95
5.1.4.	Con relación al objetivo 3 .....	96
CONCLUSIONES .....		99
RECOMENDACIONES .....		101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....		103
ANEXOS .....		104
Anexo N° 01: Matriz de consistencia .....		105
Anexo N° 02: Cuestionario N° 01.....		106

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Productos y servicios financieros y la inclusión financiera en el Banco de Nación Agencia 02 Amarilis, 2019”, tesis para optar el título profesional de contador público; es una investigación de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo porque se recolectó datos para probar la hipótesis con análisis estadístico, del nivel descriptivo porque analiza y describe la relación entre las variables, de diseño no experimental transversal correlacional, ya que se emplea para analizar un hecho o fenómeno de la realidad en un tiempo y determinada situación sin la intervención o manipulación del investigador.

Teniendo como objetivo principal determinar el nivel de influencia de los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019; para lo cual se planteó la hipótesis general siguiente: Los productos y servicios financieros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019; y se utilizó la encuesta como instrumento de recolección de datos. Se obtuvo como resultado de la correlación de Pearson 0.523 con lo se reafirma la hipótesis general.

Por lo tanto, los productos y servicios financieros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis.

**PALABRAS CLAVES:** Productos y servicios financieros, Inclusión financiera, Banco de la nación

## ABSTRACT

This research work entitled “Financial products and services and financial inclusion in the National Bank Agency 02 Amarilis, 2019”, thesis to opt for the professional title of public accountant; It is an applied type investigation, with a quantitative approach because data was collected to test the hypothesis with statistical analysis, of the descriptive level because it analyzes and describes the relationship between the variables, of non-experimental correlational transversal design, since it is used to analyze a fact or phenomenon of reality in a certain time and situation without the intervention or manipulation of the researcher.

Its main objective is to determine the level of influence of financial products and services in the financial inclusion of users of Banco de la Nación Agency 02 Amarilis, 2019; for which the following general hypothesis was raised: Financial products and services significantly influence the financial inclusion of users of Banco de la Nación Agency 02 Amarilis, 2019; and the survey was used as a data collection instrument. It was obtained as a result of the Pearson correlation 0.523 with which the general hypothesis is reaffirmed.

Therefore, financial products and services significantly influence the financial inclusion of users of Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis.

**KEY WORDS:** Financial products and services, Financial inclusion, Bank of the nation

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación se desarrolló debido al crecimiento económico que viene experimentando nuestro país, el cual se ha visto acompañado de la expansión del sistema financiero, por lo que nuestro gobierno está promoviendo la inclusión financiera a través de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera.

El objetivo principal de este trabajo de investigación es justamente analizar la los productos y servicios financieros y la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación y a la vez identificar de qué manera se puede mejorar las falencias, tendiendo como objetivos específicos los siguientes:

- Determinar de qué manera los seguros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.
- Determinar de qué manera los ahorros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.
- Determinar de qué manera los servicios influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

Para iniciar el proceso de investigación nos planteamos esta problemática con la siguiente interrogante general:

¿Cómo influyen los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019?

En merito a ella es que esbozamos como hipótesis de trabajo el siguiente:

Los productos y servicios financieros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019

El presente trabajo de investigación está dividido en cinco capítulos, distribuidos de la siguiente manera:

**El Capítulo I**, se describe el problema de investigación y se formula el problema, los objetivos generales y específicos, así mismo se fundamenta la justificación, las limitaciones y viabilidad de la investigación.

**El Capítulo II**, presenta el marco teórico, el cual contiene: los antecedentes de la investigación, bases teóricas, definiciones conceptuales el sistema de hipótesis, sistema de variables y la Operacionalización de las variables.

**El Capítulo III**, contiene la metodología de la investigación, en el cual se presenta el tipo de investigación, la población y muestra de la investigación y las técnicas e instrumentos de recopilación de datos.

**El Capítulo IV**, se presentan los resultados de la investigación mediante el procesamiento de datos y la contrastación de la hipótesis y prueba de hipótesis.

**El Capítulo V**, se presenta la discusión de los resultados obtenidos de la aplicación de la investigación

Posteriormente encontramos las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos de la investigación.

Estamos seguros que con el presente trabajo se apertura una serie de nuevas interrogantes que deberán ser absueltas con posteriores trabajos de investigación de tipo aplicado y que contribuirá decididamente en la inclusión financiera.

# CAPITULO I

## PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

En las últimas décadas el crecimiento económico ha profundizado en el Sistema Financiero demandando un mayor acceso a los productos y servicios financieros que brindan las entidades bancarias por parte de los usuarios. La inclusión financiera se ha convertido en un reto muy anhelado por parte de la población, el uso de los productos y servicios financieros se ha hecho necesario para su crecimiento económico.

Según la (SBS, 2019), La inclusión financiera es un medio para mejorar el bienestar de la población a través del uso responsable de los productos y servicios financieros ofrecidos por las entidades financieras, el crecimiento económico y la reducción de la informalidad. Asimismo, favorece a las empresas permitiéndoles acceder a nuevas oportunidades de crecimiento a través de la inversión en nuevas tecnologías y en capital humano.

La inclusión financiera contribuye al desarrollo estable de un sistema financiero a través de diversos mecanismos, entre los que destacan: una mayor participación de la población en el sistema financiero que genere una base de depósitos sostenida y reduzca la dependencia de mercados financieros internacionales; así como, la reducción de la informalidad financiera

En el Perú la inclusión financiera se ha convertido en un reto importante el conseguir los estándares de calidad requeridos, puesto que permitirían un mayor acceso a la información financiera de la población, a su vez permitiría impulsar políticas económicas para un mayor planeamiento financiero de nuestro país.

Según (Asbanc, 2018), El acceso a los servicios financieros simplifica la vida diaria y ayuda a los agentes económicos a tener una

mejor planificación, desde las metas que tienen a mediano y largo plazo hasta alguna emergencia imprevista

Las entidades bancarias al fin de lograr la inclusión financiera fomentan el uso de sus productos y servicios financieros brindando a la población educación financiera para y conseguir beneficios a corto y largo plazo que le permita al sector de la población excluida del sistema financiero fortalecer sus capacidades de organización y gestión de sus recursos económicos.

Según el (Banco Mundial, 2018), Desde 2010, más de 55 países se han comprometido a implementar la inclusión financiera, y más de 30 de ellos han puesto en marcha o están preparando una estrategia nacional al respecto. Las investigaciones realizadas en el GBM indican que el ritmo y el impacto de las reformas aumentan cuando un país aplica una estrategia nacional de inclusión financiera. Los países que han logrado más avances con miras a la inclusión financiera son los que han creado un entorno normativo y reglamentario propicio, y han fomentado la competencia permitiendo a las instituciones bancarias y no bancarias innovar y ampliar el acceso a servicios financieros. Sin embargo, la creación de este espacio innovador y competitivo debe ir acompañada de reglamentaciones y medidas de protección del usuario apropiadas para garantizar la prestación responsable de servicios financieros.

Según el (Cemla, 2013), El reconocimiento de la importancia de la educación financiera en escala mundial ha llevado al desarrollo de cada vez más iniciativas y un mayor reconocimiento por parte de los formuladores de política también en América Latina y el Caribe. La educación financiera permite a los individuos un mejor manejo de sus finanzas personales y una mejor toma de decisiones financieras. Además, como ya se mencionó, la educación financiera contribuye a eliminar o reducir las barreras para la inclusión financiera del lado de la demanda. Todo ello repercute en la economía en general y favorece a la estabilidad y el desarrollo de los sistemas financieros.

En tal sentido la problemática se enfoca a determinar a qué nivel se influye en el proceso de la inclusión financiera el acceso de los productos y servicios financieros por parte de la población Amarilense, usuarios del Banco de Nación Agencia 2 Amarilis, ya que estamos en una época de modernización donde se busca instituir la bancarización para todo tipo de operaciones financieras, servicio al cual estos usuarios por diversos factores y razones se ven en la necesidad de hacer uso, he visto aplicar el proyecto en el Banco de Nación Agencia 02 Amarilis por ser una entidad financiera que representa al Gobierno Peruano el cual posee una estrecha relación con la población en general.

## **1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1 Problema general**

¿Cómo influyen los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿De qué manera los seguros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019?
- ¿De qué manera los ahorros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019?
- ¿De qué manera los servicios influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019?

## **1.3 OBJETIVO GENERAL**

Determinar el nivel de influencia de los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

#### 1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar de qué manera los seguros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.
- Determinar de qué manera los ahorros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.
- Determinar de qué manera los servicios influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

#### 1.5 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

- **Teórico:** Durante el proceso de investigación, se utilizó teorías financieras, administrativas y económicas, que expliquen la inclusión financiera de los usuarios como resultado del acceso de los productos y servicios financieros que brinda el Banco de Nación Agencia 02 Amarilis. Se tomó como referencia las publicaciones más resaltantes, artículos especializados que aparecieron en los medios de comunicación y teorías más significativas de sustentan que los productos y servicios financieros que brinda el Banco de la Nación influyen en la inclusión financiera de los usuarios.
- **Práctico:** Para la investigación se utilizó herramientas científicas que permitieron su viabilidad, para el recojo de información se encuestó a los usuarios que se encontraron empleando los productos y servicios financieros que brinda el Banco de Nación, la muestra obtenida se evaluó a través del programa estadístico SPSS, el resultado de la investigación de la unidad de análisis se presentó en cuadros y gráficos para su respectivo análisis e interpretación.
- **Metodológico:** La investigación permitió el uso de diferentes técnicas de recolección de datos, para el análisis de la información se incidió en la comparación de los resultados que se obtengan sobre los

productos y servicios financieros que brinda el Banco de Nación frente a la inclusión financiera de los usuarios.

## **1.6 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

La disponibilidad del tiempo de los trabajadores para acceder y proporcionar información al momento de aplicar el instrumento.

El tiempo limitado que por cuestiones de trabajo limito el normal desarrollo de la presente investigación, sin embargo, se cumplió con el desarrollo de la misma.

La aplicación de encuestas o instrumentos en general a las personas que han acudido al Banco de la Nación por algún servicio genero cierta desconfianza en el sentido de ser cuestionados, por lo cual esta actitud pudo generar aplazamientos en el recojo de información para la investigación.

## **1.7 VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

La presente investigación resulto viable ya que el marco conceptual y la recolección de información necesaria para el desarrollo de la investigación ha sido positiva debido a la accesibilidad de la información y de la población a quien se aplicó la investigación, asimismo se contó con facilidades de obtención de información por parte de la entidad financiera y los recursos materiales, humanos y económicos para desarrollar la presente investigación.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1. Internacionales**

- A.** Según (Almeida, 2017), en su tesis titulada “Política y regulación de la aplicación de nuevas tecnologías para el avance de la inclusión financiera por las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador”, tesis doctoral de la Universidad de Salamanca, concluye que:

Las nuevas tecnologías de información y comunicación podrían convertirse en el elemento fundamental para hacer realidad la inclusión financiera en los países en vías de desarrollo, porque no solo agilizan el acceso a productos y servicios financieros, sino que reducen sus costos y eso lleva a una mayor inclusión y crecimiento económico de los sectores más desfavorecidos en nuestras sociedades.

- B.** Según (Hernández, 2001), en su tesis titulada “Creatividad e innovaciones estratégicas en la gestión de los servicios financieros para el sector rural mexicano”, tesis doctoral de la Universidad Politécnica de Catalunya de Barcelona, concluye que:

Existe una contradicción muy alta en los esfuerzos por lograr el desarrollo rural a través del crédito, ya que mientras se intenta abarcar a una gran cantidad de población en el sector rural, los beneficios del crédito no cubren para el 2.000 ni siquiera el 0.5% de esta misma población. La reducción más reciente en el número de acreditados en el sistema de la banca estatal aleja aún más

la posibilidad de obtener créditos por parte de la mayoría de la población por esta vía.

### **2.1.2. Nacionales**

- A.** Según (Granados, 2017), en su tesis titulada “Los productos y servicios financieros y su influencia en la inclusión financiera en la Región Junin – el caso del Banco de la Nación Macro Región III Huancayo”, tesis para optar el grado de maestro en la Universidad Nacional del Centro del Perú de Huancayo, concluye que:

Los productos y servicios financieros influyen de manera directa y significativa en la inclusión financiera en los usuarios del Banco de la Nación Macro Región III- Huancayo ( $F=9749.599$ ;  $Sig.=0.00$ ). El 98.1% de la variación de la inclusión financiera está explicada por los productos y servicios financieros el resto está explicado por otras variables no estudiadas.

- B.** Según (Alonso, 2016), en su tesis titulado “El Sistema de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) como promotor de la bancarización y la inclusión financiera en el Perú. Un estudio retrospectivo de 1980 a 2014”, para optar el grado de maestro en la Pontificia Universidad Católica del Perú, concluye que:

Creatividad e innovaciones estratégicas en la gestión de los servicios financieros para el sector rural mexicano desde las reformas económicas de los 90, el sistema CMAC ha aumentado de manera muy considerable su volumen de negocio, siendo muchos de sus productos financieros dirigidos a microempresarios, que, con anterioridad a ser usuarios del sistema de cajas, no se encontraban bancarizados.

### **2.1.3. Locales**

**A.** Según (Barrueta, 2016), en su tesis titulado “Los servicios SMS de la banca móvil del BBVA Continental y su influencia en la inclusión Financiera de la población del distrito de Panao – Huánuco 2014”, tesis para optar su grado de maestro en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, concluye que:

El autor en su investigación experimental ha demostrado que los servicios SMS de banca móvil del BBVA Continental (Chat por SMS, Banca por SMS y Banca móvil \*595#), han intervenido de manera decisiva en el logro de inclusión financiera de la población del distrito de Panao. Por tanto, podemos afirmar que nuestro objetivo general se ha logrado y vuestra hipótesis general ha sido confirmada.

**B.** Según (Martinez & Lucero, 2015), en su tesis titulada: “Los servicios financieros y su incidencia en la satisfacción del cliente en Interbank – filial Huánuco semestre: I 2014”, tesis de pregrado de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, concluyen que:

El 89% de los encuestados, en promedio estiman que Interbank filial Huánuco brinda a sus clientes servicios financieros oportunos y efectivos a través de las operaciones pasivas corrientes y no corrientes materializadas en depósitos en ahorros de corto plazo, custodia de valores, depósitos de ahorro a plazo fijo y depósitos CTS.

## **2.2 BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. Productos y servicios financieros**

#### **Productos financieros:**

Según (AJE Confederación, 2008), Se puede definir el producto financiero como el servicio que satisface la demanda de

financiación externa de las empresas y que representa la oferta de las instituciones financieras. Es decir un producto financiero es todo servicio de financiación que las entidades financieras ofrecen a sus clientes, las empresas, con la finalidad de proporcionarles los fondos precisos para el desarrollo de su actividad y la cobertura de sus necesidades de inversión. De la misma manera también serían productos financieros todos aquellos elementos que las entidades financieras pongan al servicio de las empresas para captar su ahorro y rentabilizarlo.

### **Servicios financieros:**

Los servicios financieros son actividades realizadas con la intención de movilizar los recursos de un grupo de personas determinadas que cuentan con excedentes a otro grupo que lo requieren, generalmente los servicios financieros apoyan a los productos financieros y suelen acompañarse.

### **Productos y servicios financieros:**

Los productos y servicios financieros más comunes que ofrecen las entidades Financieras son los siguientes:

- a) **Seguros:** Según (AICAR, 2013), El contrato de seguro es aquél por el que el asegurador se obliga, mediante el cobro de una prima y para el caso de que se produzca el evento cuyo riesgo es objeto de cobertura, a indemnizar, dentro de los límites pactados, el daño producido al asegurado o a satisfacer un capital, una renta u otras prestaciones convenidas.

En los seguros se presentan varios tipos según la entidad financiera que los ofrece algunos muy comunes son:

**Seguro de tarjeta:** Permite al usuario asegurar su tarjeta de débito contra robos, fraudes electrónicos y retiros fraudulentos.

**Seguro de sepelio:** Permite al usuario asegurar a él y/o su familia contra gastos de sepelio.

**Seguro de desgravamen:** Este tipo de seguro es usado en los préstamos para cubrir la deuda en caso del fallecimiento del titular del crédito.

**Seguro oncológico:** Permite al usuario cubrir gastos médicos ocasionados por el desarrollo del cáncer.

**Seguro de cuota protegida:** es un seguro opcional a los préstamos personales, el cual cubre el préstamo del usuario en caso de desempleo.

**b) Ahorro:**

**Cuenta Corriente:** Según el (Banco de la Nación, 2019), Es una cuenta disponible para personas naturales y jurídicas que te permite disponer de tus fondos mediante el giro de cheques, a través de nuestra Red de Agencias a nivel nacional. Acepta depósitos en efectivo, con cheques del mismo banco, otros bancos y transferencias. Este tipo de cuenta no genera intereses.

**Cuenta de ahorros:** Según el (Banco de la Nación, 2019), Por medio de este servicio, las personas naturales y jurídicas, tienen la posibilidad de abrir su cuenta de ahorros en el Banco y beneficiarse de los servicios de depósitos, retiros, consultas y convenios que ofrece el banco en aquellas localidades donde somos Única Oferta Bancaria.

**Depósitos a plazo fijo:** Es aquel depósito de dinero efectuado en una entidad financiera por un plazo

determinado, lo cual permite ganar intereses por su dinero por el plazo contratado, el dinero depositado no podrá ser retirado hasta que se cumpla el periodo establecido para poder ganar los intereses pactados con la entidad financiera caso contrario no podrá reclamar los intereses ganados.

**c) Servicios:**

**Tarjetas de débito:** Según (AICAR, 2013), Su finalidad consiste en obtener dinero en efectivo a través de un cajero automático, sin necesidad de acudir a una entidad financiera. Para ello, es necesario tener una cuenta con la entidad que la emite y saldo positivo en la misma, porque el cargo se hace automáticamente y por tanto dicha tarjeta tiene que tener fondos. Se puede retirar tanto dinero como exista en la cuenta asociada.

**Tarjetas de crédito:** Según (AICAR, 2013), Su principal función es la de realizar compras aplazando o fraccionando los pagos, aunque también en algunos casos pueden ser utilizadas como tarjeta de débito. La principal diferencia con el tipo anterior, es que nos permite realizar pagos u obtener dinero, hasta el límite fijado, sin necesidad de tener fondos en la cuenta bancaria en ese momento, y por tanto, cuando se paga, el cargo de tu cuenta se difiere según el modo de pago que tengas establecido.

**Tarjeta de alimentación o prepago:** Según (AICAR, 2013), Es una tarjeta que se recarga con dinero desde la oficina bancaria y que permite hacer pagos en diferentes comercios bien hasta que se agote el saldo, o bien hasta que se d (bancaria), como grandes supermercados, cadenas de tiendas, etc., y que sirven exclusivamente para efectuar compras de artículos en los establecimientos que las han emitido y hasta el límite pactado.

**Compensación por Tiempos de Servicio – CTS:** Según la (SBS, 2019), Es un depósito que tu empleador efectúa por disposición legal; tiene como propósito fundamental prever el riesgo que origina el cese de la relación laboral y la consecuente pérdida de tus ingresos.

**Cheques:** Es un documento utilizado como medio de pago por la cual el librador ordena a una entidad bancaria (librado) que pague cierta cantidad de dinero a un beneficiario (persona o entidad), todo esto es con cargo a cuenta del librador; se da el caso que el librador y beneficiario son la misma persona que desea retirar dinero de su cuenta corriente.

**Transferencias bancarias:** Son operaciones por la que el ordenante (persona o entidad) ordena a su entidad bancaria que envíe dinero a un beneficiario (otra cuenta de un tercero) con cargo a una cuenta suya, este puede ser a la dentro de la misma entidad como también a otra entidad financiera distinta. El plazo máximo para para realizar la transferencia es de 72 horas siempre y cuando sea entre entidades distintas, por lo general si es dentro de una misma entidad la transferencia del dinero es de inmediato.

### **2.2.2. Inclusión financiera**

Según (Asbanc, 2018), La inclusión financiera puede definirse como el acceso que tienen los agentes económicos (personas, familias, empresas) a una gama de productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfacen sus necesidades, como transferencias, pagos, crédito, ahorro, seguros, etc. formales y de calidad; así como también de su uso bajo un marco de estabilidad financiera para el sistema y los usuarios.

Según (Pérez & Titelman, 2018), Conceptualizar la inclusión financiera como un bien público implica otorgar un papel a la banca de desarrollo como promotora del financiamiento productivo. La banca de desarrollo puede además complementar a la banca comercial, cuyas características actuales no le dan los incentivos adecuados para extender sus servicios al financiamiento de las pymes. De hecho, se ha demostrado que la banca de desarrollo ha sido capaz de expandir los instrumentos y mecanismos destinados al financiamiento, tomando en cuenta los requisitos, las características y los riesgos propios de las distintas actividades productivas. Con el fin de potenciar la inclusión financiera, la banca de desarrollo se ha movido hacia la innovación en forma de productos, procesos e instituciones.

**a) Inclusión financiera en el Perú:**

Según (Asbanc, 2018), En el Perú la inclusión financiera es muy importante debido al impacto que ésta genera en la reducción de la pobreza y crecimiento económico. Según un informe del Banco Mundial presentado en el 2015; la inclusión financiera es fundamental en la reducción de la pobreza y el logro de un crecimiento económico inclusivo. Todo esto es posible a través de los intermediarios financieros y su ahínco por aumentar la inclusión en el país, al facilitar la liquidez de la economía, al aumentar los recursos de medio de pago, etc.

Según (MEF, 2015), A partir de la información disponible, tanto desde el lado de la oferta como de la demanda, las aparentes fallas de mercado y el bajo nivel de la educación financiera de la población, hace imperativa la participación del Estado para el diseño de políticas públicas que promuevan mejores y mayores mecanismos de inclusión a los mercados financieros, así como cambios en el comportamiento de los usuarios (individuos y empresas) que

consoliden una cultura de ahorro, de seguros, previsional y de financiamiento responsable.

De esta manera, existe una agenda pendiente para lograr niveles de inclusión financiera que permita satisfacer las necesidades de la población, especialmente aquella en situación de mayor vulnerabilidad.

#### **b) Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF)**

Según (MEF, 2015), El objetivo general de la ENIF en Perú es: “Promover el acceso y uso responsable de servicios financieros integrales, que sean confiables, eficientes, innovadores y adecuados a las necesidades de los diversos segmentos de la población”.

Según (Banco de la Nación, 2015), Entre otros puntos, la ENIF promoverá el mayor acceso y uso de los servicios financieros en las poblaciones emergentes mediante el uso de diversas plataformas de acceso más económicas. Los ejes centrales de la ENIF son el acceso, uso y alta calidad de los servicios financieros que ofrezcan las entidades que en ella participan (bancos, microfinancieras, empresas de seguros, entre otros). La Educación Financiera juega un papel importante en este tema, como componente clave para que más peruanos usen de manera responsable los productos de este rubro. Cabe indicar que, hasta la fecha, alrededor de más de 1'300,000 personas de los programas Juntos y Pensión 65 tienen una cuenta de ahorros en el Banco de la Nación

- **Acceso:** Según (MEF, 2015), La expansión de la cobertura geográfica de servicios financieros contribuirá al objetivo de lograr un mayor acceso de la población a servicios financieros, promoviendo así una mayor inclusión financiera en el país. Actualmente, los actuales canales de

distribución de servicios financieros están concentrados en zonas urbanas y son limitados, evidenciando una reducida o nula presencia en zonas rurales y en los distritos más pobres. Por lo tanto, para poder lograr un adecuado alcance de los servicios financieros se requiere:

- **Acceso económico:** Continuar con el fomento y la expansión de los puntos de atención (oficinas, ATM, cajeros corresponsales), sobre todo en zonas aún sin presencia del sistema financiero;
  - **Acceso físico:** Lograr una mayor interoperabilidad entre dichos puntos de atención; reducir las brechas de infraestructura; desarrollar canales de distribución alternativos, particularmente digitales, que faciliten la inclusión financiera;
  - **Acceso legal:** Utilizar los programas estatales y privados existentes para incorporar poblaciones o regiones actualmente excluidas al sistema financiero formal.
- 
- **Uso:** La estrategia también se encargará de proponer los alicientes adecuados para incentivar un mayor uso de los productos y servicios financieros.
  - **Frecuencia:** Será prioritario lograr una mayor profundidad y permanencia del sistema financiero mediante el desarrollo de un ecosistema de productos y servicios financieros complementarios, que permitan satisfacer las necesidades de la población oportunamente y sean acordes con las características de los diferentes segmentos.
  - **Operatividad:** Por esta razón, en la implementación de la estrategia se han considerado objetivos orientados a mejorar la información disponible para conocer a mayor profundidad el comportamiento y preferencias de los diferentes segmentos poblaciones por servicios

financieros, así como las acciones necesarias que permitan promover la adecuación de la oferta de servicios financieros sostenibles, según las necesidades de la demanda.

- **Necesidad:** se espera un mayor uso de servicios de pago y remesas; cuentas de depósito en general; productos de ahorro formal que respondan a las necesidades de corto y largo plazo de la población (ahorro previsional); instrumentos para el financiamiento de proyectos, sobre todo vinculados a grupos vulnerables y sectores prioritarios; y seguros como instrumentos formales para cubrir contingencias y reducir vulnerabilidades.
  
- **Calidad:** El tercer pilar de la ENIF está orientado a diseñar mecanismos que permitan que los atributos de productos y servicios se ajusten a las necesidades de los clientes, y que el desarrollo de servicios financieros tenga en cuenta estas necesidades. De esta manera, será un objetivo importante para la ENIF promover el aumento de la confianza de la población en los proveedores de servicios financieros formales. Algunas medidas en el fortalecimiento de este pilar son:
  - **Atributos:** Contribuir a la sostenibilidad de los mercados financieros a través del fortalecimiento institucional de las entidades que lo componen; evaluar la migración de productos y sectores no regulados al sistema financiero formal;
  - **Promesa:** Reforzar las medidas para asegurar una adecuada protección al usuario financiero, mejorando los mecanismos de coordinación en el marco institucional de protección de los consumidores y la autorregulación de la industria respecto de sus prácticas de negocio, así como la

simplificación y estandarización de los requisitos de transparencia y divulgación.

- **Oportunidades:** Potenciar las acciones para mejorar la educación financiera de la población, esperando lograr que una mayor cantidad de personas acudan al sector financiero formal y que cuenten con las herramientas y capacidades necesarias para tomar decisiones informadas.

### **2.2.3. Banco de la nación**

Según (Banco de la Nación, 2019), El Banco de la Nación es una empresa de derecho público, integrante del Sector Economía y Finanzas, que opera con autonomía económica, financiera y administrativa. El Banco tiene patrimonio propio y duración indeterminada. El Banco se rige por su Estatuto, por la Ley de la Actividad Empresarial del Estado y supletoriamente por la Ley General de Instituciones Bancarias, Financieras y de Seguros. Es objeto del Banco administrar por delegación las subcuentas del Tesoro Público y proporcionar al Gobierno Central los servicios bancarios para la administración de los fondos públicos. Cuando el Ministerio de Economía y Finanzas lo requiera y autorice en el marco de las operaciones del Sistema Nacional de Tesorería, el Banco actuará como agente financiero del Estado, atenderá la deuda pública externa y las operaciones de comercio exterior. Asimismo, recauda tributos y efectúa pagos, sin que esto sea exclusivo, por encargo del Tesoro Público o cuando medien convenios con los órganos de la administración tributaria.

#### **a) Misión, Visión y Valores**

**Misión:** Según el (Banco de la Nación, 2019), “Brindar servicios de calidad a la ciudadanía y al Estado, ampliando

nuestra cobertura de servicios y promoviendo la inclusión financiera, a través de una gestión moderna y auto-sostenible”.

**Visión:** Según (Banco de la Nación, 2019), “Ser reconocido por brindar soluciones financieras, innovadoras, inclusivas y de calidad al Estado Peruano y la ciudadanía, dentro de un marco de gestión basado en la efectividad de sus procesos y prácticas de Buen Gobierno Corporativo”.

**Valores:** Entre los valores que cultiva el Banco de la Nación están: la honestidad, el compromiso, el respeto, la vocación de servicio, la responsabilidad social e inclusión financiera

#### **b) Banco de la Nación e inclusión financiera**

Según (Banco de la Nación, 2015), El Banco de la Nación viene orientando su capacidad para contribuir con actividades de bancarización e inclusión financiera logrando acercar instrumentos modernos (productos y servicios) a las zonas de pobreza y pobreza extrema como:

- Educación financiera
- Bancarización (apertura de cuentas de ahorros)
- Banca celular
- Utilización de presupuestos
- Utilización de cajeros corresponsales talleres de ahorros para niños.

Según (Banco de la Nación, 2015), El Banco de la Nación como integrante de la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (CMIF) viene orientando sus actividades de bancarización y de educación financiera para acercar sus productos y servicios a los grupos vulnerables en situación de exclusión, pobreza y vulnerabilidad.

**c) Productos y servicios financieros que brinda el Banco de la Nación**

- **Telegiros:** Telegiros en Moneda Nacional y Extranjera, Masivos. (Banco de la Nación, 2019)
- **Créditos Hipotecarios:** Compra de Vivienda, Mejora, Ampliación o Remodelación. (Banco de la Nación, 2019)
- **Seguros:** Protección de tarjeta de débito, Seguro cuota protegida, Seguro oncológico, Seguro de sepelio. (Banco de la Nación, 2019)
- **Préstamos:** Multired Clásico y/o Convenios, Reprogramación de Préstamo Multired para Zonas Declaradas en Estado de Emergencia, Estudios, Compra de Deudas - Tarjetas de Crédito, Descuento por Planilla (compra de deuda). (Banco de la Nación, 2019)
- **Pagos:** Pago de Tributos (Tramite entidades públicas), Pago de tarjetas de crédito otros bancos, Pago de Tarjeta de Crédito MasterCard BN, Pago entre cuentas bancarias, vía Internet (SATM), Recarga de celulares, Facturas en Cuenta Corriente a Proveedores del BN, Remuneraciones y Pensiones, Remuneraciones y Pensiones (UOB). (Banco de la Nación, 2019)
- **Cuentas Bancarias:** Cuenta de ahorros en agencias UOB, Cuenta de ahorros del sector público en MN y ME, Cuenta Corriente de Deduciones, Cuenta corriente en agencias UOB, Cuenta corriente para proveedores del estado, Cuentas Corrientes para asociaciones de pescadores, Cuenta de Depósitos a plazo en Agencias UOB. (Banco de la Nación, 2019)

- **Transferencias:** Remesas, Mismo banco con cargo a cuenta de ahorros, Interbancaria con cargo a cuenta de ahorros, Mismo banco con cargo a cuenta corriente, Interbancaria con cargo a cuenta corriente, De fondos al exterior para pago de Pensionistas, De fondos del exterior, Vía LBTR (Liquidación Bruta en Tiempo Real). (Banco de la Nación, 2019)
- **Cheques:** De gerencia, Canje electrónico de cheques (Clientes), Certificación de cheques / anulación de cheques certificados, Pago de cheques en otras plazas, Pago de cheques certificados en otras plazas, Revocatoria de pago de cheques, Suspensión de pago de cheques. (Banco de la Nación, 2019)
- **Programa Microfinanzas:** Oficina Compartida – Ventanilla MYPE, Línea de Crédito – PROMYPE. (Banco de la Nación, 2019)
- **Servicios adicionales:** Cambio de moneda, Certificaciones de pago, Certificados bancarios, Copia microfilm / emisión de estado de cuenta corriente, Cobranzas simples recibidas del exterior, Corresponsalía, Depósitos Judiciales y Administrativos, Comercio electrónico. (Banco de la Nación, 2019)

### 2.3 DEFINICIONES CONCEPTUALES

- **Accesibilidad:** La accesibilidad es la posibilidad que tengan todas las personas sin que medien exclusiones de ningún tipo, como ser culturales, físicas o técnicas, para acceder a un servicio o llegar a visitar un lugar o utilizar un objeto. Los clientes deben tener la posibilidad de contactar fácilmente con la empresa.

- **Ahorro:** Guardar dinero como previsión para necesidades futuras.
- **Bancarización:** tr. Econ. Hacer que alguien o algo, como un grupo social o un país, desarrolle o resuelva las actividades económicas a través de la banca.
- **Banco:** Empresa dedicada a realizar operaciones financieras con el dinero procedente de sus accionistas y de los depósitos de sus clientes.
- **Crédito:** El crédito es un préstamo de dinero que una parte otorga a otra, con el compromiso de que, en el futuro, quien lo recibe devolverá dicho préstamo en forma gradual (mediante el pago de cuotas) o en un solo pago y con un interés adicional que compensa a quien presta, por todo el tiempo que no tuvo ese dinero.
- **Dinero:** Medio de cambio o de pago aceptado generalmente.
- **Educación financiera:** es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar.
- **Finanzas:** 1. f. desus. Obligación que alguien asume para responder de la obligación de otra persona.//2. f. desus. rescate (el dinero con que se rescata, o que se pide para ello).//3. f. pl. Caudales, bienes.
- **Inclusión financiera:** La inclusión financiera es un proceso de integración de los servicios financieros a las actividades económicas cotidianas de la población, que puede contribuir de manera importante al crecimiento económico en la medida en que permita reducir de manera efectiva los costos de financiación, aseguramiento

y manejo de los recursos, tanto para las personas como para las empresas.

## **2.4 SISTEMA DE HIPÓTESIS**

### **2.4.1. Hipótesis general**

Los productos y servicios financieros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- Los seguros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.
  
- Los ahorros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.
  
- Los servicios influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

## **2.5 SISTEMA DE VARIABLES**

### **2.5.1. Variable dependiente**

Inclusión financiera.

### **2.5.2. Variable independiente**

Productos y servicios financieros.

## 2.6 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES (Dimensiones e Indicadores)

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Variable Independiente: <b>Productos y servicios financieros</b>	Seguros	De tarjeta	¿Considera útil el seguro de tarjeta del banco de la Nación?
		Oncológico	¿Cree que le beneficiaría contratar un seguro oncológico en el Banco de la Nación?
		Sepelio	¿Considera beneficioso acceder a un seguro de sepelio en el Banco de la Nación?
	Ahorros	Cuenta de ahorros	¿Con que frecuencia hace uso de su cuenta del Banco de la Nación?
			¿Accede a través de banca electrónica o banca móvil a su cuenta de ahorros del Banco de la Nación?
	Servicios	Tarjeta de débito	¿Considera necesario el uso de la tarjeta de débito del Banco de la Nación? ¿Con que frecuencia realiza compras u otros con su tarjeta débito del Banco de la Nación?
		Transferencias bancarias	¿Con que frecuencia realiza transferencias bancarias? ¿Puede realizar transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación?
		Pago de servicios	¿Con que frecuencia realiza pago de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación? ¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de sus diversos servicios?
		Telegiros	¿Son accesibles económicamente las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero?
		Pago de pensiones, remuneraciones	¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensión o remuneraciones? ¿Le beneficia cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación?
Variable Dependiente: <b>Inclusión Financiera</b>	Acceso	Legal	¿Entiende de qué tratan los contratos de los servicios del Banco de la Nación?
		Físico	¿Existe alguna agencia del Banco de la Nación cerca de dónde vives? ¿Existe algún agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de dónde vives?
		Económico	¿Tiene acceso a los productos y servicios financieros que ofrece el Banco de la Nación?
	Uso	Frecuencia	¿Con cuanta frecuencia va al Banco de la Nación?
		Necesidad	¿Hace uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación?
		Operatividad	¿Considera de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación? ¿Sabe con qué frecuencia los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos?
	Calidad	Atributos	¿Cree que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades?
		Oportunidad	¿Cree que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar tus actividades?
		Promesa	¿El Banco de la Nación cumple con lo que le ofrece?

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según (Jiménez, 1998), si el problema surge directamente de la práctica social y genera resultados que pueden aplicarse (son aplicables y tienen aplicación en el ámbito donde se realizan) la investigación se considera aplicada.

##### 3.1.1. Enfoque

Según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), El presente trabajo de investigación es de **enfoque Cuantitativo** porque se recolectará datos para probar la hipótesis y con base en la medición numérica se realizara el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar la hipótesis.

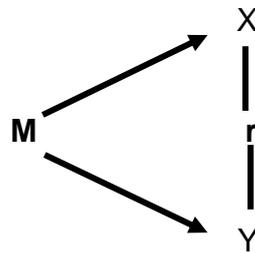
##### 3.1.2. Alcance o nivel

Según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), El trabajo de investigación corresponde al **Nivel Descriptivo**, porque describirá la relación de la inclusión financiera de los usuarios y los productos y servicios financieros que brinda el Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis.

##### 3.1.3. Diseño:

según (Hernández, Fernández & Baptista, 2010), El presente trabajo de investigación corresponde al diseño **No Experimental** porque no se manipulará la variable independiente y tampoco presenta grupo de control, es de tipo **Transeccional o Transversal** porque se aplicará instrumento de recolección de datos en una sola oportunidad y es **correlacional** porque se analizará y estudiará los productos y servicios financieros que

brinda el Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis y luego su relación con la inclusión financiera de los usuarios



**DONDE:**

**M:** Muestra

**X:** Variable Independiente (Productos y servicios financieros)

**Y:** Variable Dependiente (Inclusión financiera)

**r:** Correlación entre las variables X y Y

## 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

### 3.2.1. Población

Según (Jiménez, 1998), La población objeto de estudio es aquella sobre la cual se pretende que recaigan los resultados o conclusiones de la investigación.

La población de la presente investigación, está conformado por todos los pobladores de Amarilis, quienes son usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, los cuales son: 78 387. (INEI, 2018)

### 3.2.2. Muestra

Según (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010), Para el proceso cuantitativo la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población.

En las muestras probabilísticas todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se

obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria o mecánica de las unidades de análisis.

La muestra de la investigación pertenece al tipo de "Muestreo probabilístico simple", para delimitar la muestra, y la selección de las unidades de análisis será de forma aleatoria.

Para la presente investigación calcularemos el tamaño de la muestra utilizando la fórmula para poblaciones finitas:

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

Donde:

- Z = Nivel de Confianza (1.96)
- p = Probabilidad de éxito (50%)
- q = Probabilidad de fracaso (50%)
- N = Tamaño de la población (78 387)
- e = Porcentaje de error (10%)
- n = Tamaño de la muestra

Aplicando la formula obtenemos la siguiente muestra:

$$n = \frac{1.96^2 \times 78\,387 \times 0.5 \times 0.5}{10\%^2 \times (78\,387 - 1) + 1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

Siendo el resultado igual a 95.92, por lo tanto, la muestra determinada para esta investigación es de n=96 usuarios del Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis.

### 3.3 TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

#### 3.3.1. Para la recolección de datos

##### a) Técnicas

- **Técnica del fichaje:** Se usó diversos tipos de fichas de investigación que permitió recopilar información bibliográfica, siendo sus instrumentos; fichas bibliográficas, fichas textuales y fichas de resumen, para el desarrollo de las variables de la investigación.
- **Técnicas de Encuesta:** Esta técnica, permitió recopilar datos e información sobre las variables de investigación, y esto fue a través de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis.

**TABLA N° 01: Formato de respuestas de tipo Likert.**

Siempre	Casi siempre	A veces	Casi Nunca	Nunca
5	4	3	2	1

FUENTE: Anexo N° 02: Encuesta dirigida a los usuarios del Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis

##### b) Instrumentos

- Fichas bibliográficas, fichas textuales y fichas de resumen se utilizó para recolectar información para la construcción del marco teórico y bibliografía.
- **El Cuestionario:** Se aplicó este instrumento con la finalidad de recolectar información de la muestra. El cuestionario constó de 25 preguntas cerradas acerca de los Productos y servicios financieros y la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019,

### **3.3.2. Para la presentación de datos**

Los datos que se obtuvieron a través de la aplicación de la encuesta sobre los productos y servicios financieros y su influencia en la inclusión financiera del usuario se organizaron y procesaron utilizando la aplicación de IBM SPSS, los cuales se mostraron en cuadros y gráficos estadísticos.

### **3.3.3. Para el análisis e interpretación de los datos**

Para el análisis de los datos se utilizó la aplicación de IBM SPSS, asimismo se utilizó la técnica estadística Alfa de Cronbach para determinar la fiabilidad del instrumento.

Asimismo, se utilizó para contrastar las variables y la hipótesis la correlación de Pearson. De esta manera se consiguió arribar a conclusiones y recomendaciones.

## **CAPÍTULO IV**

### **RESULTADOS**

#### **4.1 PROCESAMIENTO DE DATOS**

En el presente capítulo se muestra los resultados de la investigación, para los cuales se utilizó diferentes métodos y técnicas, tanto como para la recolección de datos y también para su procesamiento; los datos fueron recolectados a través de la encuesta dirigida a los usuarios del Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis y procesados a través del programa estadístico IBM SPSS.

Terminado el proceso recolección de datos mediante la aplicación del instrumento, se procesó estadísticamente los datos recolectados, los resultados obtenidos fueron organizados en cuadros y gráficos para su respectivo análisis e interpretación.

##### **4.1.1. Validación del instrumento**

La técnica de recolección de datos utilizada previo al informe de investigación fue la encuesta, cuyo instrumento es el cuestionario, el cual fue diseñado con la finalidad de obtener información necesaria de los productos y servicios financieros y su incidencia en la inclusión financiera, el cual fue sometido a juicio de expertos, entre ellos catedráticos reconocidos de la Región: Ing. Cecilia del Pilar Rivera López, Mtro. Víctor Manuel Ramírez Cabrera y Mtro. Christian Paolo Martel Carranza.

Asimismo, se sometió al cuestionario a una prueba piloto, aplicando el cuestionario a 10 usuarios que no están comprendidos en la muestra, con la finalidad de analizar la confiabilidad del cuestionario mediante la aplicación de IBM SPSS v22, se utilizó la técnica estadística Alfa de Cronbach para determinar la fiabilidad del instrumento, obteniendo una fiabilidad de ,878 como se muestra en las siguientes tablas:

## TABLA N° 02: Resumen del procesamiento de los casos

Escala: Todas las variables (Cuestionario)

		N	%
Casos	Válido	10	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	10	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

FUENTE: De autoría propia, resultados obtenidos de la prueba piloto.

ELABORACIÓN: Propia

### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,878	25

FUENTE: De autoría propia, resultados obtenidos de la prueba piloto.

ELABORACIÓN: Propia

**Análisis e interpretación:** El resultado estadístico de fiabilidad del cuestionario obtenido es óptimo lo que permite calificar de confiable al cuestionario.

#### 4.1.2. Procesamiento de los datos del cuestionario

En lo siguiente se muestra 25 cuadros con su respectivo gráfico, análisis e interpretación correspondiente a cada pregunta del cuestionario.

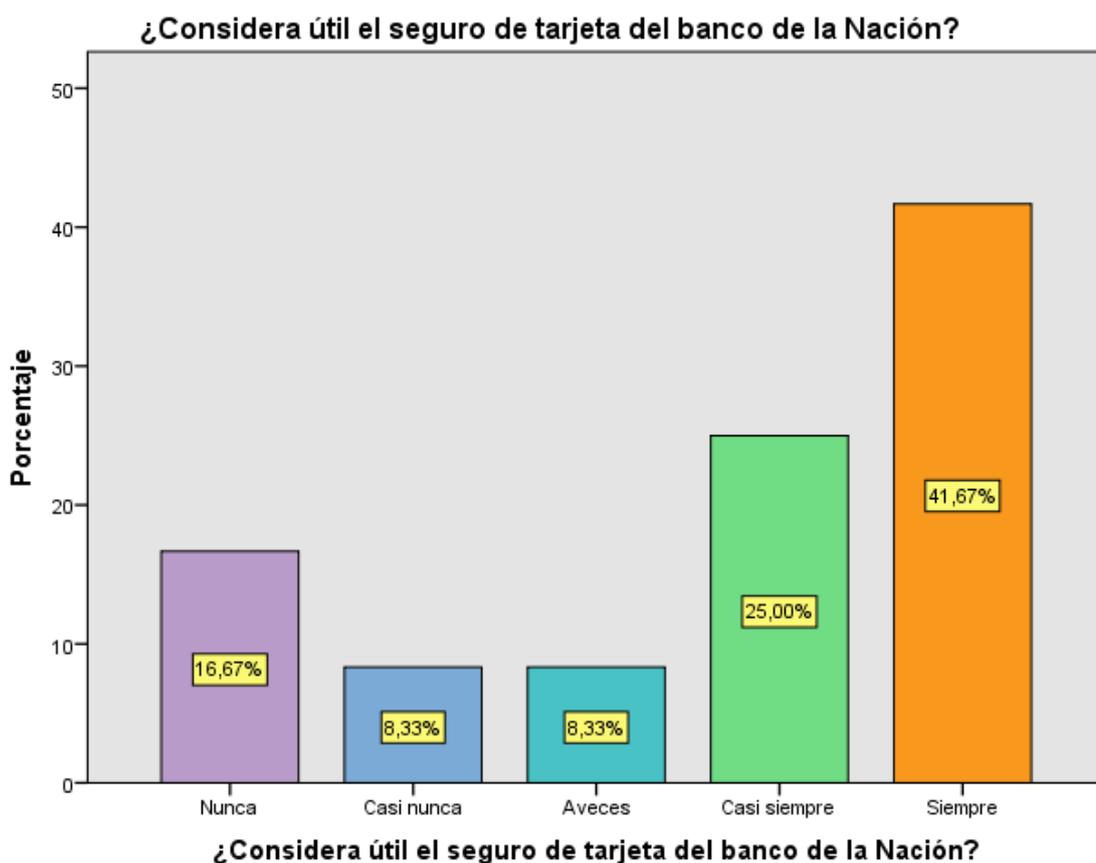
De acuerdo a los resultados obtenidos se determinó lo siguiente:

**CUADRO N° 01: ¿Considera útil el seguro de tarjeta del banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	16	16,7	16,7	16,7
Casi nunca	8	8,3	8,3	25,0
A veces	8	8,3	8,3	33,3
Casi siempre	24	25,0	25,0	58,3
Siempre	40	41,7	41,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 01: ¿Considera útil el seguro de tarjeta del banco de la Nación?**



FUENTE: Cuadro N° 01  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados consideran de utilidad el seguro de la tarjeta del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 41.67% siempre considera de utilidad el seguro de tarjeta del Banco de la Nación, el 25% considera que casi siempre es de utilidad el seguro de tarjeta del Banco de la Nación, mientras el 16.67% considera que nunca es de utilidad el seguro de tarjeta, el 8.33% consideran que a veces o casi nunca es de utilidad el seguro de la tarjeta del Banco de la Nación.

Esto se debe a que a que la mayoría de los usuarios usan su tarjeta para sus diversas operaciones y el seguro de protección de tarjeta les brinda mayor seguridad al momento de hacer uso su tarjeta del Banco de la Nación, ya que si sufren algún fraude electrónico o asalto en los cajeros automáticos del Banco de la Nación el seguro contratado les puede reponer hasta S/ 2500 soles del dinero robado.

**CUADRO N° 02: ¿Cree que le beneficiaria contratar un seguro oncológico en el Banco de la Nación?**

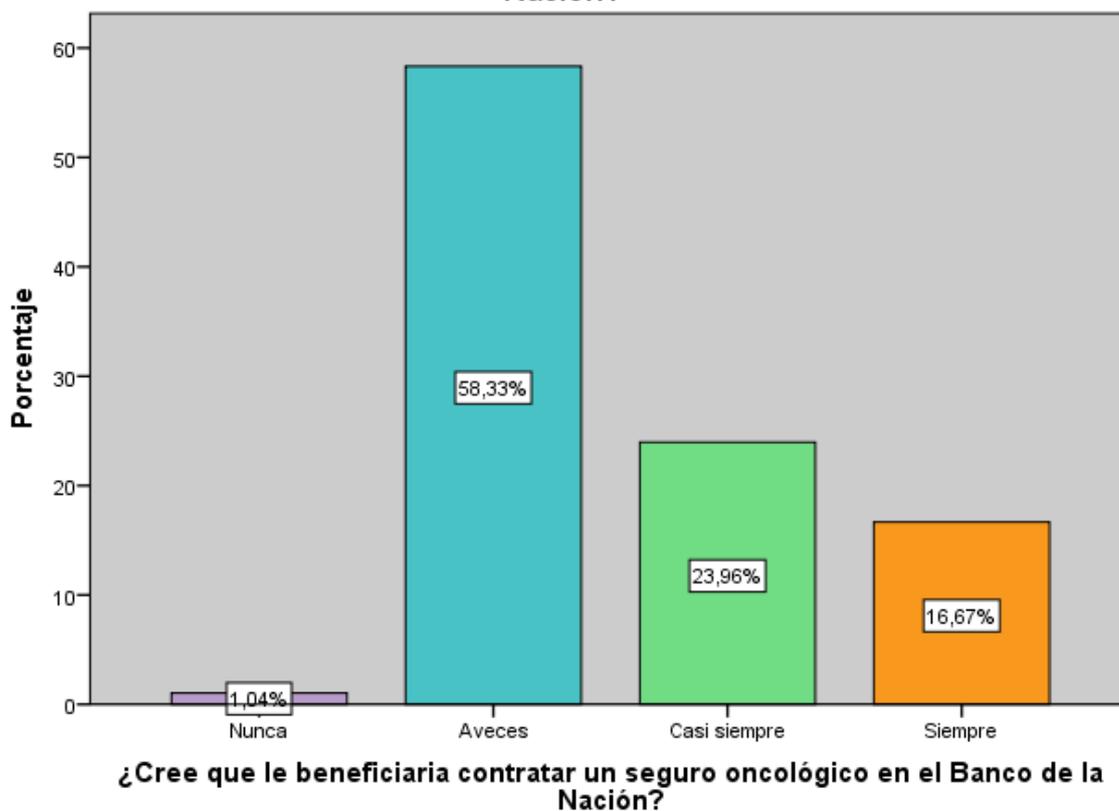
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	1,0	1,0	1,0
A veces	56	58,3	58,3	59,4
Casi siempre	23	24,0	24,0	83,3
Siempre	16	16,7	16,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.

ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 02: ¿Cree que le beneficiaria contratar un seguro oncológico en el Banco de la Nación?**

¿Cree que le beneficiaria contratar un seguro oncológico en el Banco de la Nación?



FUENTE: Cuadro N° 02

ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados consideran que a veces se beneficiarían al contratar el seguro oncológico del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 58,33% a veces considera beneficioso contratar un seguro oncológico del Banco de la Nación, el 23,96% considera que casi siempre es beneficioso el seguro oncológico del Banco de la Nación, mientras el 16,67% considera que siempre es beneficioso contratar el seguro oncológico, el 1,04% consideran que nunca es beneficioso contratar el seguro oncológico del Banco de la Nación.

Por lo que se infiere que mayoría de los usuarios no conocen de los beneficios del seguro oncológico o no poseen la suficiente información sobre este tipo de producto.

**CUADRO N° 03: ¿Considera beneficioso acceder a un seguro de sepelio en el Banco de la Nación?**

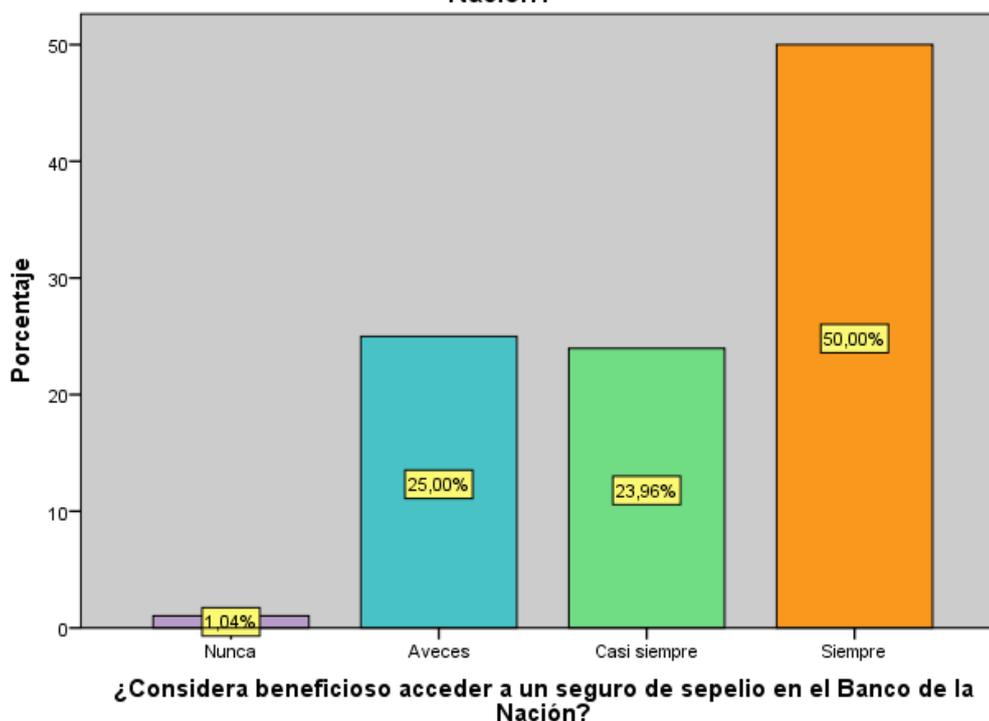
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	1,0	1,0	1,0
A veces	24	25,0	25,0	26,0
Casi siempre	23	24,0	24,0	50,0
Siempre	48	50,0	50,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.

ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 03: ¿Considera beneficioso acceder a un seguro de sepelio en el Banco de la Nación?**

¿Considera beneficioso acceder a un seguro de sepelio en el Banco de la Nación?



FUENTE: Cuadro N° 03

ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados consideran que siempre se beneficiarían al contratar el seguro de sepelio del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 50% siempre considera beneficioso contratar un seguro de sepelio del Banco de la Nación, el 25% a veces considera beneficioso el seguro de sepelio del Banco de la Nación, el 23,96% casi siempre considera beneficioso el seguro de sepelio del Banco de la Nación, mientras el 1,04% considera que nunca es beneficioso contratar el seguro de sepelio del Banco de la Nación.

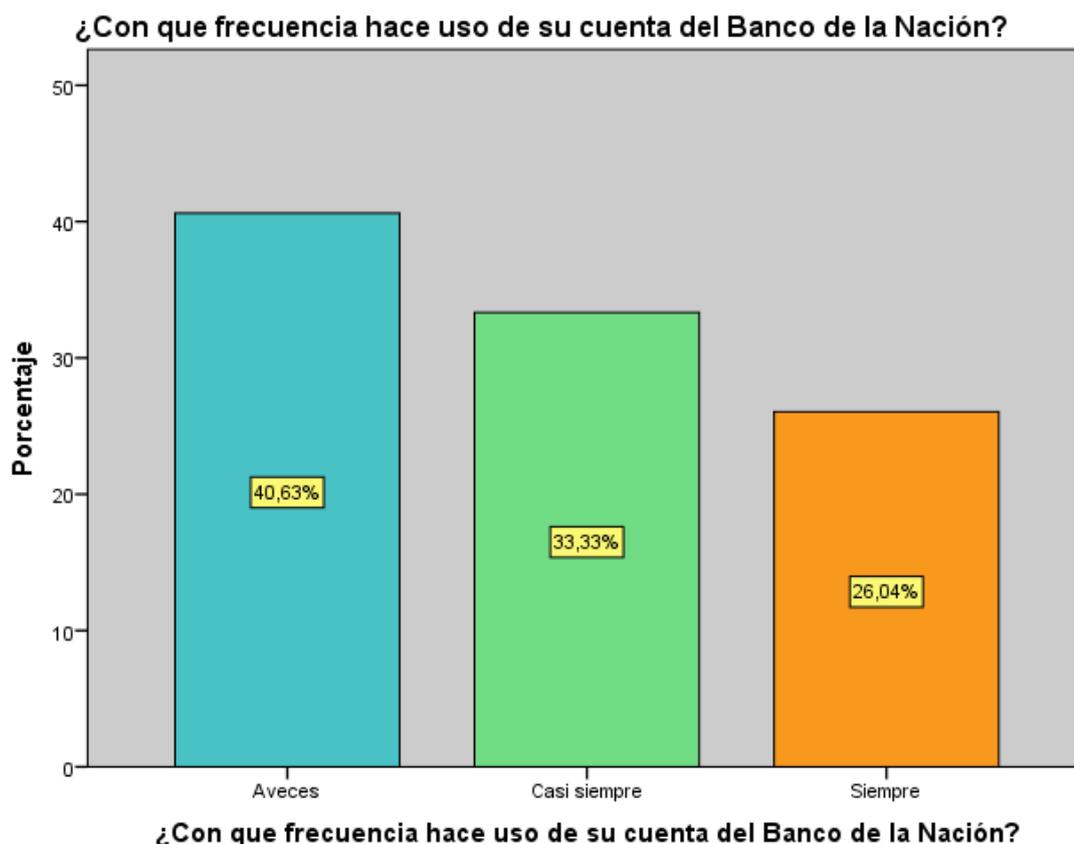
Los usuarios encuestados consideran beneficioso el seguro de sepelio por ser de bajo costo y fácil de contratar brindándoles muchos beneficios ya que no solo cubre los gastos fúnebres sino también de brinda compensación económica para los deudos menores de edad.

**CUADRO N° 04: ¿Con que frecuencia hace uso de su cuenta del Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	39	40,6	40,6	40,6
Casi siempre	32	33,3	33,3	74,0
Siempre	25	26,0	26,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 04: ¿Con que frecuencia hace uso de su cuenta del Banco de la Nación?**



FUENTE: Cuadro N° 04  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados a veces hacen uso de su cuenta del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 40,63% a veces hace uso de su cuenta del Banco de la Nación, el 33,33% casi siempre hace uso de su cuenta del Banco de la Nación, el 26,04% siempre hace uso de su cuenta del Banco de la Nación.

Esto se debe a que los usuarios hacen uso de su cuenta de ahorros aunque solo sea una vez al mes para el cobro de sus remuneraciones y otros para recibir giros en forma de depósito a cuenta.

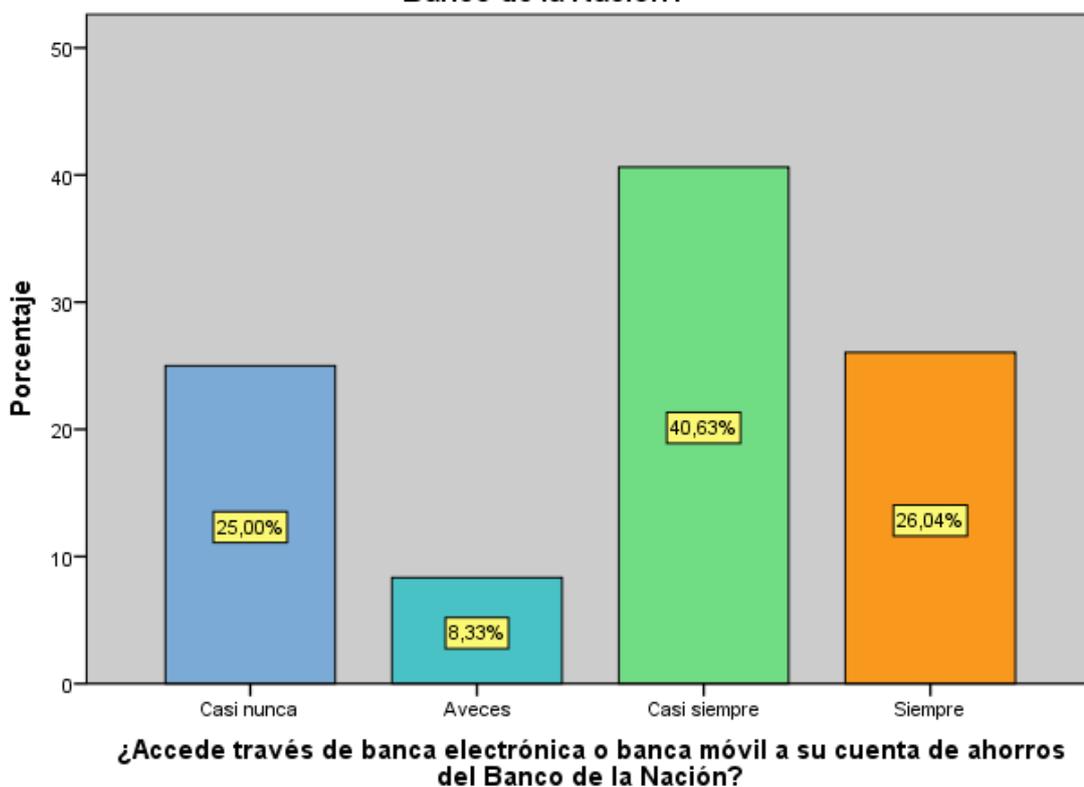
**CUADRO N° 05: ¿Accede través de banca electrónica o banca móvil a su cuenta de ahorros del Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	24	25,0	25,0	25,0
A veces	8	8,3	8,3	33,3
Casi siempre	39	40,6	40,6	74,0
Siempre	25	26,0	26,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 05: ¿Accede través de banca electrónica o banca móvil a su cuenta de ahorros del Banco de la Nación?**

¿Accede través de banca electrónica o banca móvil a su cuenta de ahorros del Banco de la Nación?



FUENTE: Cuadro N° 05  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados casi siempre acceden a su cuenta del Banco de la Nación a través de banca electrónica o banca móvil.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 40,63% casi siempre accede a su cuenta del Banco de la Nación a través de banca electrónica o banca móvil, el 26,04% siempre accede a su cuenta del Banco de la Nación a través de banca electrónica o banca móvil, el 25,3% casi nunca accede a su cuenta del Banco de la Nación a través de banca electrónica o banca móvil, mientras el 8,33% a veces acceden a su cuenta del Banco de la Nación.

Por lo que se infiere que los usuarios hacen uso de Banca electrónica o Banca móvil para realizar consultas de movimientos, consulta de saldo u otras operaciones.

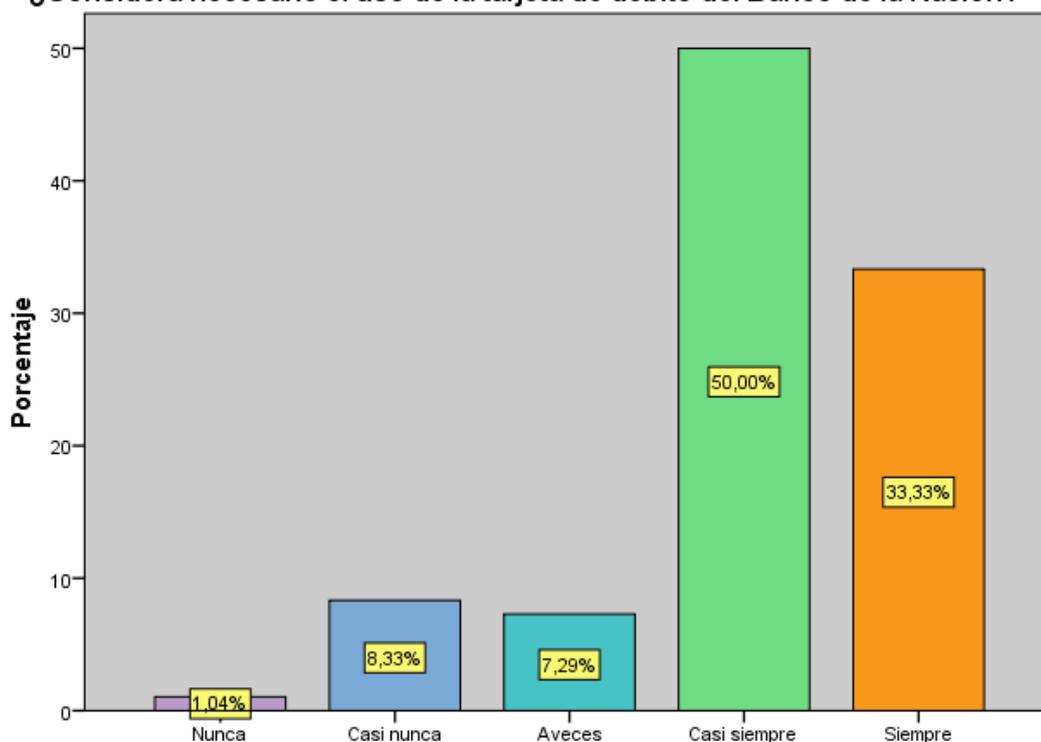
**CUADRO N° 06: ¿Considera necesario el uso de la tarjeta de débito del Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	1,0	1,0	1,0
Casi nunca	8	8,3	8,3	9,4
A veces	7	7,3	7,3	16,7
Casi siempre	48	50,0	50,0	66,7
Siempre	32	33,3	33,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 06: ¿Considera necesario el uso de la tarjeta de débito del Banco de la Nación?**

¿Considera necesario el uso de la tarjeta de débito del Banco de la Nación?



¿Considera necesario el uso de la tarjeta de débito del Banco de la Nación?

FUENTE: Cuadro N° 06  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados casi siempre consideran necesario el uso de la tarjeta del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 50% casi siempre considera necesario el uso de la tarjeta del Banco de la Nación, el 33,33% siempre considera necesario el uso de la tarjeta del Banco de la Nación, el 8,33% casi nunca considera necesario el uso de la tarjeta del Banco de la Nación, el 7,29% a veces considera necesario el uso de la tarjeta del Banco de la Nación, el 1,04% nunca considera necesario el uso de la tarjeta del Banco de la Nación.

Los usuarios del Banco de la Nación consideran necesario el uso de su tarjeta por ser más fácil de transportar que el dinero en efectivo y por seguridad porque presenta menos riesgo.

**CUADRO N° 07: ¿Con que frecuencia realiza compras u otros con su tarjeta débito del Banco de la Nación?**

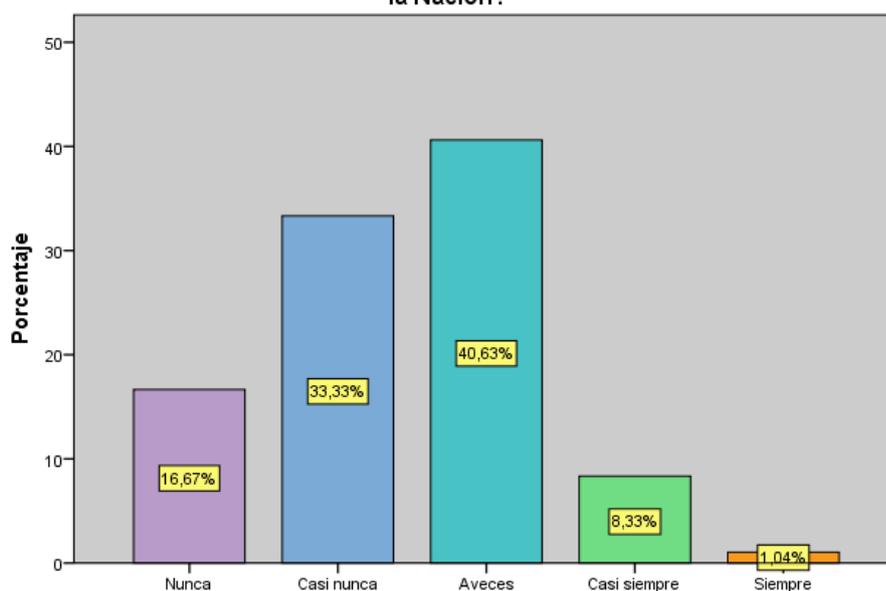
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	16	16,7	16,7	16,7
Casi nunca	32	33,3	33,3	50,0
A veces	39	40,6	40,6	90,6
Casi siempre	8	8,3	8,3	99,0
Siempre	1	1,0	1,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.

ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 07: ¿Con que frecuencia realiza compras u otros con su tarjeta débito del Banco de la Nación?**

¿Con que frecuencia realiza compras u otros con su tarjeta débito del Banco de la Nación?



¿Con que frecuencia realiza compras u otros con su tarjeta débito del Banco de la Nación?

FUENTE: Cuadro N° 07

ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados casi siempre realiza compras u otros con su tarjeta del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 40,63% a veces realiza compras u otros con su tarjeta del Banco de la Nación, el 33,33% casi nunca realiza compras u otros con su tarjeta del Banco de la Nación, el 16,67% nunca realiza compras u otros con su tarjeta del Banco de la Nación, el 8,33% realiza compras u otros con su tarjeta del Banco de la Nación, el 1,04% siempre realiza compras u otros con su tarjeta del Banco de la Nación.

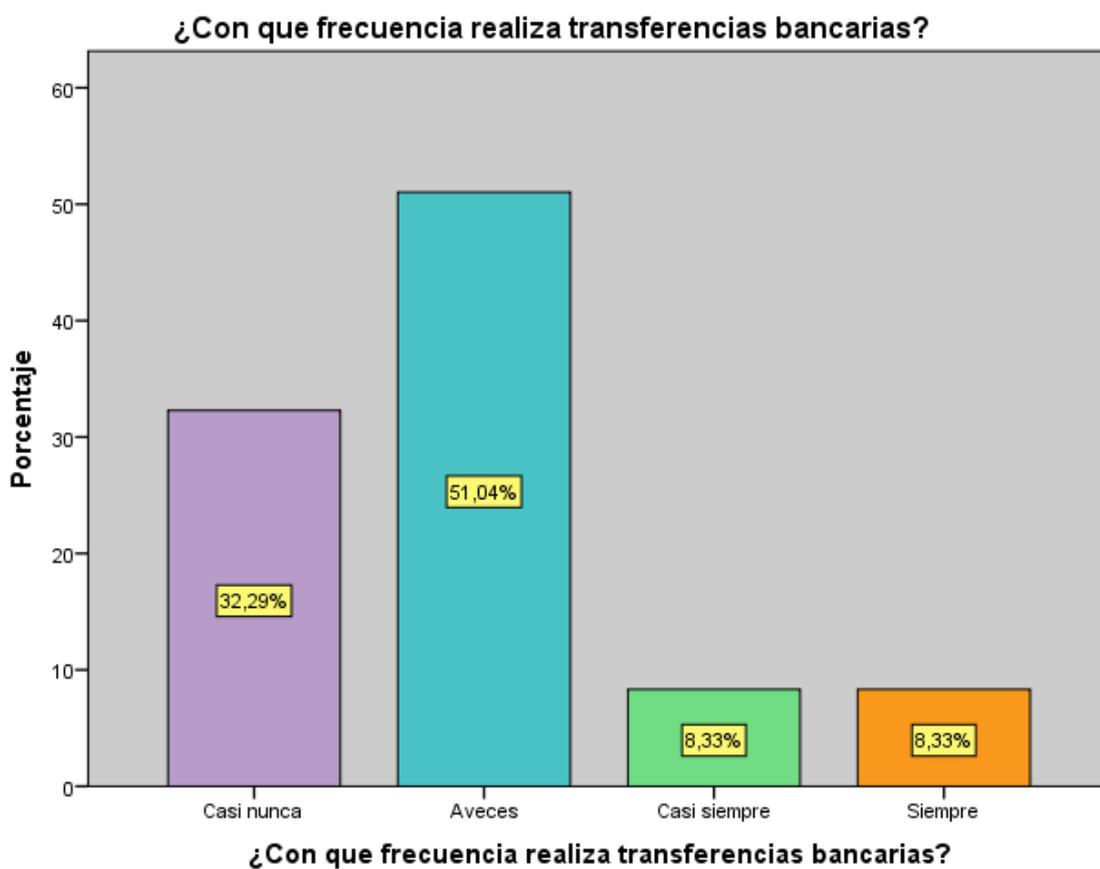
Esto se debe a que no todas las tiendas o centros comerciales cuentan con el servicio de pago con tarjeta o cargo a cuenta bancaria.

**CUADRO N° 08: ¿Con que frecuencia realiza transferencias bancarias?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	31	32,3	32,3	32,3
A veces	49	51,0	51,0	83,3
Casi siempre	8	8,3	8,3	91,7
Siempre	8	8,3	8,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 08: ¿Con que frecuencia realiza transferencias bancarias?**



FUENTE: Cuadro N° 08  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados a veces realiza transferencias bancarias en el Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 51,04% a veces realiza transferencias bancarias en el Banco de la Nación, el 32,29% casi nunca realiza transferencias bancarias en el Banco de la Nación, el 8,33% siempre realiza transferencias bancarias en el Banco de la Nación, el 8,33% casi siempre transferencias bancarias en el Banco de la Nación.

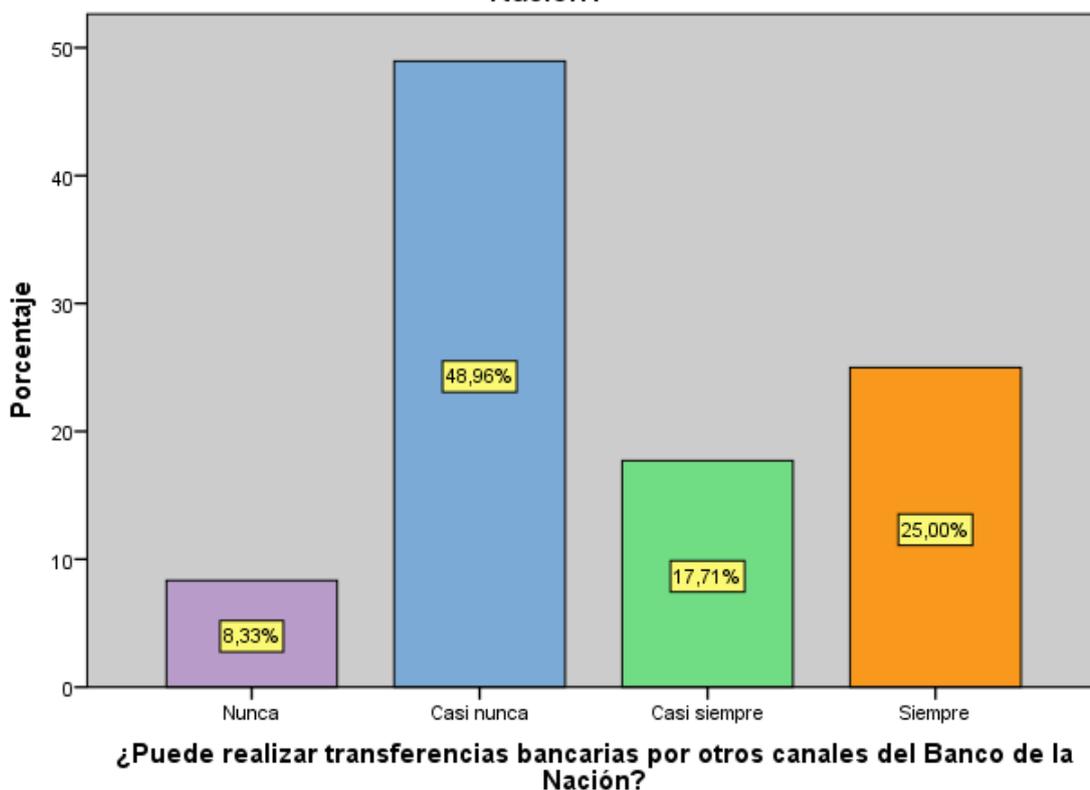
**CUADRO N° 09: ¿Puede realizar transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	8,3	8,3	8,3
Casi nunca	47	49,0	49,0	57,3
Casi siempre	17	17,7	17,7	75,0
Siempre	24	25,0	25,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 09: ¿Puede realizar transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación?**

¿Puede realizar transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación?



FUENTE: Cuadro N° 09  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados casi nunca realiza transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 48,96% casi nunca realiza transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación, el 25% siempre realiza transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación, el 17,71% casi siempre realiza transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación, el 8,33% nunca realiza transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación.

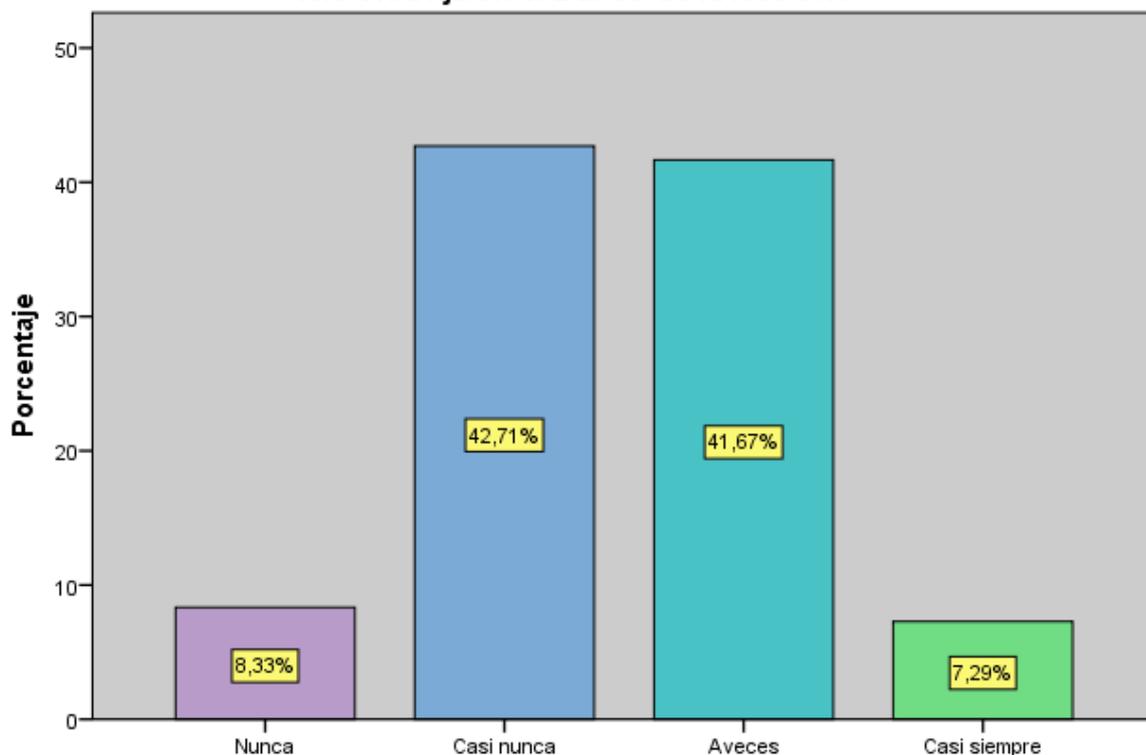
**CUADRO N° 10: ¿Con que frecuencia realiza pago de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	8,3	8,3	8,3
Casi nunca	41	42,7	42,7	51,0
A veces	40	41,7	41,7	92,7
Casi siempre	7	7,3	7,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 10: ¿Con que frecuencia realiza pago de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación?**

¿Con que frecuencia realiza pago de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación?



¿Con que frecuencia realiza pago de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación?

FUENTE: Cuadro N° 10  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados casi nunca realiza pagos de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 42,71% casi nunca realiza pagos de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación, el 41,67% a veces realiza pagos de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación, el 8,33% nunca realiza pagos de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación, el 8,33% nunca transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación.

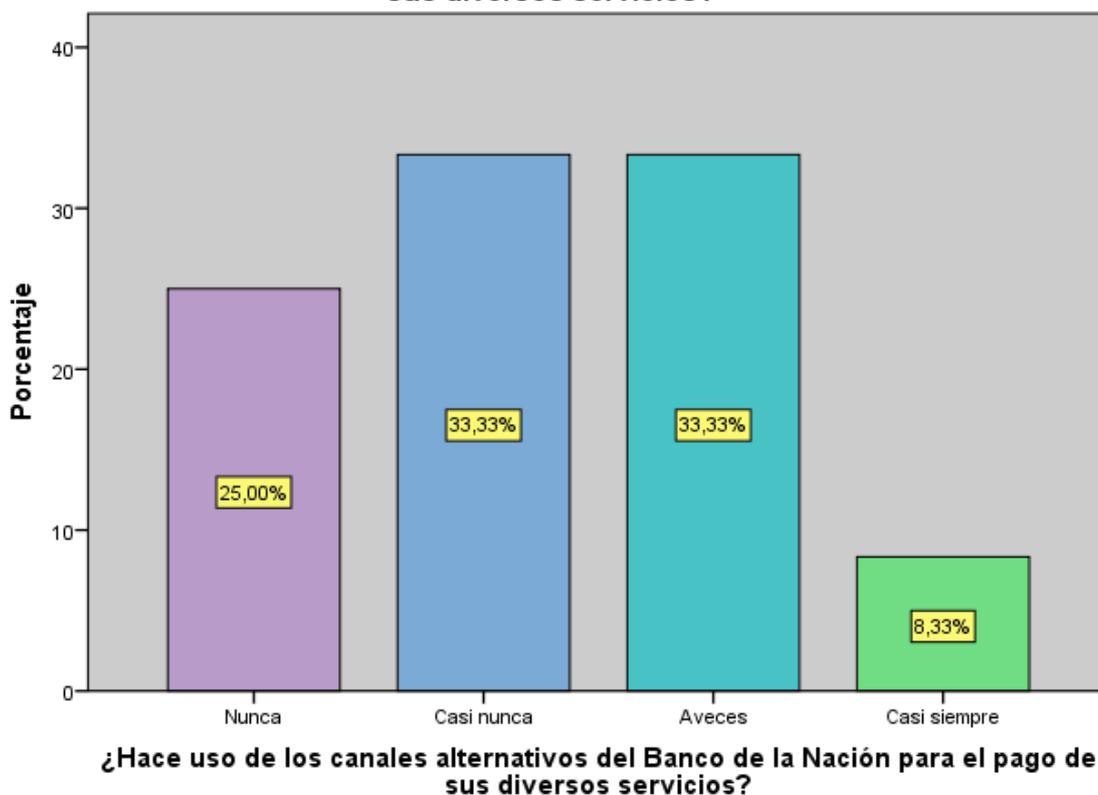
**CUADRO N° 11: ¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de sus diversos servicios?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	24	25,0	25,0	25,0
Casi nunca	32	33,3	33,3	58,3
A veces	32	33,3	33,3	91,7
Casi siempre	8	8,3	8,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 11: ¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de sus diversos servicios?**

¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de sus diversos servicios?



FUENTE: Cuadro N° 11  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados a veces o casi nunca hacen uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de diversos servicios.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 33,33% a veces hacen uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de diversos servicios, el 33,33% casi nunca hacen uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de diversos servicios, el 25% nunca hacen uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de diversos servicios, el 8,33% casi siempre hacen uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de diversos servicios.

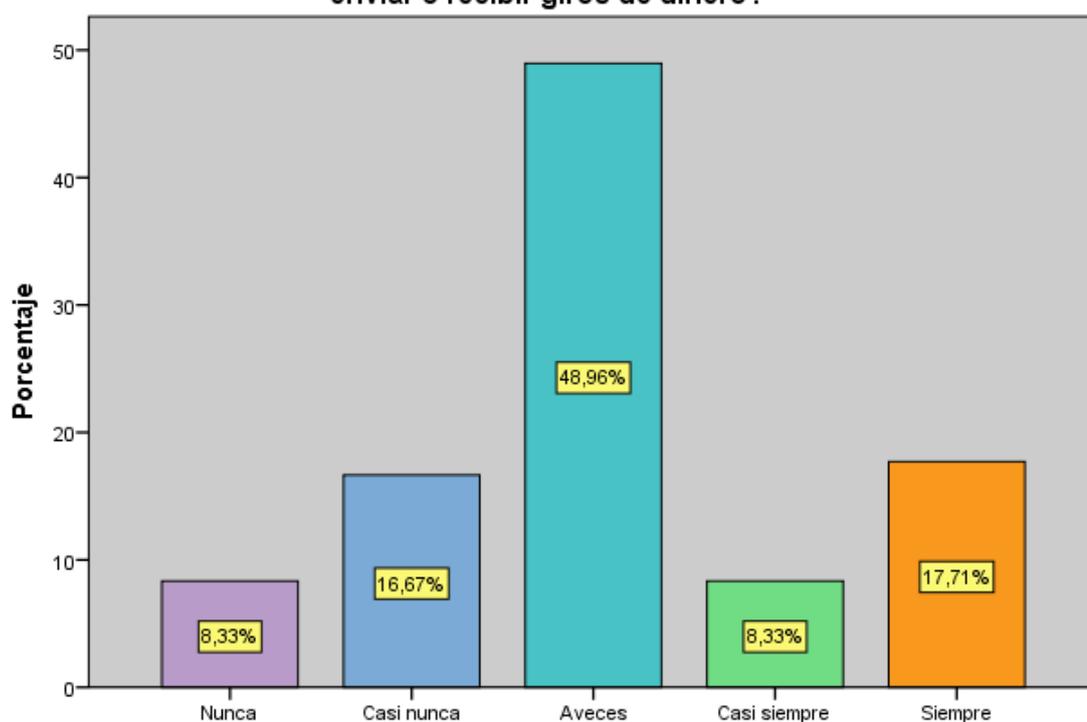
**CUADRO N° 12: ¿Son accesibles económicamente las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	8,3	8,3	8,3
Casi nunca	16	16,7	16,7	25,0
A veces	47	49,0	49,0	74,0
Casi siempre	8	8,3	8,3	82,3
Siempre	17	17,7	17,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 12: ¿Son accesibles económicamente las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero?**

¿Son accesibles económicamente las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero?



¿Son accesibles económicamente las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero?

FUENTE: Cuadro N° 12  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados considera que las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero a veces son accesibles.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 48,96% considera que las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero a veces son accesibles, el 17,71% considera que las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero siempre son accesibles, el 16,67% considera que las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero casi nunca son accesibles, el 8,33% considera que las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero casi siempre son accesibles, el 8,33% considera que las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero nunca son accesibles.

**CUADRO N° 13: ¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensión o remuneraciones?**

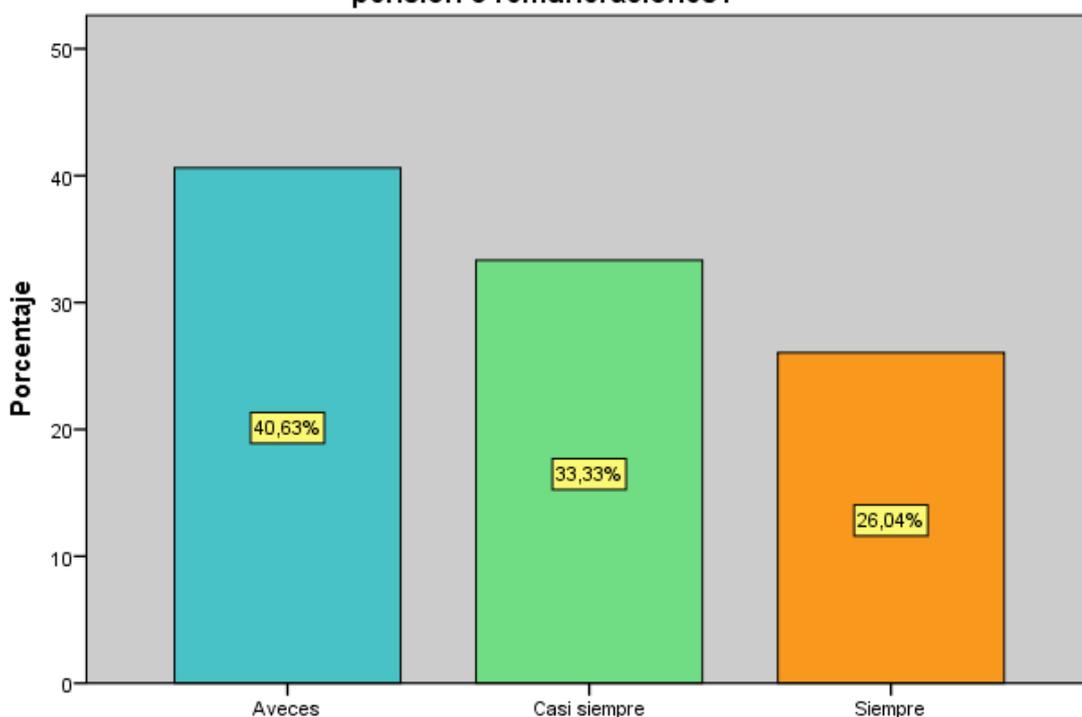
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	39	40,6	40,6	40,6
Casi siempre	32	33,3	33,3	74,0
Siempre	25	26,0	26,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.

ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 13: ¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensión o remuneraciones?**

¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensión o remuneraciones?



¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensión o remuneraciones?

FUENTE: Cuadro N° 13

ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados a veces hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensiones o remuneraciones.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 40,63% a veces hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensiones o remuneraciones, el 33,33% casi siempre hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensiones o remuneraciones, el 26,04% siempre hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensiones o remuneraciones.

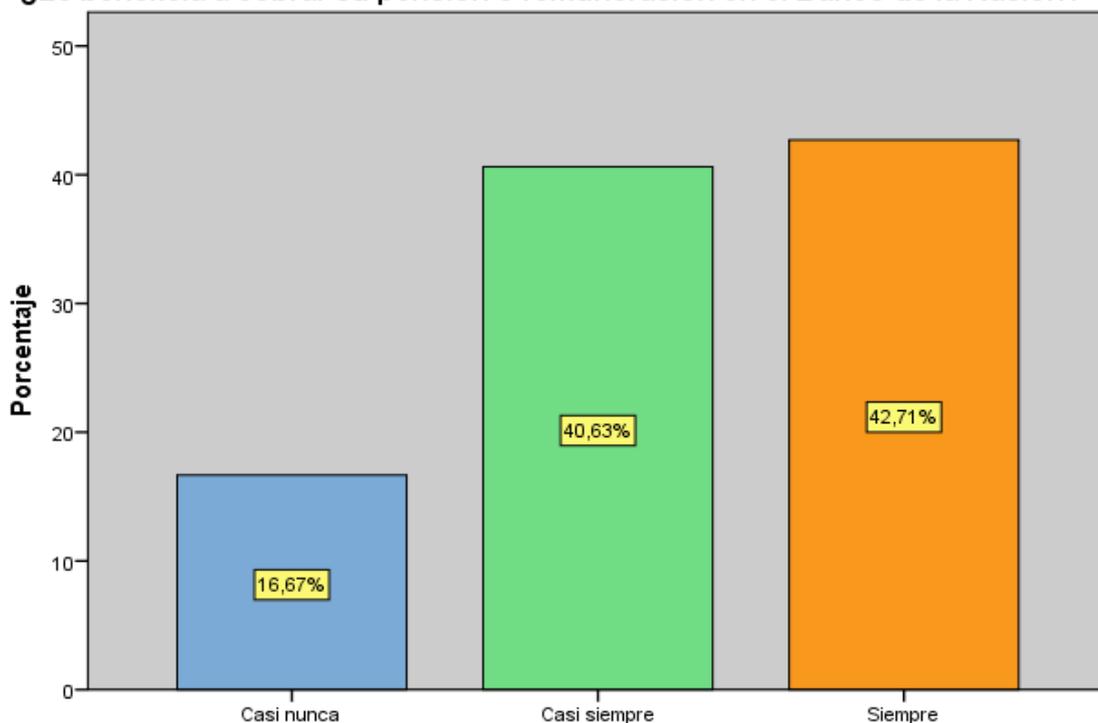
**CUADRO N° 14: ¿Le beneficia a cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	16	16,7	16,7	16,7
Casi siempre	39	40,6	40,6	57,3
Siempre	41	42,7	42,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 14: ¿Le beneficia a cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación?**

¿Le beneficia a cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación?



¿Le beneficia a cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación?

FUENTE: Cuadro N° 14  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados considera que siempre le beneficia cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación,

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 42,71% considera que siempre le beneficia cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación, el 40,63% considera que casi siempre le beneficia cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación, el 16,67% considera que casi nunca le beneficia cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación.

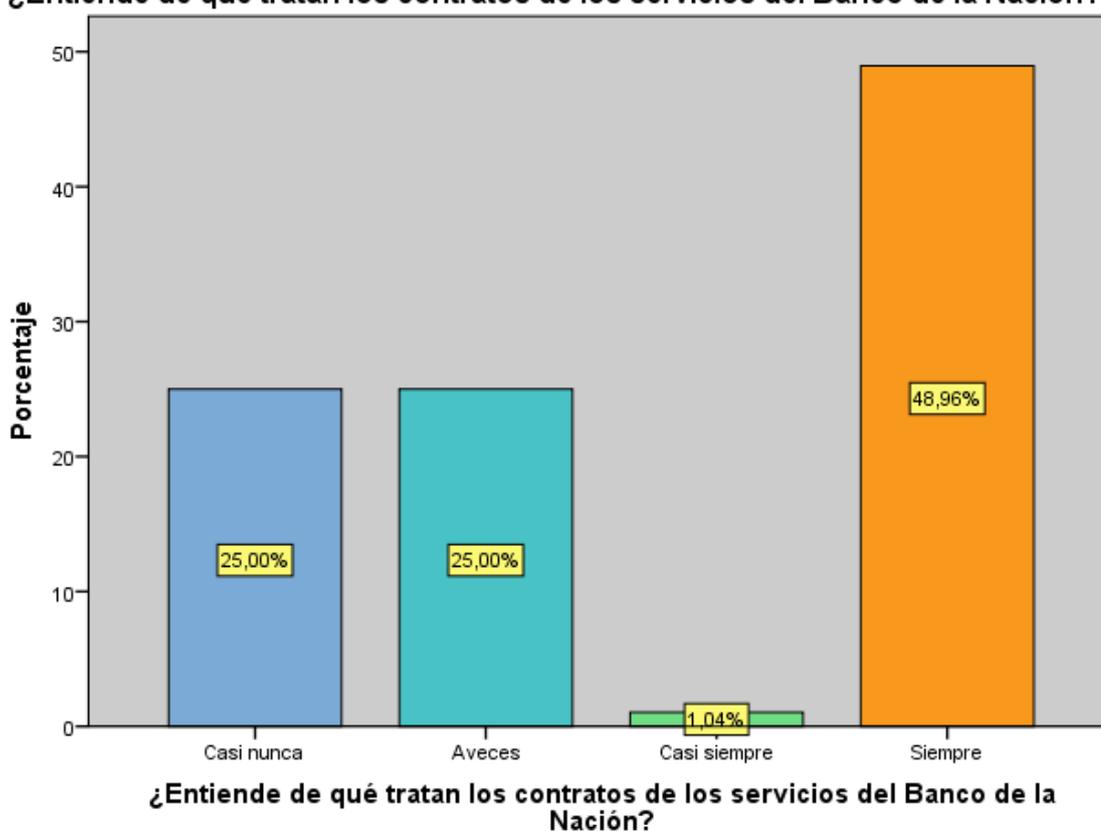
**CUADRO N° 15: ¿Entiende de qué tratan los contratos de los servicios del Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	24	25,0	25,0	25,0
A veces	24	25,0	25,0	50,0
Casi siempre	1	1,0	1,0	51,0
Siempre	47	49,0	49,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 15: ¿Entiende de qué tratan los contratos de los servicios del Banco de la Nación?**

¿Entiende de qué tratan los contratos de los servicios del Banco de la Nación?



FUENTE: Cuadro N° 15  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados mencionan que siempre entienden de qué tratan los contratos de servicios del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

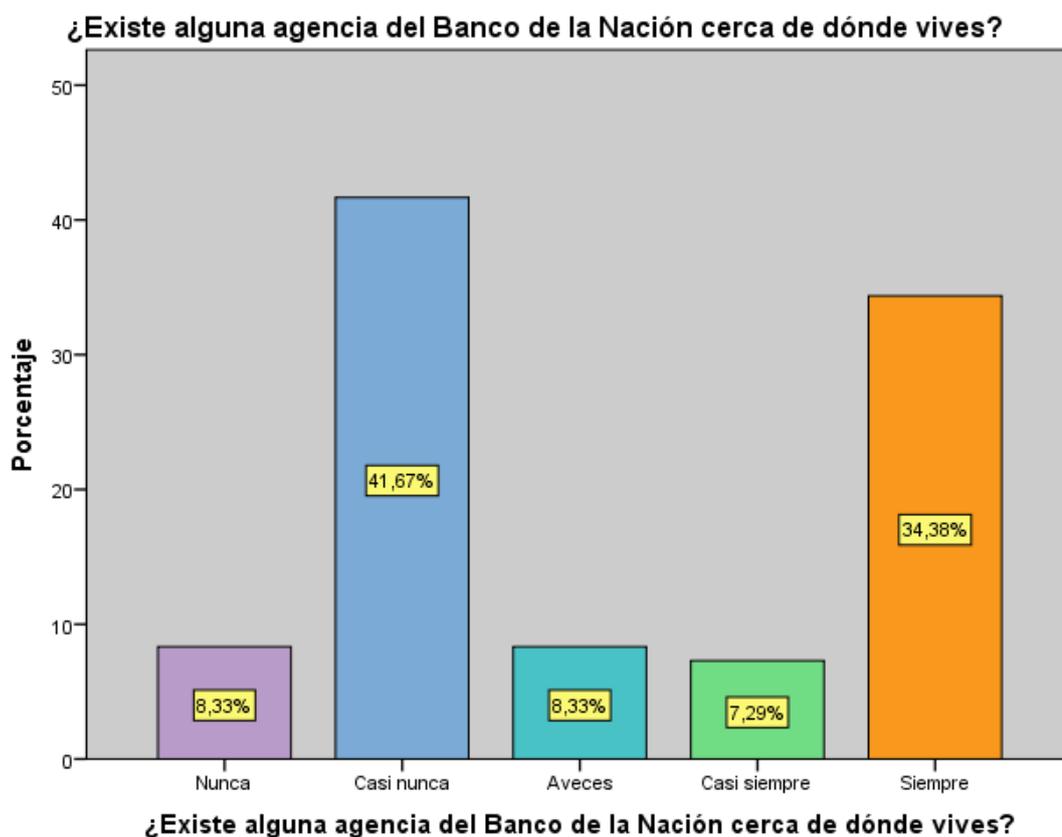
De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 48,96% mencionan que siempre entienden de qué tratan los contratos de servicios del Banco de la Nación, el 25% mencionan que a veces entienden de qué tratan los contratos de servicios del Banco de la Nación, el 25% mencionan que casi nunca entienden de qué tratan los contratos de servicios del Banco de la Nación, el 1,04% mencionan que casi siempre entienden de qué tratan los contratos de servicios del Banco de la Nación.

**CUADRO N° 16: ¿Existe alguna agencia del Banco de la Nación cerca de dónde vives?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	8,3	8,3	8,3
Casi nunca	40	41,7	41,7	50,0
A veces	8	8,3	8,3	58,3
Casi siempre	7	7,3	7,3	65,6
Siempre	33	34,4	34,4	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 16: ¿Existe alguna agencia del Banco de la Nación cerca de dónde vives?**



FUENTE: Cuadro N° 16  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados mencionan que casi nunca existe una agencia del Banco de la Nación cerca de donde vive.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 41,67% mencionan que casi nunca existe una agencia del Banco de la Nación cerca de donde vive, el 34,38% mencionan que siempre existe una agencia del Banco de la Nación cerca de donde vive, el 8,33% mencionan que a veces existe una agencia del Banco de la Nación cerca de donde vive, el 8,33% mencionan que nunca existe una agencia del Banco de la Nación cerca de donde vive, el 7,29% mencionan que casi siempre existe una agencia del Banco de la Nación cerca de donde vive.

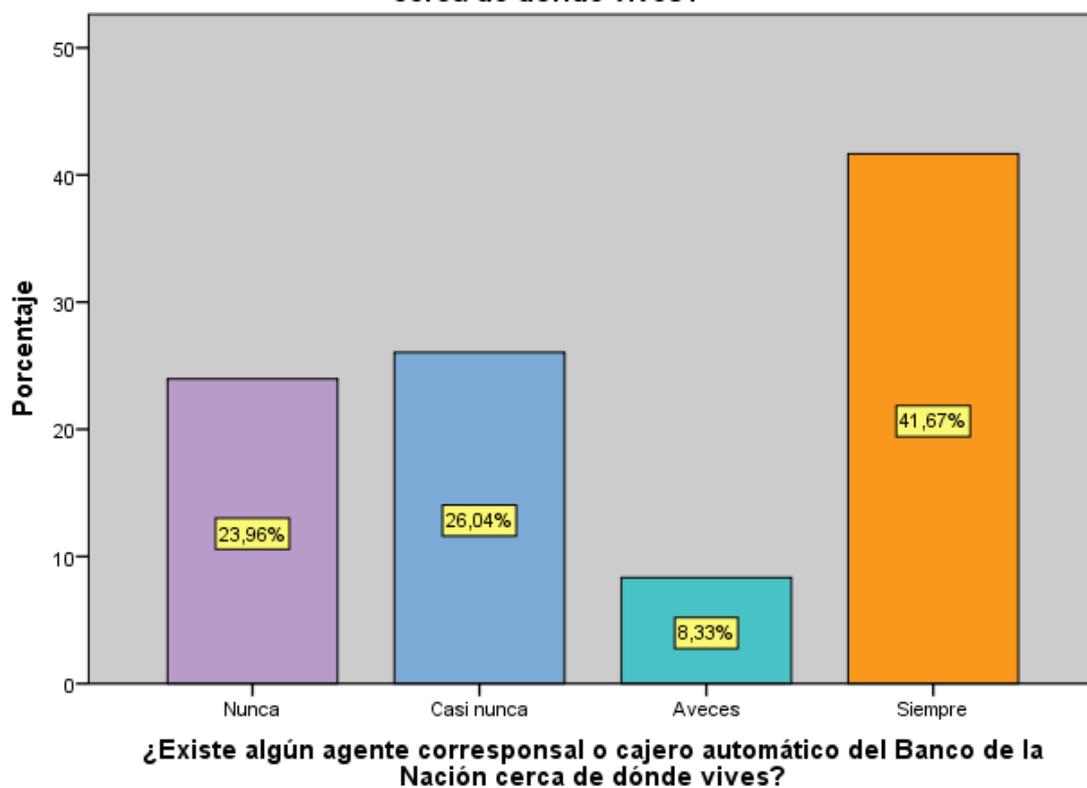
**CUADRO N° 17: ¿Existe algún agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de dónde vives?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	23	24,0	24,0	24,0
Casi nunca	25	26,0	26,0	50,0
A veces	8	8,3	8,3	58,3
Siempre	40	41,7	41,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 17: ¿Existe algún agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de dónde vives?**

¿Existe algún agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de dónde vives?



FUENTE: Cuadro N° 17  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados mencionan que siempre existe un agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de donde vive.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 41,67% mencionan que siempre existe un agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de donde vive, el 26,04% mencionan que casi nunca existe un agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de donde vive, el 23,96% mencionan que nunca existe un agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de donde vive, el 8,33% mencionan que a veces existe un agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de donde vive.

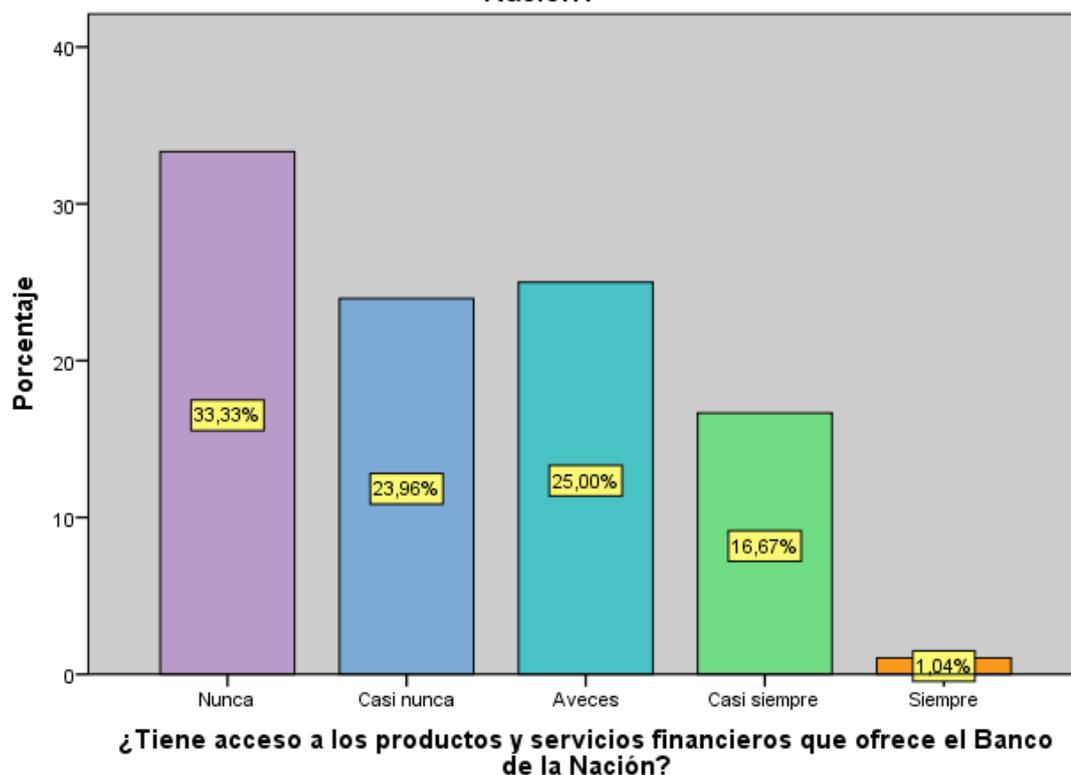
**CUADRO N° 18: ¿Tiene acceso a los productos y servicios financieros que ofrece el Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	32	33,3	33,3	33,3
Casi nunca	23	24,0	24,0	57,3
A veces	24	25,0	25,0	82,3
Casi siempre	16	16,7	16,7	99,0
Siempre	1	1,0	1,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 18: ¿Tiene acceso a los productos y servicios financieros que ofrece el Banco de la Nación?**

¿Tiene acceso a los productos y servicios financieros que ofrece el Banco de la Nación?



FUENTE: Cuadro N° 18  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados mencionan que nunca tienen acceso a los productos y servicios del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

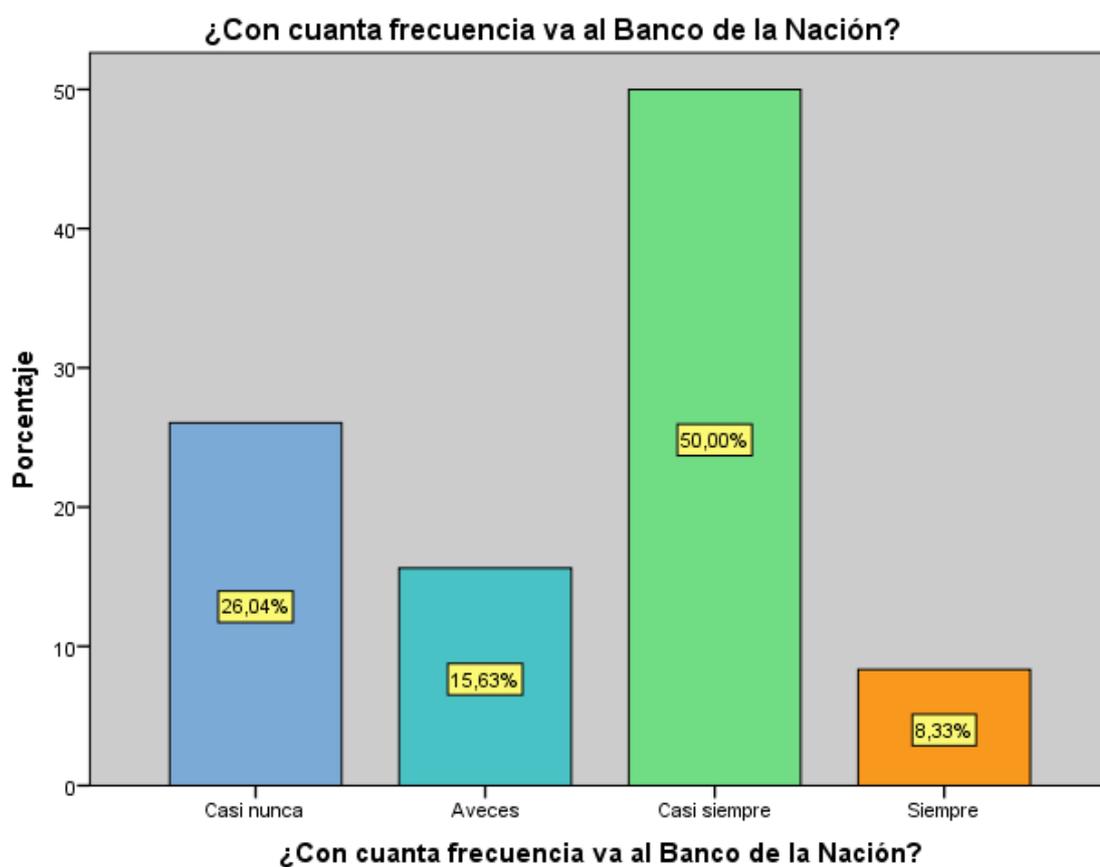
De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 33,33% mencionan que nunca tienen acceso a los productos y servicios del Banco de la Nación, el 23,96% mencionan que casi nunca tienen acceso a los productos y servicios del Banco de la Nación, el 25% mencionan que a veces tienen acceso a los productos y servicios del Banco de la Nación, el 16,67% mencionan que casi siempre tienen acceso a los productos y servicios del Banco de la Nación, el 1,04% mencionan que siempre tienen acceso a los productos y servicios del Banco de la Nación.

**CUADRO N° 19: ¿Con cuanta frecuencia va al Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	25	26,0	26,0	26,0
A veces	15	15,6	15,6	41,7
Casi siempre	48	50,0	50,0	91,7
Siempre	8	8,3	8,3	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 19: ¿Con cuanta frecuencia va al Banco de la Nación?**



FUENTE: Cuadro N° 19  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados mencionan que casi siempre van al Banco de la Nación.

**Interpretación:**

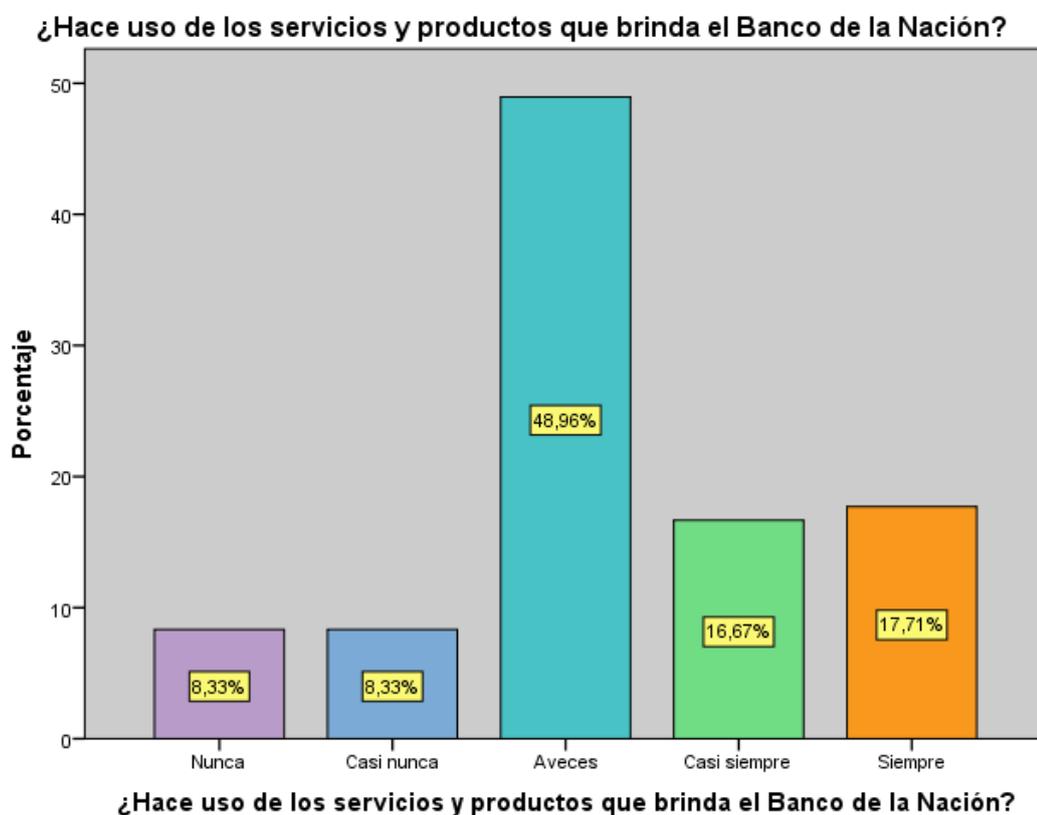
De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 50% mencionan que casi siempre van al Banco de la Nación, el 26,04% mencionan que casi nunca van al Banco de la Nación, el 15,63% mencionan que a veces van al Banco de la Nación, el 8,33% mencionan que siempre van al Banco de la Nación.

**CUADRO N° 20: ¿Hace uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	8	8,3	8,3	8,3
Casi nunca	8	8,3	8,3	16,7
A veces	47	49,0	49,0	65,6
Casi siempre	16	16,7	16,7	82,3
Siempre	17	17,7	17,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 20: ¿Hace uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación?**



FUENTE: Cuadro N° 20  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados mencionan que a veces hacen uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 48,96% mencionan que a veces hacen uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación, el 17,71% mencionan que siempre hacen uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación, el 16,67% mencionan que casi siempre hacen uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación, el 8,33% mencionan que casi nunca hacen uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación, el 8,33% mencionan que nunca hacen uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación.

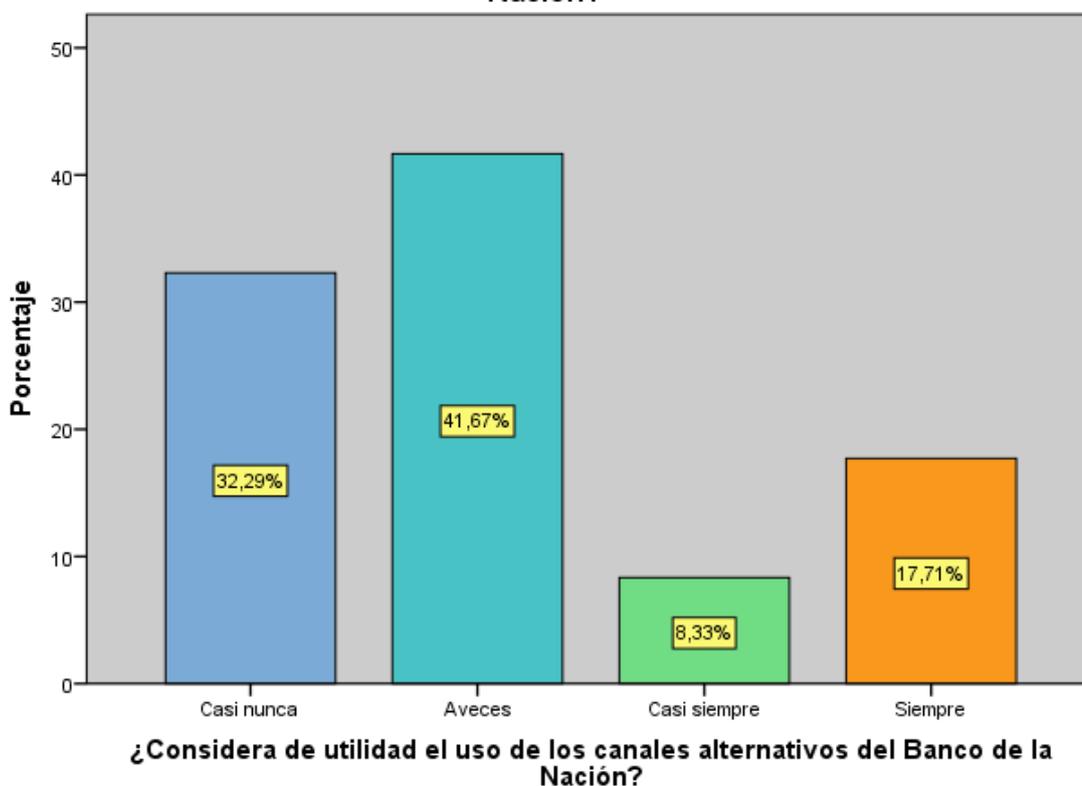
**CUADRO N° 21: ¿Considera de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	31	32,3	32,3	32,3
A veces	40	41,7	41,7	74,0
Casi siempre	8	8,3	8,3	82,3
Siempre	17	17,7	17,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 21: ¿Considera de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación?**

¿Considera de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación?



FUENTE: Cuadro N° 21  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados a veces consideran de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 41,67% a veces consideran de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación, el 32,29% casi nunca consideran de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación, el 17,71% siempre consideran de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación, el 8,33% casi siempre consideran de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación.

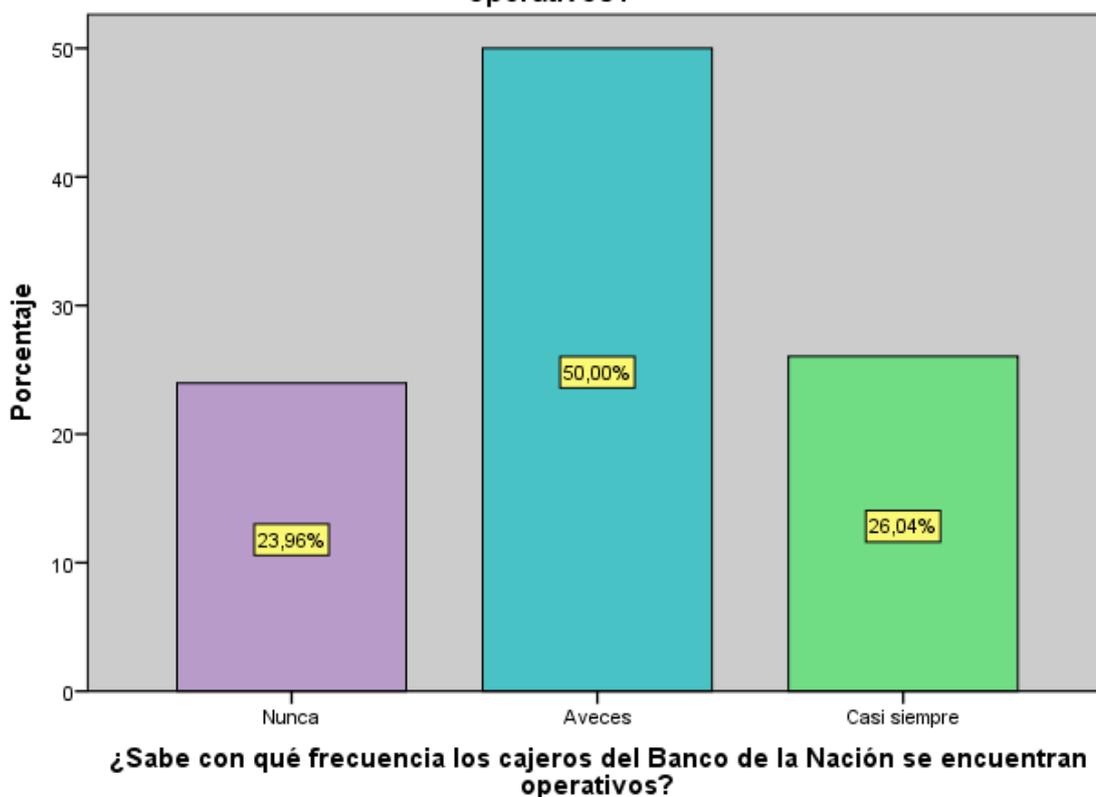
**CUADRO N° 22: ¿Sabe con qué frecuencia los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	23	24,0	24,0	24,0
A veces	48	50,0	50,0	74,0
Casi siempre	25	26,0	26,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 22: ¿Sabe con qué frecuencia los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos?**

¿Sabe con qué frecuencia los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos?



FUENTE: Cuadro N° 22  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados mencionan que a veces los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 50% mencionan que a veces los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos, el 26,04% mencionan que casi siempre los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos, el 23,96% mencionan que nunca los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos.

**CUADRO N° 23: ¿Cree que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades?**

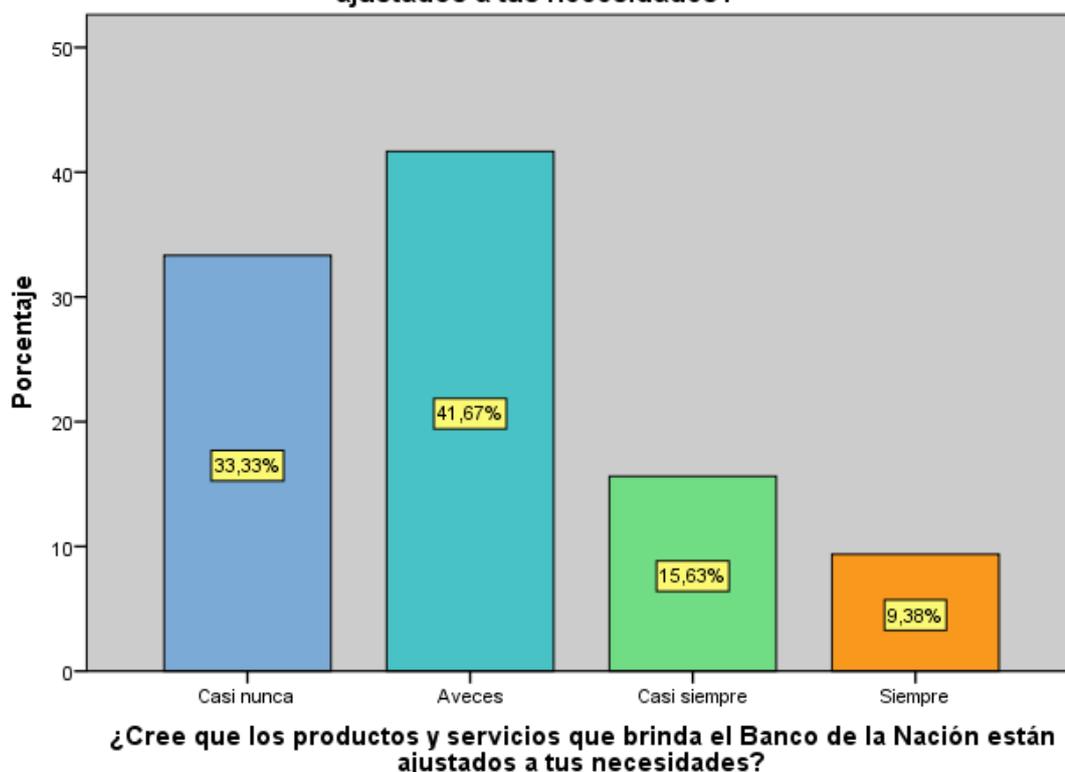
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Casi nunca	32	33,3	33,3	33,3
A veces	40	41,7	41,7	75,0
Casi siempre	15	15,6	15,6	90,6
Siempre	9	9,4	9,4	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.

ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 23: ¿Cree que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades?**

¿Cree que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades?



FUENTE: Cuadro N° 23

ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados veces creen que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades.

**Interpretación:**

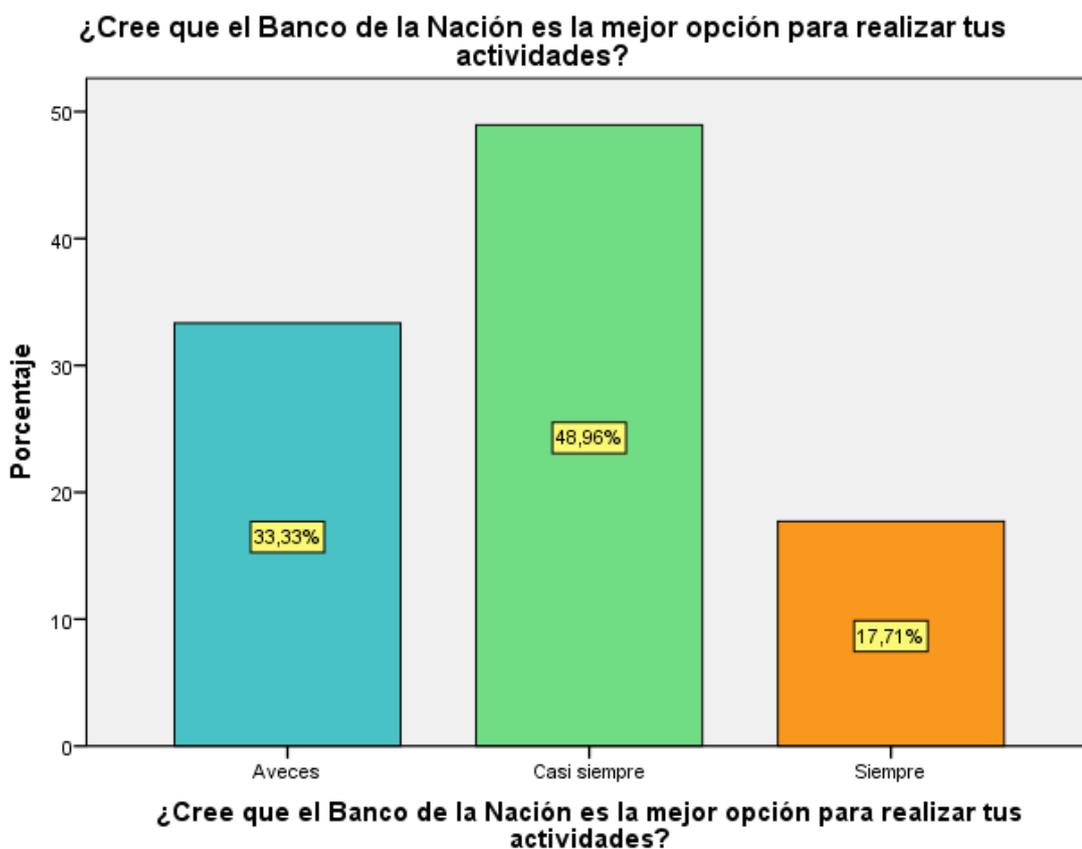
De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 41,67% a veces creen que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades, el 33,33% casi nunca creen que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades, el 15,63% casi siempre creen que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades, el 9,38% siempre creen que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades.

**CUADRO N° 24: ¿Cree que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar tus actividades?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido A veces	32	33,3	33,3	33,3
Casi siempre	47	49,0	49,0	82,3
Siempre	17	17,7	17,7	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 24: ¿Cree que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar tus actividades?**



FUENTE: Cuadro N° 24  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados a veces creen el que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar sus actividades financieras.

**Interpretación:**

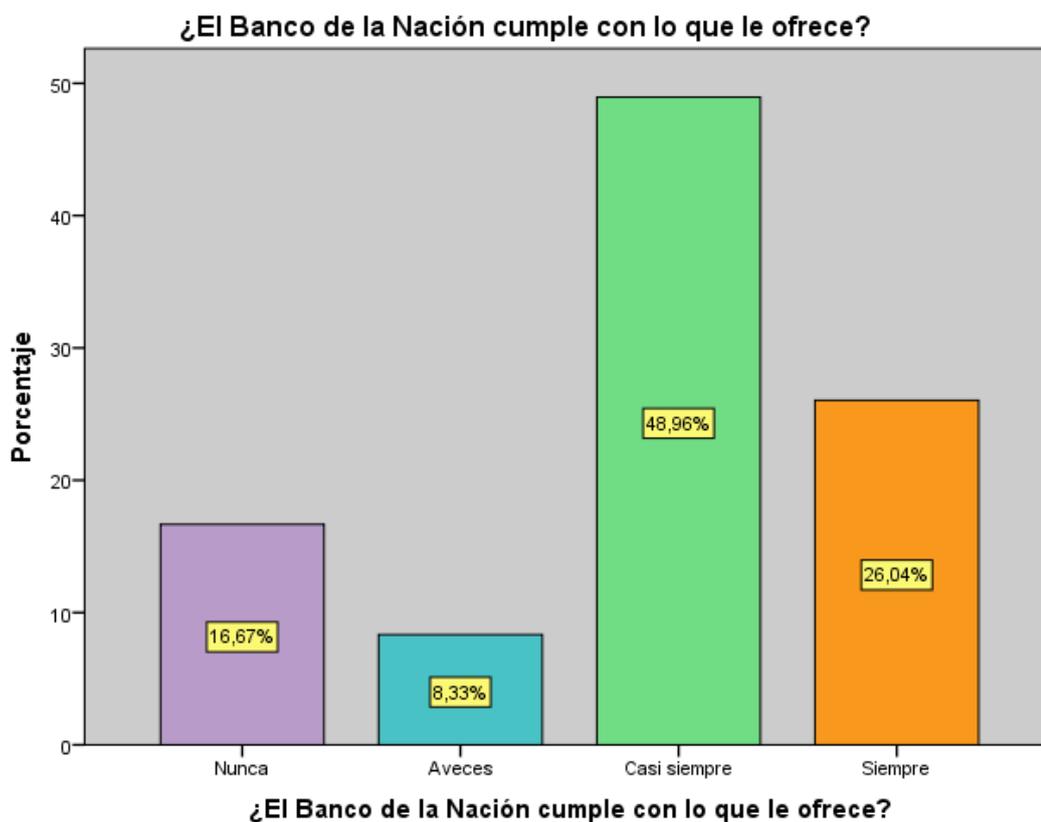
De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 48,96% casi siempre creen que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar sus actividades financieras, el 33,33% a veces creen que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar sus actividades financieras, el 17,71% siempre creen que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar sus actividades financieras.

**CUADRO N° 25: ¿El Banco de la Nación cumple con lo que le ofrece?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	16	16,7	16,7	16,7
A veces	8	8,3	8,3	25,0
Casi siempre	47	49,0	49,0	74,0
Siempre	25	26,0	26,0	100,0
Total	96	100,0	100,0	

FUENTE: Cuestionario aplicado a los usuarios del Banco de la Nación.  
ELABORACIÓN: Propia

**GRÁFICO N° 25: ¿El Banco de la Nación cumple con lo que le ofrece?**



FUENTE: Cuadro N° 25  
ELABORACIÓN: Propia

**Análisis:**

La mayoría de los encuestados creen que el Banco de la Nación casi siempre cumple con lo que le ofrece.

**Interpretación:**

De los 96 usuarios encuestados del Banco de la Nación, el 48,96% creen que el Banco de la Nación casi siempre cumple con lo que le ofrece, el 26,04% creen que el Banco de la Nación siempre cumple con lo que le ofrece, el 16,67% creen que el Banco de la Nación nunca cumple con lo que le ofrece, el 8,33% creen que el Banco de la Nación a veces cumple con lo que le ofrece.

## 4.2 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS Y PRUEBA DE HIPÓTESIS

En la presente investigación se buscar determinar el nivel de influencia de los productos y servicios financieros en la inclusión financiera, para lo cual se ha planteado las siguientes hipótesis:

- **Hipótesis general:** Los productos y servicios financieros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019.

Siendo nuestras variables:

**Variable Independiente:** Los productos y servicios financieros.

**Variable dependiente:** La inclusión financiera.

Para la prueba de la hipótesis general se aplicó la correlación de Pearson, obteniendo el siguiente resultado:

**TABLA N°03: Correlación de las variables**

	Productos y servicios financieros	Inclusión financiera
Productos y servicios financieros	1	,523**
Correlación de Pearson		,000
Sig. (bilateral)		
N	96	96
Inclusión financiera	,523**	1
Correlación de Pearson		
Sig. (bilateral)	,000	
N	96	96

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

FUENTE: De autoría propia, resultados obtenidos del procesamiento de datos.

ELABORACIÓN: Propia

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Para la contrastación de la hipótesis se utilizó la correlación de Pearson, obteniendo como resultado ,523\*\* lo cual de manifiesta que hay relación significativa entre la variable independiente y la variable dependiente; aceptando nuestra hipótesis general.

- **Hipótesis específica 1:** Los seguros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

Siendo nuestras dimensiones: los seguros y la inclusión financiera

Para la prueba de la hipótesis específica 1 se aplicó la correlación de Pearson, obteniendo el siguiente resultado:

**TABLA N°04: Prueba de la hipótesis específica 1**

		Seguros	Inclusión financiera
Seguros	Correlación de Pearson	1	,033
	Sig. (bilateral)		,749
	N	96	96
Inclusión financiera	Correlación de Pearson	,033	1
	Sig. (bilateral)	,749	
	N	96	96

FUENTE: De autoría propia, resultados obtenidos del procesamiento de datos.

ELABORACIÓN: Propia

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Para la contrastación de la hipótesis específica 1 se utilizó la correlación de Pearson, obteniendo como resultado una correlación positiva de ,033\*\* lo cual de manifiesta que hay relación significativa entre la dimensión 1 y la variable dependiente; aceptando nuestra hipótesis.

- **Hipótesis específica 2:** Los ahorros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

Siendo nuestras dimensiones: las cuentas de ahorro y la inclusión financiera

Para la prueba de la hipótesis específica 2 se aplicó la correlación de Pearson, obteniendo el siguiente resultado:

**TABLA N°05: Prueba de la hipótesis específica 2**

		Inclusión financiera	Cuentas de ahorro
Inclusión financiera	Correlación de Pearson	1	,510**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Cuentas de ahorro	Correlación de Pearson	,510**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

FUENTE: De autoría propia, resultados obtenidos del procesamiento de datos.

ELABORACIÓN: Propia

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Para la contrastación de la hipótesis específica 2 se utilizó la correlación de Pearson, obteniendo como resultado una correlación positiva de ,510\*\* lo cual de manifiesta que hay relación significativa entre la dimensión 2 y la variable dependiente; aceptando nuestra hipótesis.

- **Hipótesis específica 3:** Los servicios influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

Siendo nuestras dimensiones: los servicios y la inclusión financiera

Para la prueba de la hipótesis específica 3 se aplicó la correlación de Pearson, obteniendo el siguiente resultado:

**TABLA N°06: Prueba de la hipótesis específica 3**

		Inclusión financiera	Servicios
Inclusión financiera	Correlación de Pearson	1	,596**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	96	96
Servicios	Correlación de Pearson	,596**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	96	96

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

FUENTE: De autoría propia, resultados obtenidos del procesamiento de datos.

ELABORACIÓN: Propia

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:** Para la contrastación de la hipótesis específica 3 se utilizó la correlación de Pearson, obteniendo como resultado una correlación positiva de ,596\*\* lo cual de manifiesta que hay relación significativa entre la dimensión 3 y la variable dependiente; aceptando nuestra hipótesis.

## **CAPÍTULO V**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

#### **5.1. CONTRASTACIÓN DE LOS RESULTADOS**

##### **5.1.1. Con relación al objetivo general**

Determinar el nivel de influencia de los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019

La influencia de los productos y servicios financieros influyen en la inclusión financiera se determinó aplicando la prueba de hipótesis, en donde se obtuvo una correlación de Pearson de 0,523, como se muestra en la tabla N° 03, en el cual se aprecia que hay una relación positiva significativa entre las variables de estudio: productos y servicios financieros y la inclusión financiera en el Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis año 2019, debido a ello se puede afirmar que el acceso, uso y calidad de los productos y servicios financieros promueve la inclusión financiera, a su vez que permite el desarrollo y perfeccionamiento de la educación financiera en los usuarios del Banco de la Nación.

Resultados que son contrastados con la investigación “Los productos y servicios financieros y su influencia en la inclusión financiera en la Región Junin – El caso del Banco de la Nación Macro Región III Huancayo”, investigado por Granados (2017) quien concluyó que los productos y servicios financieros influyen de manera directa y significativa en la inclusión financiera, a través del acceso - uso origina la inclusión financiera y desarrolla los mejores niveles de satisfacción en los usuarios de los programas sociales.

Por lo que se concluye con los resultados obtenidos de la investigación que los productos y servicios financieros influyen en

la inclusión financiera, por lo que se reafirma las conclusiones de la investigación “Los productos y servicios financieros y su influencia en la inclusión financiera en la Región Junin – El caso del Banco de la Nación Macro Región III Huancayo” de Granados (2017), en el cual menciona que la influencia es a través del acceso y el uso de los productos y servicios financieros.

### **5.1.2. Con relación al objetivo 1**

Determinar de qué manera los seguros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

Según la prueba de hipótesis específica 1, se obtuvo una correlación de Pearson 0,033, como se muestra en la tabla N°04, indicando una relación positiva entre las variables de estudio: dimensión 1 y la inclusión financiera.

Resultados que son contrastados con el objetivo general de la ENIF según MEF (2015), que es promover el acceso y uso responsable de servicios financieros integrales, que sean confiables, eficientes, innovadores y adecuados a las necesidades de los diversos segmentos de la población, se espera un mayor uso de los seguros como instrumentos formales para cubrir contingencias y reducir vulnerabilidades.

Por lo mencionado en los resultados de la presente investigación que han sido contrastados con el objetivo general de la ENIF según el MEF (2015), se reafirma que los seguros influyen en la inclusión financiera.

### **5.1.3. Con relación al objetivo 2**

Determinar de qué manera los ahorros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

La prueba de hipótesis específica 2, obtuvo en la correlación de Pearson 0,510, como se observa en la tabla N° 05, lo que indica que hay una relación positiva significativa entre la dimensión 2 y la inclusión financiera.

Los resultados de la investigación son contrastados con el MEF (2015), en el cual menciona que hace imperativa la participación del Estado para el diseño de políticas públicas que promuevan mejores y mayores mecanismos de inclusión a los mercados financieros, así como cambios en el comportamiento de los usuarios (individuos y empresas) que consoliden una cultura de ahorro, de seguros, previsional y de financiamiento responsable; asimismo los resultados son respaldados con los gráficos N° 04 y N° 05 en donde se observa que la mayoría de los encuestados hacen uso de su cuenta de ahorros o acceden a ello a través de otras plataformas.

Por lo que afirmo que la dimensión ahorros influye en la inclusión financiera.

#### **5.1.4. Con relación al objetivo 3**

Determinar de qué manera los servicios influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.

Cabe señalar que en la correlación de Pearson de obtuvo 0,596, como se demuestra en la tabla N° 06 producto de la prueba de hipótesis específica 3; lo cual nos permite aseverar que hay relación positiva significativa entre la dimensión 3 y la inclusión financiera.

La contrastación de los resultados con los resultados de la investigación “Política y regulación de la aplicación de nuevas tecnologías para el avance de la inclusión financiera por las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador”, investigado por

Almeida (2017), quién concluye que la tecnología está transformando la vida personal, laboral y profesional; es en estas circunstancias que también los servicios financieros están cambiando sus procesos para facilitar cada vez más las transacciones, y eso también se consigue con el uso de las nuevas tecnologías, en este caso a través de los smartphones, la inclusión financiera tiene mucho que apoyarse en las finanzas digitales, puesto que es una herramienta fundamental para lograr dicho objetivo, así como la expansión de financieros mediante el uso de internet se pueden ejecutar transferencias bancarias, abrir pólizas de acumulación, recibos electrónico estado de cuentas, consulta de saldos de las cuentas, cobro de cheques, entre otros. Los servicios financieros digitales se refieren a la realización de flujos financieros de manera oportuna, segura y precisa, y estos también se pueden realizar a través de los Smartphone que disponen de las aplicaciones para realizar transacciones financieras.

Por lo se reafirma los resultados obtenidos en la investigación “Política y regulación de la aplicación de nuevas tecnologías para el avance de la inclusión financiera por las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador”, de Almeida (2017) el cual menciona que la inclusión financiera se apoya en el acceso, uso y calidad de los servicios financieros a través de plataformas diversas.

Al comprobar que los productos y servicios financieros influyen de manera directa y significativa en la inclusión financiera a través del acceso, uso y calidad de los productos y servicios financieros, promoviendo la inclusión financiera se determina lo siguiente:

Para los los usuarios que cuentan con cuentas de ahorros activas en donde perciben sus sus pensiones o remuneraciones, generándoles la posibilidad de acceder a los distintos beneficios como son ahorros, créditos, transferencias, pagos de servicios públicos con cargo en

cuenta, además de poder acceder a los seguros que ofrece el Banco de la Nación a sus clientes, así mismo el derecho de ser parte del sistema financiero.

Los resultados de la investigación contribuye al Estado Peruano y al Banco de la Nación, en su rol de promover la de inclusión financiera, y en ésta investigación el aporte sustancial del Banco de la Nación como representante financiero del Estado desarrollando sus funciones en beneficio de la inclusión financiera logrando constituirse como el principal generador de la participación de la población en general en el sistema financiero.

Así mismo sirve como aporte para el Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis de manera directa y positiva, puesto que los resultados obtenidos evidencian el crecimiento del Banco de la Nación como Institución Financiera del Estado, gracias a la participación activa en los usuarios, además de justificar la necesidad de extender los canales de atención asimismo de educar a los usuarios en el uso de los canales alternativos y con ello sostener la calidad de sus productos y servicios financieros, amplificando la cobertura geográfica para seguir en su proceso de Bancarización e Inclusión financiera.

## CONCLUSIONES

- Se determinó que los productos y servicios financieros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de Nación Agencia 2 Amarilis. La influencia de los productos y servicios financieros en la Inclusión financiera se determinó aplicando la prueba de hipótesis, en donde se obtuvo una correlación de Pearson de 0,523, como se muestra en la tabla N° 03, en el cual se aprecia que hay una relación positiva significativa entre las variables de estudio: productos y servicios financieros y la inclusión financiera en el Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis año 2019, debido a ello se puede afirmar que el acceso, uso y calidad de los productos y servicios financieros promueve la inclusión financiera, a su vez que permite el desarrollo y perfeccionamiento de la educación financiera en los usuarios del Banco de la Nación.
- Se determinó que el acceso a la adquisición de los seguros de tarjeta, oncológico y/o de sepelio, influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis. Conclusión obtenida de la prueba de hipótesis específica 1, en el cual se obtuvo una correlación de Pearson 0,033, como se muestra en la tabla N°04, indicando una relación positiva entre las variables de estudio: dimensión 1 y la inclusión financiera; asimismo la relación entre las variables se aprecian en los Gráficos N° 01, N° 02 y N° 03 donde se observa la significancia de acceder y contratar un seguro, estos resultados fueron contrastados con el objetivo general de la ENIF según MEF (2015), que es promover el acceso y uso responsable de servicios financieros integrales, que sean confiables, eficientes, innovadores y adecuados a las necesidades de los diversos segmentos de la población, pero pese a ello aún se viene trabajando en implementar la estrategia desarrollada por el Ministerio de Economía y Finanzas.
- Se determinó que los ahorros y la canalización de ellos influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis. conclusión determinada de la prueba de

hipótesis específica 2, obtuvo en la correlación de Pearson 0,510, como se observa en la tabla N° 05, lo que indica que hay una relación positiva significativa entre la dimensión 2 y la inclusión financiera; asimismo Los resultados de la investigación son contrastados con el MEF (2015), en el cual menciona que hace imperativa la participación del Estado para el diseño de políticas públicas que promuevan mejores y mayores mecanismos de inclusión a los mercados financieros, así como cambios en el comportamiento de los usuarios (individuos y empresas) que consoliden una cultura de ahorro, de seguros, previsional y de financiamiento responsable; asimismo los resultados son respaldados con los gráficos N° 04 y N° 05 en donde se observa que la mayoría de los encuestados hacen uso de su cuenta de ahorros o acceden a ello a través de otras plataformas.

- Se determinó que el acceso y uso de los servicios financieros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 2 Amarilis. Cabe señalar que en la correlación de Pearson de obtuvo 0,596, como se demuestra en la tabla N° 06 producto de la prueba de hipótesis específica 3; lo cual nos permite aseverar que hay relación positiva significativa entre la dimensión 3 y la inclusión financiera, asimismo la contrastación de los resultados con la investigación de Almeida (2017), el cual menciona que la inclusión financiera se apoya en el acceso, uso y calidad de los servicios financieros a través de plataformas diversas nos permite aseverar que los servicios financieros están cambiando sus procesos para facilitar cada vez más las transacciones y el uso de ellos.

## RECOMENDACIONES

- El Banco de Nación Agencia 2 Amarilis a cargo de la Gerencia de Banca de Desarrollo e Inclusión Financiera, la Subgerencia de productos, canales y servicios de Inclusión y la Subgerencia de productos y la Subgerencia de proyectos de Inclusión deberían brindar mayor información de los productos y servicios financieros que ofrece a través de charlas informativas, folletos, banners u otros, asimismo promocionar el uso de los productos y servicios financieros por parte de la población, de esta manera se obtendría mayor participación de los usuarios.
- El Banco de Nación Agencia 2 Amarilis a cargo de la Gerencia de Banca de Desarrollo e Inclusión Financiera, la Subgerencia de productos, canales y servicios de Inclusión y la Subgerencia de productos y la Subgerencia de proyectos de Inclusión deberían promocionar el acceso a los seguros que ofrece, dando a conocer los beneficios a corto y largo plazo de adquirir un seguro, de la misma forma educar a la población sobre el uso adecuado de su producto contratado, asimismo se espera un mayor uso de los seguros por parte de los usuarios como instrumentos formales para cubrir contingencias y reducir vulnerabilidades.
- El Banco de Nación Agencia 2 Amarilis a cargo de la Gerencia de Banca de Desarrollo e Inclusión Financiera, la Subgerencia de productos, canales y servicios de Inclusión y la Subgerencia de productos y la Subgerencia de proyectos de Inclusión deberían educar a la población de sobre la facilidad y finalidad de aperturar una cuenta de ahorro, los beneficios y el manejo adecuado de los mismos.
- El Banco de Nación Agencia 2 Amarilis a cargo de la Gerencia de Banca de Desarrollo e Inclusión Financiera, la Subgerencia de productos, canales y servicios de Inclusión y la Subgerencia de productos y la Subgerencia de proyectos de Inclusión deberían enseñar a sus usuarios acerca del uso, acceso y calidad de sus servicios financieros, promocionando sus canales alternativos como los cajeros automáticos,

banca móvil y banca por internet por ser más accesibles, rápidos y seguros, ya que a través de los canales alternativos podrían realizar pagos u otras transacciones de forma segura desde cualquier lugar sin la necesidad de acercarse a una oficina de esta manera se evitaría tiempos muertos en las colas, abarrotamiento en las oficinas, manejo de dinero en efectivo que lo pone en riesgo de la delincuencia y otros.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AICAR ADICAE, A. d. (2013). PRÉSTAMOS. *GUÍA PRÁCTICA PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS BÁSICOS PARA LOS CONSUMIDORES*, 46-56.
- AJE Confederación, C. E. (2008). *Productos Financieros y Alternativas de Financiación*. España: Dimer Suministros y Producciones Gráficas, S.L.
- Almeida Guzmán, P. (2017). *Política y regulación de la aplicación de nuevas tecnologías para el avance de la inclusión financierapor las cooperativas de ahorro y crédito del Ecuador*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Alonso Álvarez, M. (2016). *El Sistema de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) como promotor de la bancarización y la inclusión financiera en el Perú. Un estudio retrospectivo de 1980 a 2014*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Asbanc, A. d. (5 de MARZO de 2018). INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL PERÚ Y EN PAÍSES DE LA REGIÓN. *ASBANC SEMANAL*(276), 2-5.
- Banco de la Nación, B. (2015). *Actividades realizadas por el Banco de la Nación en Materia de Inclusión Financiera*. Lima.
- Banco de la Nación, B. (2015). *Nuestro Banco*. Lima: División Imagen Corporativa del Banco de la Nación.
- Banco de la Nación, B. (29 de Agosto de 2019). *Banco de la Nación*. Obtenido de Banco de la Nación: [www.bn.com.pe](http://www.bn.com.pe)
- Banco Mundial, B. -a. (20 de Abril de 2018). *Banco Mundial*. Obtenido de inclusión financiera: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/inclusion>
- Barrueta Salazar, L. H. (2016). *Los servicios SMS de la banca móvil del BBVA Continental y su influencia en la inclusión Financiera de la población del distrito de Panao – Huánuco 2014*. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- Cemla, Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos. (2013). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. (C. d. Latinoamericanos, Ed.) *Boletín*, LIX(3), 206. Obtenido de [www.cemla.org](http://www.cemla.org)
- Cruz Barbachan, M. J., & Quisiyupanqui Luza, M. (2018). *Factores limitantes de la inclusión financiera en el departamento de Cusco 2017*. Cusco: Universidad Andina del Cusco.
- Granados de la Vega, J. (2017). *Los productos y servicios financieros y su influencia en la inclusión financiera en la Región Junin – el caso del Banco de la Nación Macro Región III Huancayo*. Huancayo: Universidad Nacional del Centro del Perú.
- Hernández Romero, O. (2001). *Creatividad e innovaciones estratégicas en la gestión de los servicios financieros para el sector rural mexicano*. Barcelona: Universidad Politécnica de Catalunya.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta Edición ed.). (J. M. Chacón, Ed.) México D.F.: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- INEI. (2018). *Directorio Nacional de Municipalidades provinciales y Distritales 2017*.
- Jiménez Paneque, R. (1998). *Metodología de la investigación. Elementos básicos para para la investigación clínica*. La habana : Editorial Ciencias Médicas.
- Martínez Cervantes, M. G., & Lucero Chavez, L. L. (2015). *Los servicios financieros y su incidencia en la satisfacción del cliente en Interbank – filial Huánuco semestre: I 2014*. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizán.
- MEF, M. d. (2015). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera*. Lima.
- Pérez Caldentey, E., & Titelman, D. (2018). *La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca de desarrollo*. Naciones Unidas, Santiago: CEPAL.
- SBS, S. (07 de Setiembre de 2019). *Superintendencia de Banca, Seguros y AFP*. Obtenido de Importancia de la Inclusión Financiera: <http://www.sbs.gob.pe/inclusion-financiera/Inclusion-Financiera/Importancia>
- SBS, S. d. (2019). *Superintendencia de Banca, Seguros y AFP*. Obtenido de Superintendencia de Banca, Seguros y AFP: <http://www.sbs.gob.pe/usuarios/informacion-financiera/productos-financieros>

# **ANEXOS**

## Anexo N° 01: Matriz de consistencia

TITULO	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA	MÉTODOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN
<b>“PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS Y LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL BANCO DE NACIÓN AGENCIA 02 AMARILIS 2019”</b>	<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cómo influyen los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a. ¿De qué manera los seguros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019?</p> <p>b. ¿De qué manera los ahorros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019?</p> <p>c. ¿De qué manera los servicios influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar el nivel de influencia de los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis durante el periodo de setiembre a noviembre del año 2019.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <p>a. Determinar de qué manera los seguros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.</p> <p>b. Determinar de qué manera los ahorros influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.</p> <p>c. Determinar de qué manera los servicios influyen en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis, 2019.</p>	<p><b>HIPÓTESIS GENERAL</b></p> <p>Los productos y servicios financieros influyen significativamente en la en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019.</p> <p><b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los seguros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019.</li> <li>• Los ahorros influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019.</li> <li>• Los servicios influyen significativamente en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarilis 2019.</li> </ul>	<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE</b></p> <p>Inclusión financiera</p> <p><b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b></p> <p>Los productos y servicios financieros.</p>	<p><b>TIPO DE INVESTIGACIÓN</b></p> <p>Investigación Aplicada</p> <p>- <b>ENFOQUE</b></p> <p>Cuantitativo</p> <p>- <b>ALCANCE</b></p> <p>Nivel Descriptivo Correlacional</p> <p>- <b>DISEÑO</b></p> <p>No Experimental de tipo Transeccional - Correlacional</p>	<p><b>TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS.</b></p> <p><b>Técnica:</b> El fichaje</p> <p><b>Instrumentos:</b> fichas bibliográficas, fichas textuales y fichas de resumen</p> <p><b>Técnica:</b> La Encuesta</p> <p><b>Instrumento:</b> El cuestionario</p> <p><b>TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN.</b></p> <p><b>Técnica de procesamiento de datos</b></p> <p>Aplicación de IBM SPSS, en cuadros y gráficos estadísticos.</p> <p><b>Análisis estadístico de datos</b></p> <p>Técnica estadística Chi<sup>2</sup> Correlación de Pearson</p>

## Anexo N° 02: Cuestionario N° 01

*Estimados usuarios del Banco de la Nación sírvase a llenar con sinceridad el presente cuestionario que tiene fines netamente académicos. El objetivo es determinar el nivel de influencia de los productos y servicios financieros en la inclusión financiera de los usuarios del Banco de la Nación Agencia 02 Amarillis durante el periodo de setiembre a noviembre del año 2019.*

*Instrucciones: Lea con atención cada pregunta y marque con un aspa (X) en la alternativa que crea conveniente:*

EDAD: \_\_\_\_\_ SEXO: M ( ) F ( )

N°	ITEMS	Siempre 5	Casi siempre 4	A veces 3	Casi nunca 2	Nunca 1
1.	¿Considera útil el seguro de tarjeta del banco de la Nación?					
2.	¿Cree que le beneficiaría contratar un seguro oncológico en el Banco de la Nación?					
3.	¿Considera beneficioso acceder a un seguro de sepelio en el Banco de la Nación?					
4.	¿Con que frecuencia hace uso de su cuenta del Banco de la Nación?					
5.	¿Accede a través de banca electrónica o banca móvil a su cuenta de ahorros del Banco de la Nación?					
6.	¿Considera necesario el uso de la tarjeta de débito del Banco de la Nación?					
7.	¿Con que frecuencia realiza compras u otros con su tarjeta débito del Banco de la Nación?					
8.	¿Con que frecuencia realiza transferencias bancarias?					
9.	¿Puede realizar transferencias bancarias por otros canales del Banco de la Nación?					
10.	¿Con que frecuencia realiza pago de servicios de agua, energía eléctrica y telefonía fija en el Banco de la Nación?					
11.	¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el pago de sus diversos servicios?					
12.	¿Son accesibles económicamente las comisiones del Banco de la Nación por enviar o recibir giros de dinero?					
13.	¿Hace uso de los canales alternativos del Banco de la Nación para el cobro de pensión o remuneraciones?					
14.	¿Le beneficia a cobrar su pensión o remuneración en el Banco de la Nación?					

<b>15.</b>	¿Entiende de qué tratan los contratos de los servicios del Banco de la Nación?					
<b>16.</b>	¿Existe alguna agencia del Banco de la Nación cerca de dónde vives?					
<b>17.</b>	¿Existe algún agente corresponsal o cajero automático del Banco de la Nación cerca de dónde vives?					
<b>18.</b>	¿Tiene acceso a los productos y servicios financieros que ofrece el Banco de la Nación?					
<b>19.</b>	¿Con cuanta frecuencia va al Banco de la Nación?					
<b>20.</b>	¿Hace uso de los servicios y productos que brinda el Banco de la Nación?					
<b>21.</b>	¿Considera de utilidad el uso de los canales alternativos del Banco de la Nación?					
<b>22.</b>	¿Sabe con qué frecuencia los cajeros del Banco de la Nación se encuentran operativos?					
<b>23.</b>	¿Cree que los productos y servicios que brinda el Banco de la Nación están ajustados a tus necesidades?					
<b>24.</b>	¿Cree que el Banco de la Nación es la mejor opción para realizar tus actividades?					
<b>25.</b>	¿El Banco de la Nación cumple con lo que le ofrece?					